



DOCUMENTATIENOTA

CRB 2011 - 0153

Studie over het concurrentievermogen van de
Belgische zakelijke dienstverlening

CCE
Conseil Central de l'Economie
Centrale Raad voor het Bedrijfsleven
CRB



Studie over het concurrentievermogen van de Belgische zakelijke dienstverlening

Aanspreekpunt:
Stephen Renders
stere@ccecrb.fgov.be

Inhoudsopgave

Inleiding.....	5
1 Beschrijving van de Belgische zakelijke dienstverlening	7
1.1 Indeling van de zakelijke dienstverlening	7
1.2 Beschrijving van de zakelijke dienstverlening = NACE 74.....	8
1.2.1 Sleutelindicatoren	8
1.2.2 Structurele karakteristieken.....	13
1.3 Beschrijving van de subsectoren.....	26
1.3.1 Sleutelindicatoren	26
1.3.2 Structurele karakteristieken.....	31
2 De competitiviteit van de Belgische zakelijke dienstverlening volgens het analysekader van Michael Porter	41
2.1 Het analysekader van Porter	41
2.1.1 De aanbods-determinant.....	43
2.1.2 De vraag	44
2.1.3 Toeleverende en aanverwante industrieën	44
2.1.4 Strategie, rivaliteit en structuur van de ondernemingen	45
2.1.5 De bredere omgeving	45
2.2 Beschrijving van de concurrentiële omgeving van de zakelijke dienstverlening via een PEST-analyse.....	46
2.3 Analyse van de concurrentiële dynamiek van de zakelijke dienstverlening.....	51
2.3.1 Concurrentiële dynamiek van de zakelijke dienstverlening	51
2.3.2 Advies en bijstand aan de bedrijfswereld	55
2.3.3 Selectie en terbeschikkingstelling van personeel.....	61
2.3.4 Reclamewezen	66
3 Identificatie van de strategische aandachtspunten voor de zakelijke dienstverlening via een confrontatieanalyse.....	70
4 Beleidsuitdagingen.....	74
5 Samenvatting	76
Bijlage 1 : Indicatoren over de prestaties en structuur van de Belgische zakelijke dienstverlening	80
Bijlage 2: De economische gevolgen van de dienstenrichtlijn in België.....	90
Bibliografie	92

Lijst van tabellen

Tabel 1-1:	Activiteiten van zakelijke dienstverleners volgens NACE-BEL 2003	7
Tabel 1-2:	Input en output van de Belgische ZD in 2005.....	8
Tabel 1-3:	Ontwikkeling tussen 1997 en 2005 van de bedrijfsprestaties naargelang hun exportactiviteiten	13
Tabel 1-4:	Groei en niveau van de TWP in exporterende en O&O actieve bedrijven 1997-2005.....	13
Tabel 1-5:	Ontwikkeling van de toegevoegde waarde, in volume en van zijn belangrijkste determinanten, jaarlijks gemiddelde 1995-2005.....	15
Tabel 1-6:	Internationale vergelijking van de intensiteit van ICT en niet-ICT kapitaal in 1997 en 2005 (VS = 1).....	16
Tabel 1-7:	Intermediaire consumptie van de Belgische ZD in 2000 en 2005	18
Tabel 1-8:	Aandeel en groei van de tewerkstelling en van de toegevoegde waarde voor lokale en multinationale ondernemingen 1997 - 2005	18
Tabel 1-9:	Verdeling van de werkgelegenheid volgens de grootteklasse van de werkgever in 1997 en in 2007	19
Tabel 1-10:	Afname en toename van de tewerkstelling door uittreding, inkrimping groei en toetreding in de periode 1997-2005.....	20
Tabel 1-11:	Afname en toename van de reële productiviteit in de ZD per bedrijfscategorie in de periode 1997-2005*.....	20
Tabel 1-12:	Intermediaire consumptie van zakelijke diensten binnen de economie in 2000 en 2005* .	24
Tabel 1-13:	Aandeel en groei van de tewerkstelling bij exporterende bedrijven 1997-2005.....	30
Tabel 1-14:	Aandeel en groei van de toegevoegde waarde bij exporterende bedrijven 1997-2005.....	30
Tabel 1-15:	Productiviteit bij exporterende bedrijven als % van de gemiddelde productiviteit in de ZD in 2005.....	31
Tabel 1-16:	Intermediaire consumptie van nace 741, advies en bijstand aan de bedrijfswereld, in 2000 en 2005	32
Tabel 1-17:	Intermediaire consumptie van nace 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, in 2000 en 2005	32
Tabel 1-18:	Intermediaire consumptie van nace 744, Reclamewezen in 2000 en 2005.....	33
Tabel 1-19:	Aandeel en groei van de tewerkstelling en van de toegevoegde waarde voor lokale en multinationale ondernemingen (Nace 741) 1997 - 2005	34
Tabel 1-20:	TWP van lokale en multinationale ondernemingen in geselecteerde sectoren	34
Tabel 1-21:	Grootteklasse van de werkgevers in de geselecteerde subsectoren (aandeel in de totale tewerkstelling)	35
Tabel 1-22:	Afname en toename van de tewerkstelling door uittreding, inkrimping groei en toetreding in de periode 1997-2005.....	35
Tabel 1-23:	Afname en toename van de reële productiviteit in nace 741, advies en bijstand aan de bedrijfswereld, per bedrijfscategorie in de periode 1997-2005.....	36
Tabel 1-24:	Afname en toename van de reële productiviteit in nace 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, per bedrijfscategorie in de periode 1997-2005.....	36
Tabel 1-25:	Afname en toename van de reële productiviteit in nace 744, reclamewezen, per bedrijfscategorie in de periode 1997-2005	37
Tabel 1-26:	Intermediaire consumptie van Nace 741, advies en bijstand aan het bedrijfsleven, binnen de economie in 2000 en 2005*.....	38
Tabel 1-27:	Intermediaire consumptie van Nace 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, binnen de economie in 2000 en 2005*.....	39
Tabel 1-28:	Intermediaire consumptie van Nace 744, reclamewezen, binnen de economie in 2000 en 2005*	40

Tabel 2-1: Indicator voor de productmarktregulering in de ZD	46
Tabel 2-2: Reguleringsindex van Paterson, Fink en Ogus (2003).....	47
Tabel 3-1: Enkele strategische aandachtspunten voor de ZD in België	74

Lijst van grafieken

Grafiek 1-1: Bijdragen van de dienstensectoren aan de toegevoegde waarde en aan de werkgelegenheid van de totale Belgische marktdiensten in 2008 (NACE Rev.1).....	9
Grafiek 1-2: Ontwikkeling tussen 1995 en 2005 van de productiewaarde, van de toegevoegde waarde en van de werkgelegenheid in de Belgische en in de Europese ZD (1995 = 100%)	10
Grafiek 1-3: TWP zakelijke dienstverlening*	11
Grafiek 1-4: Aandeel ZD in de totale dienstenexport*	11
Grafiek 1-5: Specialisatie-index ZD BE / EU6+VS*	12
Grafiek 1-6: kapitaalvoorraad per gewerkt uur (prijzen van 2000).....	14
Grafiek 1-7: Investerings in % van de toegevoegde waarde	14
Grafiek 1-8: Intermediair verbruik (in miljoen euro) in de ZD.....	16
Grafiek 1-9: Intermediair verbruik (in miljoen euro) in de industrie	17
Grafiek 1-10: Aandeel O&O uitgaven in toegevoegde waarde.....	21
Grafiek 1-11 Aandeel intramurale O&O uitgaven in toegevoegde waarde in 2006	22
Grafiek 1-12: Aantal innovatoren volgens type innovatie tussen 2002 en 2004	23
Grafiek 1-13: Effecten van innovatie in de ZD tussen 2002 en 2004	23
Grafiek 1-14: Belang en aard van samenwerking rond innovatie in de ZD tussen 2002 en 2004	24
Grafiek 1-15: Aandeel ZD in binnenlandse vraag in 2007	25
Grafiek 1-16: Aandeel van de subsectoren in de totale werkgelegenheid en toegevoegde waarde van de ZD in 2005.....	27
Grafiek 1-17: Ontwikkeling reële toegevoegde waarde per werknemer en werkgelegenheid 1997-2005 in de deelsectoren van de ZD.....	28
Grafiek 1-18: Specialisatie subsectoren van ZD in 2007, vergelijking BE-EU3	29
Grafiek 1-19: Vergelijking groei tewerkstelling en toegevoegde waarde België – EU3, 2000-2007 (Grootte bel = aandeel in tewerkstelling ZD in BE in 2007)	29
Grafiek 1-20: Advertentie-uitgaven en bbp per capita in 2008, internationale vergelijking	41

Inleiding

De bedoeling van deze studie is een zo getrouw mogelijk beeld te schetsen van de structuur en werking van de Belgische zakelijke dienstverlening (in het vervolg geschreven als ZD). Daartoe werd overeengekomen te werken binnen een zo coherent mogelijk kader, nl. dat van de nationale boekhouding, die ook wordt gebruikt in het verslag dat de CRB opstelt krachtens de wet van 26 juli 1996 tot bevordering van de werkgelegenheid en tot preventieve vrijwaring van het concurrentievermogen. De informatie uit deze bron wordt aangevuld met gedetailleerde sectorale gegevens die afkomstig zijn van de database EUKLEMS van de Europese Commissie, de Balanscentrale, de VIO-databank, Eurostat, Comtrade en kwantitatieve en kwalitatieve informatie van andere bronnen, zoals verslagen van deskundigen, sectorale nota's, gevalstudies en enquêtes.

Meer bepaald wil onze analyse meer inzicht verschaffen in de werking en in (de bronnen van) het concurrentievermogen van de Belgische ZD. Deze studie past in een reeks studies waarbij ook het concurrentievermogen van andere Belgische sectoren¹ in samenwerking met de Vlerick school wordt geanalyseerd. Dit moet het mogelijk maken om de activiteiten van de CRB, zoals de opstelling van het technisch verslag van het secretariaat over de maximale beschikbare marges voor de loonkostenontwikkeling, beter te kaderen binnen de concurrentiële dynamiek waarin sectorale en macro-economische ontwikkelingen plaatsvinden. Voor de ondernemingen uit de bestudeerde sectoren; de beleidsmakers en voor andere betrokken actoren reikt deze studie een aantal pistes aan die hen kunnen helpen bij het realiseren van hun doelstellingen. We spreken ons evenwel niet uit over de na te streven doeleinden.

Om twee redenen neemt de productiviteit een sleutelpositie in binnen onze studie. Op (sub-)sectoraal niveau is de productiviteit de belangrijkste determinant van het concurrentievermogen. Deze bepaalt immers de capaciteit van een onderneming om voldoende hoge lonen uit te betalen teneinde geschikte werknemers aan te trekken en om zijn producten aan competitieve prijzen af te zetten. Daarnaast is de bijdrage die elke sector levert aan de gemiddelde productiviteit van de economie bepalend voor het nationaal inkomen en voor het realiseren van eventuele andere doeleinden (werkgelegenheidscreatie; duurzame ontwikkeling; armoedebestrijding...).

In een eerste deel beschrijven we de situatie van de ZD (hoofdstuk 1). Hierbij zullen we aan de hand van een aantal sleutelindicatoren nagaan welke omvang deze sector heeft en hoe competitief hij is. Vervolgens beschrijven we aan de hand van enkele structuurindicatoren hoe de sector is georganiseerd. Nu kunnen de factoren die aan de basis liggen van de competitiviteit sterk variëren over de verschillende subsectoren en zelfs over ondernemingen binnen één subsector. Wegens de toenemende specialisatie, technologieverspreiding en uitbesteding binnen de internationaliserende economie is dit ook steeds meer het geval. De geaggregeerde cijfers van bv. de nationale rekeningen en EUKLEMS kunnen bijgevolg verschillende micro-economische waarheden verbergen. Daarom zullen we de ZD zowel op sectoraal als op subsectoraal niveau beschrijven.

Deze schets van de sector zal ons toelaten om een beeld te vormen van de huidige positionering van de ZD. Het betreft echter een statische beschrijving die geen inzicht biedt in de dynamiek van de sector of in de kansen en uitdagingen die zich de komende jaren aan de sector voordoen. Daarom zullen we

¹ Het betreft de sectoren textiel; chemie; distributie; voeding en de grafische nijverheid.

de informatie die we verkrijgen van de statische indicatoren uit het eerste deel aanvullen met een meer uitgebreide analyse.

In het tweede deel leggen we eerst het analysekader uit van waaruit we deze grondige analyse van het concurrentievermogen van de Belgische ZD zullen voeren (hoofdstuk 2.1). Ons uitgangspunt is hierbij het micro-economische model dat Michael E. Porter in zijn boek, "The competitive Advantage of Nations", hanteerde om het concurrentievermogen van industrieën te verklaren. Deze methode verklaart het concurrentievermogen van een land of regio via de sectoren waarin deze sterk presteert. Dit gebeurt door de verschillende factoren te onderzoeken die bepaalde sectoren in een land competitief maken. Daarom moet in detail geanalyseerd worden welke de verschillende factoren zijn die het concurrentievermogen van de ZD in België vormgeven. Zoals we zullen zien onderscheidt Porter vier concurrentiefactoren die gezamenlijk de competitiviteit van een bedrijf bepalen: de vraag, de productiefactoren, de rivaliteit en de relatie met toeleverende en aanverwante bedrijven.

Nu volstaat het niet om de verschillende kenmerken van een deelsector te beschrijven om zijn competitiviteit te begrijpen. Het model van Porter is immers in wezen een dynamisch model. Het is de interactie tussen de vier concurrentiefactoren onderling die bepaalt hoe een bedrijf zal reageren op de externe omstandigheden en die dus de basis van haar competitiviteit vormt. Om het gedrag van de ZD te begrijpen is het dus noodzakelijk om te analyseren hoe de omgeving van de ZD de afgelopen jaren is gewijzigd. Dit doen we aan de hand van een PEST analyse (hoofdstuk 2.2).

Nadat we inzicht hebben verkregen in de werking van het model van Porter en in de wijzigingen in de macro-omgeving die zich de afgelopen jaren aan de zakelijke dienstverleners voordeden, kunnen we starten met de analyse van de concurrentiële dynamiek van de Belgische ZD (hoofdstuk 2.3). Hierbij zullen we eerst vaststellen welke vorm de vier concurrentiefactoren binnen enkele subsectoren van de ZD aannemen om vervolgens te onderzoeken hoe deze factoren op elkaar inwerken. We concentreren ons op de deelsectoren die we in het eerste deel als meest en minst competitief identificeerden omdat deze het meest geschikt zijn om de sterktes en zwaktes van de Belgische ZD aan te wijzen.

Dankzij de analyse van de concurrentiële dynamiek van de ZD wordt het mogelijk om na te gaan hoe de huidige ontwikkelingen in het concurrentiële landschap een invloed zullen uitoefenen op het concurrentievermogen van de Belgische zakelijke dienstverleners. Daarom gebruiken we in hoofdstuk 3 de inzichten uit de voorgaande analyse om met behulp van een confrontatieanalyse de belangrijkste strategische uitdagingen voor de ZD aan te geven. We mogen echter niet vergeten dat ook de overheid een belangrijke invloed heeft op het concurrentievermogen van de ZD. Daarom sluiten we af met een korte beschouwing van de uitdagingen voor de beleidsmakers (hoofdstuk 4).

1 Beschrijving van de Belgische zakelijke dienstverlening

Om inzicht te krijgen in de factoren die de competitiviteit van de Belgische ZD bepalen, is het belangrijk om te weten hoe zij presteert en hoe zij is gestructureerd. Daarom starten we dit hoofdstuk met een beschrijving van de productie-indeling van ZD om vervolgens een overzicht te geven van de belangrijkste indicatoren van de sector. Uiteindelijk zijn het de bedrijven die moeten concurreren op de markt. Een geaggregeerde beschrijving van de sector geeft een onvolledig beeld van de competitiviteit en de structuur van elk bedrijf. Dit komt doordat verschillende subsectoren gekenmerkt worden door uiteenlopende structuren en onderhevig zijn aan verschillende concurrentiële omgevingen. Daarom zullen we in dit deel niet enkel de sector in zijn geheel beschrijven maar eveneens kijken naar de onderliggende kenmerken van de deelsectoren.

1.1 Indeling van de zakelijke dienstverlening

De sector van de ZD omvat een breed spectrum aan activiteiten. Ze bevat bv. zowel gespecialiseerde consultancy-diensen als architectuur; hulp bij de marketing; arbeidsbemiddeling; reiniging; beveiliging... Deze diversiteit reflecteert de vele bedrijfsfuncties waaraan zakelijke dienstverleners tegemoet komen. Kenmerkend is dat zakelijke dienstverleners tot doel hebben de concurrentiepositie van hun klanten te verbeteren (EC, 1998).

Heel wat bedrijven passen binnen deze classificatie. In deze studie beperken we ons hoofdzakelijk tot de bedrijven die binnen NACE-BEL 2003 onder categorie 74 vallen (Tabel 1-1). We kiezen voor deze categorie omdat deze een goede benadering vormt van de ZD. Zoals we verder zullen zien, hebben de bedrijven uit NACE 74 zich goed ontwikkeld. Zij leveren een belangrijk deel van de Belgische toegevoegde waarde. Het loont dan ook de moeite om het concurrentievermogen van deze bedrijven van naderbij te bekijken.

Tabel 1-1: Activiteiten van zakelijke dienstverleners volgens NACE-BEL 2003

Code NACEBEL 2003	Omschrijving	Code NACEBEL2008
74.1	Advies en bijstand aan de bedrijfswereld	64.2; 69.1; 69.2; 70.1; 70.2; 74.9
74.2	Architecten, ingenieurs en aanverwante technische adviesbureaus	71.1; 74.1; 74.2 en 74.9
74.3	Technische testen en toetsen	71,2
74.4	Reclamewezen	73.1; 74.1
74.5	Selectie en terbeschikkingstelling van personeel	78.1; 78.2; 78.3
74.6	Opsporings- en beveiligingsdiensten	74.9; 80.1; 80.2; 80.3
74.7	Industriële reiniging	81,2
74.8	Diverse dienstverlening hoofdzakelijk aan bedrijven	59.2; 63.9; 74.1; 74.2; 74.9; 77.4; 78.1; 82.1; 82.3; 82.9

Het is duidelijk dat deze segmenten zeer uiteenlopende kenmerken vertonen. Vooral NACE categorie 74.5 - selectie en terbeschikkingstelling van personeel – valt moeilijk te definiëren. Alle werknemers die via arbeidsbemiddelaars zijn aangeworven worden aan dit segment toegerekend. Werknemers die via interim-kantoren of met dienstencheques zijn aangeworven, vallen hier dus in. Doordat het gemiddelde loon van deze werknemers onder het Belgische gemiddelde ligt en omdat dit een zeer arbeidsintensief segment is, trekt deze categorie de gemeten arbeidsproductiviteit van de ZD naar beneden. In België zorgt dit voor een sterke vertekening aangezien dit segment in 2005 36% van de sectorale tewerkstelling uitmaakte en daarmee de derde positie binnen de EU-27 innam.

Vanwege de vele activiteiten die door zakelijke dienstverleners worden uitgevoerd is het moeilijk om gemeenschappelijke kenmerken aan te duiden. Zakelijke dienstverleners onderhouden nauwe banden met hun klanten, waarbij zij vaak delen van de toegevoegde waardeketen voor hun rekening nemen. Daarnaast bevatten hun activiteiten in vele gevallen een belangrijke creatieve component.

Tabel 1-2: Input en output van de Belgische ZD in 2005

	miljoen euro	% van het totaal
Totale output van Zakelijke diensten in België	70.083	100%
waarvan binnenlands geproduceerd	61.567	88%
geïmporteerd	8.516	12%
Bestemd voor binnenlandse intermediaire consumptie	55.938	80%
waarvan binnenlands geproduceerd	47.853	68%
geïmporteerd	8.085	12%
Bestemd voor binnenlandse finale consumptie	1.677	2%
waarvan binnenlands geproduceerd	1.618	2%
geïmporteerd	59	0%
Bestemd voor bruto vorming van vast kapitaal	1.873	3%
waarvan binnenlands geproduceerd	1.500	2%
geïmporteerd	373	1%
Bestemd voor export	10.595	15%
naar de E.U.	9.195	13%
extra-E.U.	1.400	2%

Bron: Input-Output tabel voor 2005, Federaal Planbureau (2010)

In

Tabel 1-2 maken we een opsplitsing van de oorsprong en bestemming van de geproduceerde zakelijke diensten in België. Een eerste vaststelling is dat de totale toegevoegde waarde van zakelijke diensten in België in 2005 voor 88% binnenlands werd geproduceerd en dat zij hoofdzakelijk (85%) bestemd was voor de lokale markt. Doch, de ZD was in 2007 goed voor 28,9% van de totale Belgische dienstenexport². Vier vijfde van de productie diende als intermediaire input voor andere bedrijven in België en slechts 2% ging naar finale consumptie in België. Dit bevestigt de ondersteunende rol van de ZD voor de productie van andere bedrijven.

1.2 Beschrijving van de zakelijke dienstverlening = NACE 74³

1.2.1 Sleutelindicatoren

Werkgelegenheid, toegevoegde waarde en productie

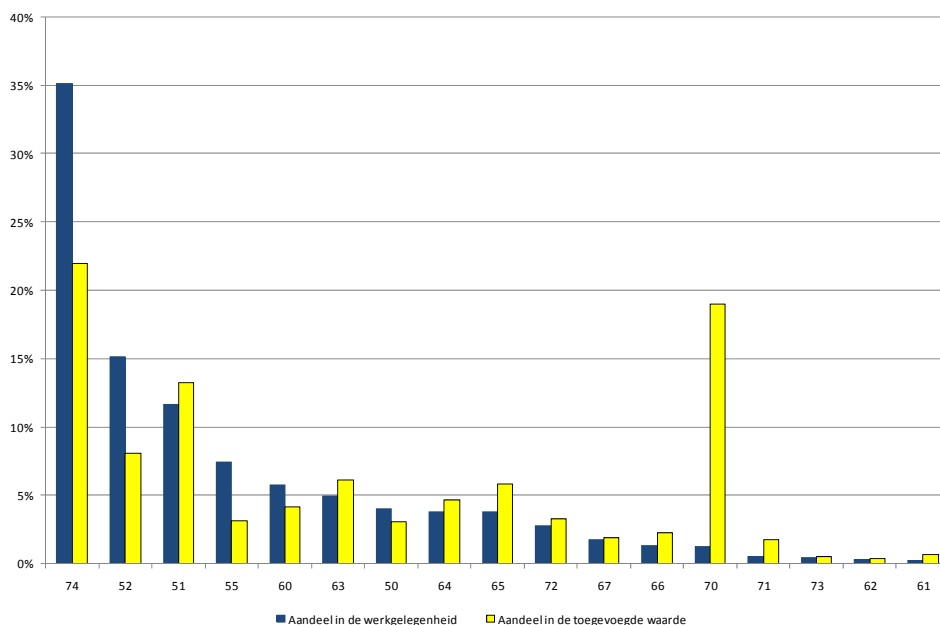
Zowel inzake tewerkstelling als toegevoegde waarde is de ZD de grootste sector in België. De ZD was in 2008 goed voor 15,7% van de totale werkgelegenheid en 11,5% van de bruto toegevoegde waarde in België. Grafiek 1-1 maakt duidelijk dat de geproduceerde toegevoegde waarde per werknemer gevoelig lager is dan gemiddeld bij de marktdiensten. Zoals opgemerkt, kan dit verklaard

² Bron: OESO, International Trade in Services <<http://stats.oecd.org/Index.aspx?DatasetCode=TISP>>

³ De lezer vindt in bijlage 1 een lijst van variabelen en relevante indicatoren die voor deze analyse werd gehanteerd.

worden doordat de arbeiders die via arbeidsbemiddelaars worden tewerkgesteld de gemiddelde productiviteit binnen de ZD naar beneden trekken.

Grafiek 1-1: Bijdragen van de dienstensectoren aan de toegevoegde waarde en aan de werkgelegenheid van de totale Belgische marktdiensten in 2008 (NACE Rev.1)

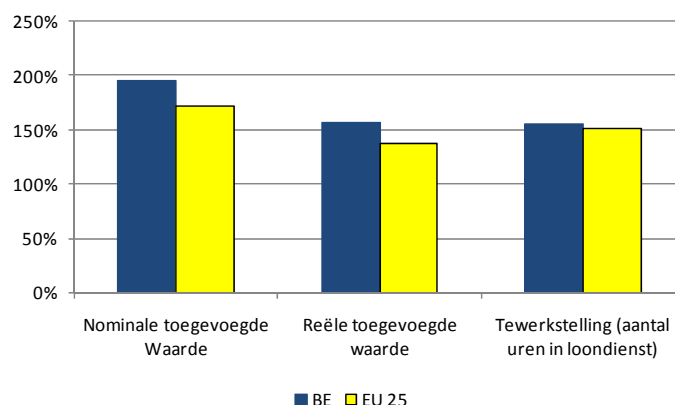


Bron: INR

Ook in de EU25 is de ZD veruit de belangrijkste dienstensector. Hij leverde in 2005 22,2% van het aantal tewerkgestelde personen en 15,5% van de toegevoegde waarde in de Europese dienstensector. De ZD leverde in België in 2005 10,5% van het totale bbp t.o.v. 7,4% in de EU25. Het aandeel van de ZD in de nationale economie is dus 1,4 keer groter in België dan in de EU25 wat aanduidt dat België zich in deze sector heeft gespecialiseerd. Nog opvallender is de zeer sterke specialisatie van Brussel in ZD. In 2005 bevond 27,7% van de Brusselse werkgelegenheid in de niet financiële marktdiensten zich in de ZD. Daarmee is Brussel de meest gespecialiseerde regio in ZD in de EU na Londen (Alajääskö, 2008, blz. 4).

De nominale Belgische toegevoegde waarde in de ZD steeg tussen 1995 en 2005 met 94,6% in België tegenover 71,4% in de EU25 (Grafiek 1-2). De reële toegevoegde waarde houdt rekening met de invloed van prijsontwikkelingen. Deze geeft dus de evolutie weer van de toegevoegde waarde in volume. Ook de reële toegevoegde waarde steeg aanzienlijk sterker in België dan in de EU25 (resp. +56,2% en +37,9%). Het groeiverschil was minder sterk inzake het aantal gewerkte uren (+55,8% in België versus 51,4% in de EU25). Doordat de ZD een grote dienstensector is met een sterke groei, levert deze sector een belangrijke bijdrage aan de totale groei van de economie. Tussen 1998 en 2008 kwam de reële groei van de toegevoegde waarde van de sector bv. overeen met 5% van het totale bbp in 1998 en het aantal werknemers groeide met 229.000 of met 5,8% van de totale binnenlandse tewerkstelling in 1998. Ter vergelijking: over dezelfde periode steeg het totale bbp met 23,9% en de binnenlandse werkgelegenheid met 12,1%.

Grafiek 1-2: Ontwikkeling tussen 1995 en 2005 van de productiewaarde, van de toegevoegde waarde en van de werkgelegenheid in de Belgische en in de Europese ZD (1995 = 100%)



Bron: EUKLEMS en eigen berekeningen

Hoewel de nominale toegevoegdewaardeproductiviteit van de ZD in België onder het gemiddelde van de marktdiensten ligt, was deze in 2005 32,6% hoger dan in de EU25⁴. De Belgische zakelijke dienstverleners slagen erin om de voorsprong in toegevoegdewaardeproductiviteit (voortaan geschreven als TWP) op hun Europese sectorgenoten te vergroten, zowel in nominale (i.e. niet gecorrigeerd voor prijsverschillen) als in reële termen. Tenzij anders vermeld zal de evolutie van de toegevoegde waarde en van de TWP voortaan worden weergegeven in reële termen. Een dergelijke benadering beschrijft de gerealiseerde wijzigingen in volume (per werknemer)⁵. Het voordeel is dat aldus beter wordt aangegeven in welke mate de koopkracht binnen de economie toeneemt. Uiteindelijk telt immers de hoeveelheid goederen en diensten die consumenten kunnen aankopen en niet het bedrag dat ze kunnen uitgeven. Daarnaast is het voor een bedrijf belangrijk om per productiefactor een zo hoog mogelijk volume te produceren aangezien dit hem, indien er verder niets verandert, in staat zal stellen om marktaandeel te veroveren op minder efficiënte concurrenten. Een verhoging van de (nominale) TWP die daarentegen niet uit een efficiëntieverhoging maar enkel uit prijswijzigingen voortvloeit, zal de competitiviteit van dat bedrijf niet versterken, ook al kan deze op korte termijn wel de winst verhogen. Het grootste nadeel van een reële benadering is dat deze onvoldoende rekening houdt met het effect van kwaliteitswijzigingen. Wanneer een kwaliteitsverhoging aanleiding geeft tot een stijging van de prijs, dan zal dit niet worden geregistreerd als een stijging van het geproduceerde volume. Nochtans zou een product van betere kwaliteit wel kunnen beschouwd worden als meer waardevol (in gebruik) en dus als een "reële" verbetering van de productie. Kwaliteitsverhogingen zullen echter enkel de reële productie verhogen voor zover deze leiden tot een hogere afzet van de verbeterde producten en zullen geen directe invloed hebben op de reële TWP.⁶

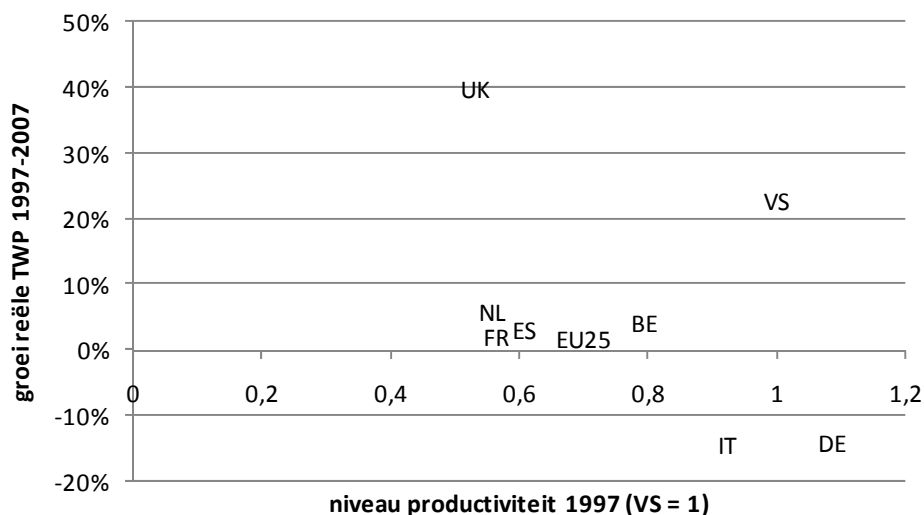
⁴ Bron: EUKLEMS

⁵ Een stijging van de reële TWP betekent dus dat de fysieke toegevoegdewaardeproductie per gewerkt uur groter wordt, bv. als gevolg van innovaties in de productieprocessen. De nominale TWP zal daarenboven ook stijgen als de hoeveelheid toegevoegde waarde per product groter wordt. Dit kan bv. het gevolg zijn van een kwaliteitsverhoging; meer marktmacht (bv. via marketing); gebruik van minder dure productiefactoren of door extra diensten aan te bieden.

⁶ In de dienstensector is het meten van de reële TWP bijzonder problematisch doordat de complexe en immateriële aard het bepalen van de exacte output (in eenheden) bemoeilijkt. De sterke band tussen de capaciteiten van de werknemers en de dienstverlening maakt het daarenboven moeilijker om de TWP per werknemerscategorie te bepalen. Ook de input van technologie zoals ITC belemmert het meten van de reële TWP. Doordat zakelijke dienstverleners sterk betrokken zijn in de

Een vergelijking van de TWP van de ZD in België met deze in een reeks referentielanden (Grafiek 1-3) laat eveneens zien dat de ZD in België relatief productief is. De reële TWP steeg in België de afgelopen jaren ongeveer even sterk als in de meeste referentielanden. Het valt op dat de VS een aanzienlijk hoger niveau en groei van de TWP kent dan de Europese landen.

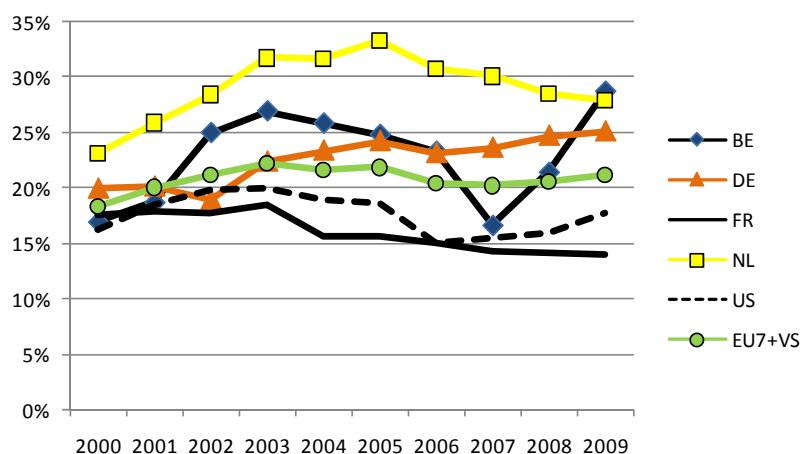
Grafiek 1-3: TWP zakelijke dienstverlening*



* Het betreft hier NACE categorieën 71 tot 74
Bron: GGDC en EUKLEMS

Export

Grafiek 1-4: Aandeel ZD in de totale dienstenexport*

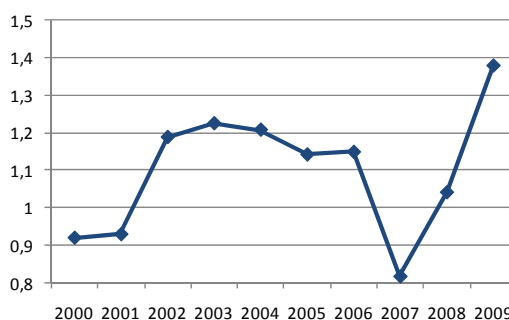


* Het betreft categorie 273 van het 'Extended Balance of Payments Services Classification'
Bron: ITC - International Trade in Services Statistics

toegevoegde waardeketen van hun klanten is het tot slot ook moeilijk om te bepalen welke invloed zij hebben op de productiviteit van deze klanten. (EC, 2004b, blz. 73)

Op Grafiek 1-4 zien we dat het aandeel van de ZD in de totale Belgische dienstenexport in 2007 een dieptepunt bereikte om vervolgens sterk te stijgen. In 2009 was de ZD goed voor 28,7% van de totale dienstenexport. Om te achterhalen of de ZD daarmee belangrijker is voor de Belgische dienstenexport dan in andere landen, en daarmee meteen een goede indicator voor de Belgische specialisatie in ZD te krijgen, berekenen we de specialisatie-index van de Belgische zakelijke dienstensector. Meer bepaald gaan we na of het gewicht van de ZD in de Belgische dienstenexport groter is dan het aandeel van de ZD in de dienstenexport van de 6 grootste markten van de EU (DE, ES, FR, IT, NL, UK; voortaan geschreven als EU6) en de VS. Deze index werd berekend in Grafiek 1-5 en hieruit blijkt dat het aandeel van de ZD in de Belgische dienstenexport in 2009 38% hoger was dan dit aandeel in de EU6 en de VS wat opnieuw aangeeft dat België gespecialiseerd is in de ZD. Het aandeel van de diensten in de totale export was in 2009 hoger in België (18%) dan in Nederland (15,8%) en Duitsland (17%) maar lager dan in de VS (32%); Frankrijk (23,6%) en dan gemiddeld in de wereld (21,7%)⁷. In de export zit evenwel ook de doorvoer van goederen begrepen, zodat de hoge doorvoer in België leidt tot een onderschatting van het feitelijke aandeel van de diensten in de totale export. Hoewel de ZD in België duidelijk beter presteert dan het Europese gemiddelde, zien we dat de ZD in Nederland een groter aandeel heeft in de nationale tewerkstelling en dat de dekkingsgraad hier de laatste jaren stijgt terwijl deze in België constant blijft (bijlage 1). Dit geeft aan dat het potentieel van de ZD in België nog niet volledig wordt benut. In deze studie zullen we dan ook nagaan hoe de sector nog verder kan ontwikkeld worden.

Grafiek 1-5: Specialisatie-index ZD BE / EU6+VS*



* Het betreft categorie 273 van het 'Extended Balance of Payments Services Classification'
Bron: ITC - International Trade in Services Statistics

Een andere interessante indicator m.b.t. de export is de invloed van de ZD op de handelsbalans. Als een sector meer uitvoert dan invoert dan suggereert dit een competitieve positie en dan laat dit een land toe om producten uit andere sectoren te importeren zonder hiervoor buitenlandse schulden aan te gaan. Met een handelsbalansoverschot gelijk aan 2,65 miljard USD in 2009, of 35,7% van het overschot over al de dienstensectoren, scoort de Belgische zakelijke dienstensector⁸ op dit vlak bijzonder goed. In 2009 werd er in België zo'n 12,8% meer ZD uitgevoerd dan dat er werd ingevoerd, waarmee België in de buurt ligt van Duitsland (zie ook bijlage 1).

Tabel 1-3 geeft aan dat er binnen de ZD minder werknemers actief zijn in exporterende bedrijven (30% van de totale werkgelegenheid) dan gemiddeld in de marktdiensten (53%)⁹. Dit illustreert dat zakelijke

⁷ Bron: International Trade Centre.

⁸ Inclusief handelsgerelateerde activiteiten en operationele leasingdiensten.

⁹ De werkgelegenheidscijfers uit de VIO databank zijn altijd berekend in voltijdse equivalenten.

dienstverleners sterk verweven zijn met de lokale economie en dat de fysieke nabijheid bij de markt hier belangrijk is. Daartegenover staat dat zowel de werkgelegenheid als de toegevoegde waarde tussen 1997 en 2005 sterker groeiden bij de exporterende bedrijven van de ZD (resp. +71% en +53% tegenover +19% en +26%). Uit de tabel blijkt ook dat, anders dan bij de marktdiensten, exporterende zakelijke dienstverleners een sterkere groei kenden dan zij die enkel de lokale markt bedienden. Deze gegevens vallen moeilijk te vergelijken met Grafiek 1-4 vanwege de uiteenlopende periodes en omdat VIO zich baseert op het al dan niet exporteren van een bedrijf terwijl het ITC kijkt naar de waarde van de geëxporteerde diensten.

Tabel 1-3: Ontwikkeling tussen 1997 en 2005 van de bedrijfsprestaties naargelang hun exportactiviteiten

Type	Tewerkstelling		Toegevoegde waarde		Aantal bedrijven		
	Aandeel 1997	Groei	Aandeel 1997	Groei	Aandeel 1997	Groei	
Zakelijke	Niet export	72%	52%	61%	52%	86%	12%
Dienstverlening	Export	28%	71%	39%	53%	14%	-10%
	Totaal	100%	57%	100%	52%	100%	9%
Marktdiensten	Niet export	44%	32%	32%	43%	72%	3%
	Export	56%	19%	68%	26%	28%	-13%
	Totaal	100%	25%	100%	31%	100%	-2%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen¹⁰

Ondanks hun stijgend belang voor de tewerkstelling en de toegevoegde waarde daalde het aantal exporteurs in de ZD met 10% tussen 1997 en 2005 waardoor hun aandeel in het totale aantal zakelijke dienstverlenende bedrijven daalde van 14% in 1997 tot 11% in 2005 (t.o.v. resp. 28% en 25% in de marktdiensten). Dit aandeel van 11% genereerde 30% van de sectorale tewerkstelling en 39% van de sectorale toegevoegde waarde. Het betreft dus bedrijven die gemiddeld groter en productiever zijn dan niet exporterende sectorgenoten. Dit wordt bevestigd in Tabel 1-4, die een vergelijking maakt tussen de totale productiviteit en deze bij de exporteurs. Daarnaast geeft deze tabel aan hoezeer de subsector 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, de gemiddelde productiviteit in de ZD naar beneden trekt.

Tabel 1-4: Groei en niveau van de TWP in exporterende en O&O actieve bedrijven 1997-2005

Sector	Totaal		Export		O&O en exp	
	groei	niveau in 1997*	groei	niveau in 1997*	groei	niveau in 1997*
74	-4,0%	45,8	-10,2%	64,3	55,9%	51,6
74 zonder 745	-0,5%	60,9	0,4%	68,5	57,9%	50,3
Marktdiensten	5,4%	60,3	5,7%	73,1	-1,0%	83,3

Als deflator werd de toegevoegdewaardedeflator van EUKLEMS op nace-2 niveau gebruikt

* Duizenden euro's per jaar per VTE

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

1.2.2 Structurele karakteristieken

Kapitaal

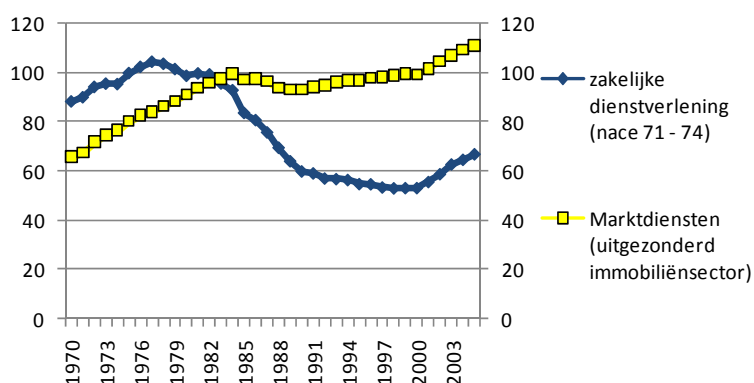
In een recente studie¹¹ berekende het federale planbureau dat de ingezette hoeveelheid kapitaal per werknemer in de Belgische dienstensector vanaf 1981 een voorsprong nam op de kapitaalintensiteit in

¹⁰ Export en O&O bedrijven zijn bedrijven die in de periode 1997-2005 aan O&O en/of export gedaan hebben. De groei wordt berekend door de toename of de afname van het aantal jobs voor de verschillende categorieën (bv. exporterende bedrijven) te delen door het aantal jobs in deze categorie in 1997. Het gaat hier dus over de evolutie binnen die categorie.

¹¹ Federaal Planbureau (2009), 'Alternative assessment of Belgian competitiveness', <http://www.plan.be/admin/uploaded/200909231243020.wp200909.pdf>.

de Europese dienstensector om in 2005 op meer dan 10% boven het niveau in de EU15 uit te komen. Terwijl de ZD (in ruime zin) deze trend initieel leek te volgen, zien we op Grafiek 1-6 dat de kapitaalvoorraad per gewerkt uur in de sector vanaf het einde van de jaren '70 continu daalde om in 1998 een dieptepunt te bereiken. Sindsdien is er opnieuw een stijging van de kapitaalintensiteit. In 2005 bedroeg de kapitaalintensiteit in de Belgische ZD slechts 60% van het gemiddelde in de dienstensector.

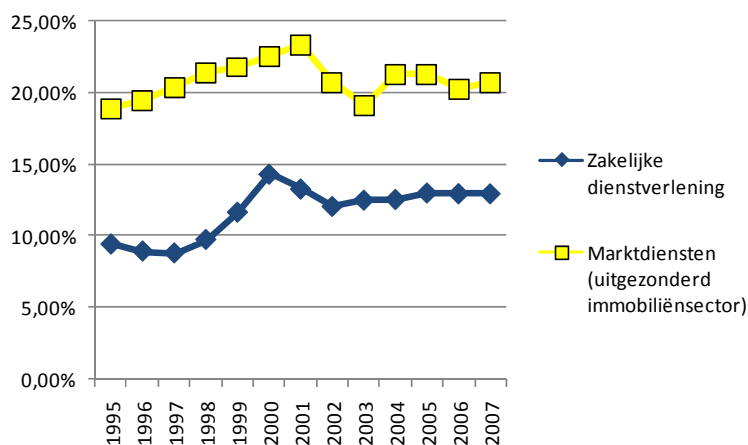
Grafiek 1-6: kapitaalvoorraad per gewerkt uur (prijzen van 2000)



Bron: Federaal Planbureau

Aangezien de kapitaalvoorraad in de ZD onder het gemiddelde in de dienstensector ligt, zal het investeringspeil ook lager zijn, tenzij er een inhaalbeweging is. Enerzijds wijst een lagere kapitaalvoorraad immers op een lagere investeringsgraad in het verleden en anderzijds moeten er vandaag minder investeringen gedaan worden om de kapitaalvoorraad op peil te houden. Het relatief lage investeringspeil in de ZD wordt bevestigd in Grafiek 1-7. We zien een dichotomie, met een stijging van de investeringen in de ZD tot 2000 en vervolgens een stagnatie op dit hogere niveau. Dit uit zich in een stijging van de kapitaalvoorraad vanaf dat jaar. Mogelijks reflecteert dit de introductie van ICT in de ZD.

Grafiek 1-7: Investerings in % van de toegevoegde waarde



Bron: NBB

Een laatste indicator van het belang van kapitaal en arbeid binnen de ZD is de bijdrage die ze leveren aan de groei van de toegevoegde waarde. In Tabel 1-5 zien we de bijdrage die de verschillende productiefactoren over de periode 1995-2005 leverden aan de groei van de toegevoegde waarde voor de ZD in ruime zin¹².

Tabel 1-5: Ontwikkeling van de toegevoegde waarde, in volume en van zijn belangrijkste determinanten, jaarlijks gemiddelde 1995-2005¹³

NACE 71-74	BE	FR	DE	NL	US	UE15
Valeur ajoutée	5,04%	2,99%	2,13%	3,65%	4,72%	4,00%
Heures de travail	3,63%	2,22%	2,13%	2,46%	1,60%	2,81%
Qualification de la main-d'oeuvre	0,09%	0,33%	-0,06%	0,55%	0,47%	0,28%
Capital TIC	1,69%	0,73%	1,85%	0,83%	2,03%	1,27%
Capital non TIC	0,47%	0,88%	2,26%	0,78%	0,83%	1,29%
Productivité totale des facteurs	-0,87%	-1,21%	-4,06%	-0,94%	-0,23%	-1,66%

ICT kapitaal staat voor computer materiaal, communicatie-uitrusting en software
Bron: EUKLEMS, NBB

Vooreerst is duidelijk dat de toegevoegde waarde in de Belgische ZD tussen 1995 en 2005 sterker steeg dan in de andere beschouwde landen. Dit kwam in de eerste plaats door de sterke groei van het aantal gewerkte uren (goed voor een jaarlijkse groeibijdrage van gemiddeld 3,6%). De gemiddelde kwalificatie van de arbeid verbeterde nauwelijks in de Belgische ZD waardoor deze factor minder sterk bijdroeg tot de groei van de sector dan in de meeste andere landen. Er werden wel aanzienlijke investeringen in ICT-kapitaal doorgevoerd waardoor deze bijdroeg aan een groei van de toegevoegde waarde met gemiddeld 1,7% per jaar. Enkel Duitsland en de VS scoorden beter. Dit kan de recente stijging van de kapitaalvoorraad in de sector verklaren (cf. Grafiek 1-6). De toename van ander kapitaal leverde daarentegen een bescheiden bijdragen van 0,5% aan de jaarlijkse groei. Tot slot zien we dat de totale factorproductiviteit in al de landen is gedaald, waarbij België de minst zwakke prestatie na de VS levert. Een negatieve bijdrage van de totale factorproductiviteit geeft aan dat de toegevoegde waarde minder sterk steeg dan op basis van het aantal ingezette productiefactoren zou verwacht worden.

De sterke groeibijdrage van het ICT kapitaal in de groei van de toegevoegde waarde tussen 1995 en 2005 kan zowel het gevolg zijn van een inhaalbeweging als van een groter gebruik van ICT binnen de Belgische ZD. Tabel 1-6, die de kapitaalintensiteit in de Belgische ZD vergelijkt met deze in een aantal referentielanden, laat ons toe om hier meer inzicht in te verwerven. In België had de sector in 1997 een lagere ICT kapitaalintensiteit dan het Europese gemiddelde maar door de hoge investeringen in ICT maakte de ZD in België in 2005 meer gebruik van ICT dan al de referentielanden. Wat betreft de niet-ICT kapitaalintensiteit had de Belgische ZD in 1997 een voorsprong op de VS maar deze voorsprong kromp gevoelig in de daaropvolgende jaren. Toch maakte de sector in België, net zoals de meeste andere Europese landen, in 2005 nog steeds meer gebruik van niet-ICT kapitaal dan de VS

¹² Zoals bleek uit Grafiek 1-1 is NACE categorie 74 verantwoordelijk voor het overgrote deel van de toegevoegde waarde en tewerkstelling binnen deze drie sectoren.

¹³ Onder de assumptie van constante schaalvoordelen wordt de groei van de toegevoegde waarde ($\Delta \ln V$) hier als volgt beschreven: $\Delta \ln V = w_k \Delta \ln K + w_l \Delta \ln L + \Delta \ln A$ waarbij w_k het gemiddelde aandeel is van kapitaal en w_l het gemiddelde aandeel van arbeid in de totale inputs over de begin- en eindperiode. $\Delta \ln A$ is een restfactor die de bijdrage van de multifactoriële productiviteit aan de groei van de toegevoegde waarde weergeeft.

Tabel 1-6: Internationale vergelijking van de intensiteit van ICT en niet-ICT kapitaal in 1997 en 2005 (VS = 1)

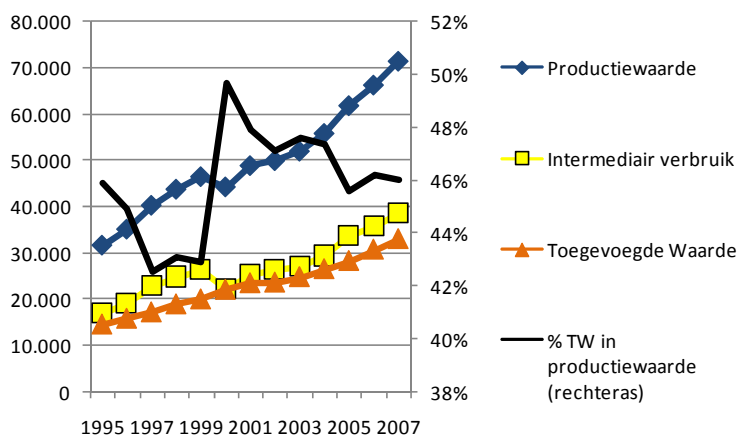
NACE 71- 74	ICT kapitaal per arbeidsuur		Niet-ICT kapitaal per arbeidsuur	
	1997	2005	1997	2005
BE	0,79	1,18	2,96	1,71
FR	1,48	0,53	2,23	1,72
DE	1,58	0,96	3,85	2,69
NL	0,58	0,40	1,37	1,20
EU15	1,02	0,59	2,33	1,59

Bron: GGDC

Outsourcing, automatisering, uittreding en toetreding van bedrijven

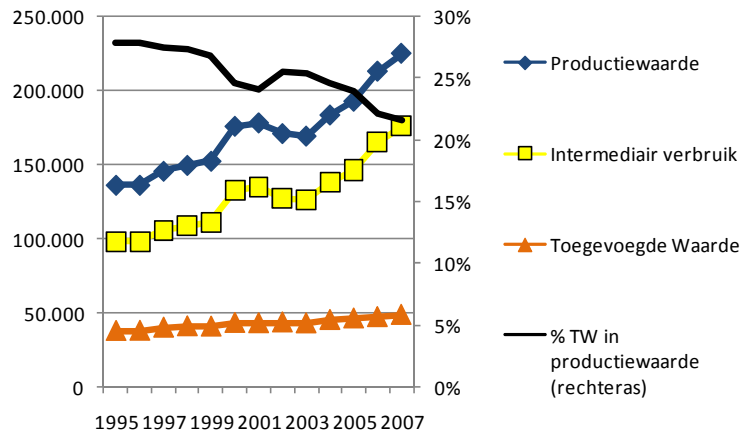
Grafiek 1-8 en Grafiek 1-9 geven weer welk deel van de productiewaarde binnen resp. de ZD en de hele industrie door de producenten zelf wordt geproduceerd. In de ZD bleef het aandeel van de (nominale) toegevoegde waarde in de productiewaarde vrij constant over de periode 1995-2007 terwijl deze in de industrie gevoelig daalde. Dit duidt aan dat de industriebedrijven zich over deze periode specialiseerden.

Grafiek 1-8: Intermediair verbruik (in miljoen euro) in de ZD



Bron: NBB

Grafiek 1-9: Intermediair verbruik (in miljoen euro) in de industrie



Bron: NBB

Het valt op dat het intermediair verbruik in de industrie veel sterker steeg dan in de ZD. Dit kan liggen aan een sterkere prijsstijging van de intermediaire goederen in de industrie dan in de ZD. Daarnaast kan dit erop wijzen dat de verhoging van de productiewaarde in de industrie voornamelijk werd gerealiseerd via outsourcing, o.m. naar zakelijke dienstverleners, wat de sterke stijging van de toegevoegde waarde in de dienstensector mee zou verklaren. Tot slot zien we dat het aandeel van de toegevoegde waarde in de productiewaarde veel hoger is in de ZD dan in de industrie (46,1% t.o.v. 21,7% in 2007).

In Tabel 1-7 zien we hoe de intermediaire consumptie van de zakelijke dienstverleners is samengesteld. Veruit het grootste deel van het intermediair verbruik van de ZD komt van sectorgenoten (67,8% in 2005). Er is dus een intensieve samenwerking tussen zakelijke dienstverleners, wat wijst in de richting van sectorale netwerkvorming. Deze samenwerking is ook sterk gestegen, behalve binnen het segment reclamewezen. Daarnaast onttrekken zakelijke dienstverleners hun intermediaire consumptie uit een hele reeks andere sectoren. We wijzen er wel op dat de input-output tabellen van 2000 en 2005, ook in het vervolg van deze studie, niet zomaar kunnen vergeleken worden. Ze zijn namelijk geënt op verschillende versies van de nationale rekeningen.

Tabel 1-7: Intermediaire consumptie van de Belgische ZD in 2000 en 2005

Nace	Totaal			Binnenlands geproduceerd			Geïmporteerd		
	miljoen euro in 2005	% in 2005	% in 2000	miljoen euro in 2005	% in 2005	% in 2000	miljoen euro in 2005	% in 2005	% in 2000
Totale intermediaire consumptie	32.670	100,0%	100,0%	26.714	81,8%	77,1%	5.956	18,2%	22,9%
74 Services fournis principalement aux entreprises	22.141	67,8%	42,1%	18.437	56,4%	34,0%	3.704	11,3%	8,1%
74B Adviesbureaus op het gebied van bedrijfsvoering en beheer, managementactiviteiten van holdings en coördinatiecentra	10.679	32,7%	18,5%	7.676	23,5%	12,3%	3.003	9,2%	6,1%
74A Rechtskundige dienstverlening, en accountants, boekhouders en belastingconsulenten, markt- en opinieonderzoekbureaus	5.518	16,9%	7,6%	5.211	16,0%	6,8%	307	0,9%	0,8%
74F Opsporings- en beveiligingsdiensten, industriële reiniging, en diverse dienstverlening aan bedrijven	2.169	6,6%	3,8%	2.099	6,4%	3,6%	70	0,2%	0,1%
74C Technisch advies, architecten en ingenieurs, technische testen en analyses	1.463	4,5%	2,6%	1.220	3,7%	1,9%	243	0,7%	0,7%
74D Reclamewezen	1.372	4,2%	7,5%	1.327	4,1%	7,2%	45	0,1%	0,3%
74E Selectie en terbeschikkingstelling van personeel	939	2,9%	2,3%	904	2,8%	2,2%	35	0,1%	0,1%
64 Post en telecommunicatie	819	2,5%	6,4%	721	2,2%	5,7%	98	0,3%	0,7%
92 Cultuur, sport en recreatie	805	2,5%	3,2%	710	2,2%	2,5%	95	0,3%	0,7%
65 Diensten van financiële instellingen, exclusief het verzekeringswezen en pensioenfondsen	715	2,2%	1,2%	537	1,6%	0,3%	177	0,5%	0,9%
63 Vervoerondersteunende activiteiten; reisbureaus	707	2,2%	0,2%	433	1,3%	0,2%	273	0,8%	0,0%
22 Drukwerk en opgenomen media	687	2,1%	10,3%	604	1,8%	9,1%	83	0,3%	1,1%
70 Exploitatie van en handel in onroerend goed	665	2,0%	2,6%	664	2,0%	2,6%	2	0,0%	0,0%
67 Ondersteunende diensten in verband met financiële instellingen	645	2,0%	3,6%	571	1,7%	3,1%	74	0,2%	0,4%
60 Vervoer te land en vervoer via pijpleidingen	631	1,9%	1,1%	481	1,5%	0,9%	150	0,5%	0,2%
71 Verhuur van machines, apparaten en werktuigen zonder bedieningspersoneel en van persoonlijke en huishoudelijke artikelen	598	1,8%	3,7%	505	1,5%	3,3%	93	0,3%	0,4%
55 Hotels en restaurants	490	1,5%	3,5%	170	0,5%	2,1%	320	1,0%	1,4%
51 Groothandel en handelsbemiddeling, met uitzondering van de handel in motorvoertuigen en motorrijwielen	427	1,3%	5,1%	414	1,3%	2,0%	13	0,0%	3,1%
72 Diensten in verband met computers	394	1,2%	4,2%	327	1,0%	3,2%	67	0,2%	0,9%
21 Pulp, papier en papierwaren	345	1,1%	0,7%	200	0,6%	0,1%	144	0,4%	0,7%
Andere sectoren	2.603	8,0%	7,3%	1.941	5,9%	4,3%	662	2,0%	3,0%

Bron: Input-Output tabel voor 2000 en 2005, Federaal Planbureau (2004 en 2010)

Offshoring, het uitbesteden van productieactiviteiten naar buitenlandse leveranciers, is goed voor 18,2% van de totale intermediaire consumptie. In 2005 was 9,2 pp. van de totale intermediaire consumptie afkomstig van import uit subsector 74B, adviesbureaus op het gebied van bedrijfsvoering en beheer, managementactiviteiten van holdings en coördinatiecentra.

Met 5% van de sectorale tewerkstelling en 5% van de toegevoegde waarde speelden Belgische multinationale ondernemingen (MNO) in 1997 een beperkte rol in de Belgische ZD (Tabel 1-8). Daartegenover staat dat 47% van de werknemers in de sector voor een buitenlandse MNO werken en gezamenlijk 52% van de sectorale toegevoegde waarde genereren. Daarmee is hun invloed binnen de ZD groter dan over het geheel van marktdiensten. Dit is ook de snelst groeiende categorie op het vlak van tewerkstelling (+66% tussen 1997 en 2005) waardoor hun aandeel in de tewerkstelling steeg tot 49% in 2005. MNO's hebben dus, meer nog dan in andere marktdiensten, een zeer belangrijke en groeiende rol binnen de ZD in België. Er zijn daarbij meer filialen van buitenlandse ondernemingen in België (resp. 7% van het totale aantal zakelijke dienstverleners) dan Belgische sectorgenoten met een filiaal in het buitenland (3%) en deze buitenlandse MNO's genereren in België gemiddeld meer tewerkstelling en toegevoegde waarde dan de nationale MNO's. De vraag stelt zich waarom er zo'n groot verschil is tussen de (succesvolle) buitenlandse MNO's en de (minder betekenisvolle) Belgische MNO's.

Tabel 1-8: Aandeel en groei van de tewerkstelling en van de toegevoegde waarde voor lokale en multinationale ondernemingen 1997 - 2005

		Aandeel in sector in 1997			(Reële) groei 1997 - 2005		
		Niet MNO	BE MNO	Niet BE MNO	Niet MNO	BE MNO	Niet BE MNO
Tewerkstelling	74	48%	5%	47%	54%	10%	66%
	Marktdiensten	54%	5%	40%	22%	39%	26%
Toegevoegde waarde	74	43%	4%	52%	48%	93%	52%
	Marktdiensten	43%	12%	46%	28%	25%	36%
Aantal bedrijven	74	90%	3%	7%	8%	18%	19%
	Marktdiensten	92%	2%	5%	-3%	-4%	11%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

Aangezien het aandeel in de tewerkstelling van de MNO's (52% in 1997) aanzienlijk hoger is dan het aandeel van de exporteurs (28%, Tabel 1-3), kunnen we aannemen dat een aanwezigheid op de lokale markt meestal noodzakelijk is om in deze sector actief te kunnen zijn.

In de ZD zit er een groter deel van de werkgelegenheid bij grote werkgevers dan in de dienstensector. Zo zien we dat eind 2007 56,6% van de werknemers werkte voor een bedrijf dat in België meer dan 200 werknemers tewerkstelde t.o.v. 44,5% in de dienstensector. Dit kan wijzen op de aanwezigheid van schaalvoordelen of toegangsbarrières binnen de ZD. Kox en Rubalcaba geven aan dat zakelijke dienstverleners inderdaad schaalvoordelen genereren m.b.t. kennis en vaardigheden. De groei van de ZD impliceert dus dat schaalvoordelen die voorheen binnen andere sectoren bestonden nu geconcentreerd zijn binnen de ZD. Door zelf schaalvoordelen te realiseren via de concentratie van kennis en andere vaardigheden reduceren zakelijke dienstenbedrijven m.a.w. de schaalvoordelen en daarmee ook de toegangsbarrières binnen andere sectoren. Doordat zakelijke dienstverleners hun kennis kunnen aanwenden binnen een groter aantal bedrijven en sectoren kunnen zij zich verder specialiseren en meer schaaleffecten genereren dan hun klanten. Dankzij deze nieuwe mogelijkheden van specialisatie zijn er zelfs activiteiten rendabel geworden die voorheen niet op winstgevendende manier binnen één bedrijf konden worden uitgevoerd (Kox en Rubalcaba, 2007, blz. 17).

Tabel 1-9: Verdeling van de werkgelegenheid volgens de grootteklasse van de werkgever in 1997 en in 2007

Grootteklasse van de werkgever	Aantal werknemers in de zakelijke dienstverlening		Aandeel in totale werkgelegenheid zakelijke dienstverlening		Aandeel in totale werkgelegenheid marktdiensten
	1997*	2007*	1997*	2007*	2007*
Minder dan 10 werknemers	38.391	48.759	14,7%	12,8%	19,6%
10 - 49	36.311	59.779	13,9%	15,7%	22,3%
50 - 199	31.639	56.485	12,1%	14,9%	13,7%
200 - 499	21.717	33.105	8,3%	8,7%	7,8%
500 en meer	132.394	182.125	50,8%	47,9%	36,6%
TOTAAL	260.452	380.253	100,0%	100,0%	100,0%

*Tewerkstelling op 31 december

Bron: RSZ – gecentraliseerde gegevens

De relatief grotere omvang van de werkgevers in de ZD kan niet enkel verklaard worden door het bestaan van schaalvoordelen maar eveneens door de aanwezigheid van reputatie-effecten. Meer bepaald bestaat er voor vele zakelijke diensten een probleem van asymmetrische informatie. Dit houdt in dat de gebruikers van een zakelijke dienst, wegens de immateriële en niet gestandaardiseerde aard van het product, niet op voorhand kunnen inschatten hoe waardevol de aangeboden diensten zijn. De markt is dus weinig transparant. Om de waarde van de diensten te schatten zullen klanten dan moeten kijken naar de prestaties van zakelijke dienstverleners in het verleden. De reputaties van gevestigde bedrijven vormen toegangsbarrières voor nieuwe ondernemingen waardoor de markt gesegmenteerd is en er geen volkomen concurrentie heerst (Kox en Rubalcaba, 2007, blz. 45). Deze reputatie-effecten zullen vooral bij complexe diensten een rol spelen. In een dergelijke markt is het best mogelijk dat grotere, gereputeerde ondernemingen met elkaar in concurrentie treden op domeinen waar reputatie sterk van belang is terwijl kleinere bedrijven concurreren met andere, minder reputatiegevoelige diensten. Deze hypothese wordt ondersteund door de empirische vaststelling van Kox, van Leeuwen en van der Wiel dat bedrijven in de ZD eerder concurreren met andere bedrijven van dezelfde grootte dan met ondernemingen met een andere omvang (2007, blz. 208).

Tabel 1-10: Afname en toename van de tewerkstelling door uittreding, inkrimping groei en toetreding in de periode 1997-2005

	Uittreding	Inkrimping	Groei	Toetreding	Totaal
Zakelijke Dienstverlening	-25%	-12%	59%	34%	57%
Marktdiensten	-23%	-14%	36%	26%	25%
Industrie	-19%	-17%	16%	10%	-10%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen¹⁴

Tabel 1-10 maakt duidelijk dat de sterkere werkgelegenheidstoename tussen 1997 en 2005 in de ZD (+57%) dan in al de marktdiensten (+25%) te danken was aan een hogere werkgelegenheidscreatie door groeiende bedrijven en door startende ondernemingen. Dit duidt aan dat deze sector in volle ontwikkeling is. We zien dat de turbulentie (uittreding en toetreding) in de ZD hoger is dan gemiddeld in de marktdiensten en in de industrie.

Om te weten hoe de turbulentie gerelateerd is aan de sectorproductiviteit gaan we ook na in welke mate toe- en uitreders evenals groeiende en krimpende ondernemingen productiever zijn dan het sectorgemiddelde (Tabel 1-11). We houden hierbij geen rekening met de laagproductieve subsector arbeidsbemiddeling (nace 745).

Tabel 1-11: Afname en toename van de reële productiviteit in de ZD per bedrijfscategorie in de periode 1997-2005*

	% van gemiddelde sectorproductiviteit 1997 en 2005		Groei 1997-2005
	1997	2005	
Uittredend	95,49%	-	-
Inkrimpend	98,93%	113,37%	14,60%
Groeiend	101,72%	94,28%	-7,31%
Toetredend	-	107,10%	-
Zakelijke dienstverlening	99,73%	100,27%	0,53%
Marktdiensten	99,81%	105,20%	5,40%

*Zonder subsector 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

Tussen 1997 en 2005 steeg de reële TWP bij de Belgische zakelijke dienstverleners met slechts 0,5% terwijl deze met 5,4% steeg over al de marktdiensten (niet gecorrigeerd voor conjuncturele invloeden). Hierachter gaan enkele opmerkelijke ontwikkelingen schuil. Zo zien we dat de startende ondernemingen in 2005 gemiddeld productiever waren dan hun sectorgenoten. Dit contrasteert met de gebruikelijke situatie aangezien nieuwe ondernemingen doorgaans pas na enkele jaren hun TWP kunnen op peil brengen via de realisatie van leereffecten en schaalvoordelen. Dit suggereert dat toetreding in de ZD gedreven wordt door productiviteitsvoordelen. Schaalvoordelen lijken in deze sector niet de voornaamste oorzaak van groei te zijn aangezien de gemiddelde productiviteit bij groeiende bedrijven daalde over de periode 1997-2005. Automatisering en uitbesteding lijken wel te leiden tot een hogere productiviteit aangezien krimpende bedrijven hun productiviteit konden opdrijven met 14,6%. Toch mogen we hieruit niet afleiden dat er geen schaalvoordelen heersen in de ZD. Kox, van Leeuwen en van der Wiel vinden sterke aanwijzingen voor toenemende meeropbrengsten binnen de

¹⁴ De percentages geven aan welk aandeel van de totale werkgelegenheid in 1997 verdween of gecreëerd werd als gevolg van uittreding, inkrimping, groei en toetreding. Hierbij wordt geen rekening gehouden met de bedrijven die startten na 1997 maar die voor 2005 failliet gingen. De registratie van bedrijven gebeurt op basis van hun ondernemingsnummer. Een verandering van ondernemingsnummer als gevolg van een fusie of opsplitsing wordt dus geregistreerd als zowel uittreding als toetreding.

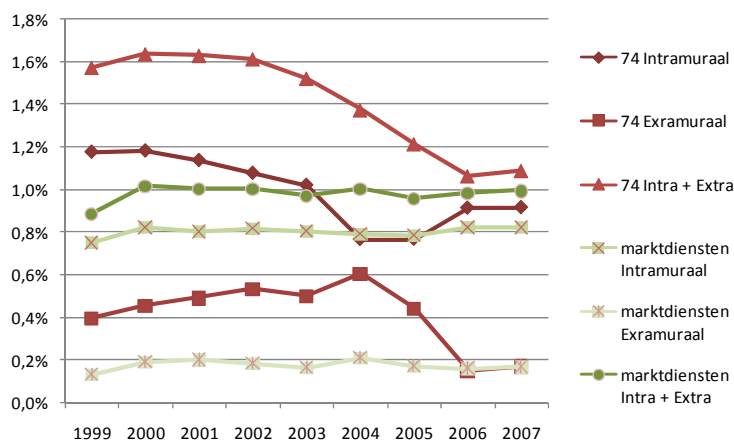
ZD (2007, blz. 208). Vanaf een zekere omvang wegen de voordelen van een grotere omvang echter niet meer op tegen de stijgende X-inefficiënties¹⁵. Een meer gedetailleerde analyse moet toelaten om een beter zicht te krijgen op de factoren die achter de hier beschreven ontwikkelingen schuilgaan. Zoals al bleek uit Grafiek 1-1 was de gemiddelde productiviteit in de marktdiensten in 2005 hoger dan in de ZD.

Innovatiestrategie

In 2008 hadden 54,5% van de personen die actief waren in de ZD in België een diploma hoger onderwijs tegenover 35,8% over al de marktdiensten¹⁶. Dit illustreert dat de ZD een creatieve sector is waar kennis een belangrijke input vormt. Ondanks dit hoger scholingsniveau bedroeg het gemiddelde uurloon in deze sector in 2005 slechts 96% van het gemiddelde over al de marktdiensten. Vermoedelijk zitten de doorgaans lagere lonen van werknemers die via arbeidsbemiddeling worden aangeworven hier voor iets tussen. Het belang van kennis neemt ook toe, aangezien het aandeel van hoogopgeleiden in de ZD met 10% (of 5 pp.) steeg tussen 1996 en 2008. We zien een inhaalbeweging in het geheel van marktdiensten aangezien het percentage hooggeschoolden hier steeg met 35,5% of 9,4 pp.

Dienstensectoren investeren gemiddeld minder in O&O dan de industrie. Zakelijke dienstverleners investeren wel meer in O&O dan andere dienstverleners (Grafiek 1-10). Het aandeel van de O&O-uitgaven in de toegevoegde waarde is echter sterk gedaald over de voorbije jaren waardoor de voorsprong op de marktdiensten grotendeels is verdwenen.

Grafiek 1-10: Aandeel O&O uitgaven in toegevoegde waarde



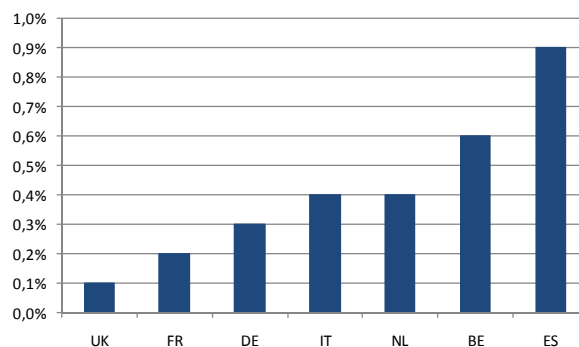
Bron: POD Wetenschapsbeleid

Binnen de Belgische ZD wordt er relatief meer geïnvesteerd in (intramuraal) O&O dan in de meeste referentielanden (Grafiek 1-11).

¹⁵ Een mogelijke bron van dergelijke inefficiënties is een lage concurrentiedruk als gevolg van een hoge marktconcentratie ; een strenge productregelgeving of hoge toetredingskosten.

¹⁶ Bron: Enquête naar de arbeidskrachten.

Grafiek 1-11:Aandeel intramurale O&O uitgaven in toegevoegde waarde in 2006



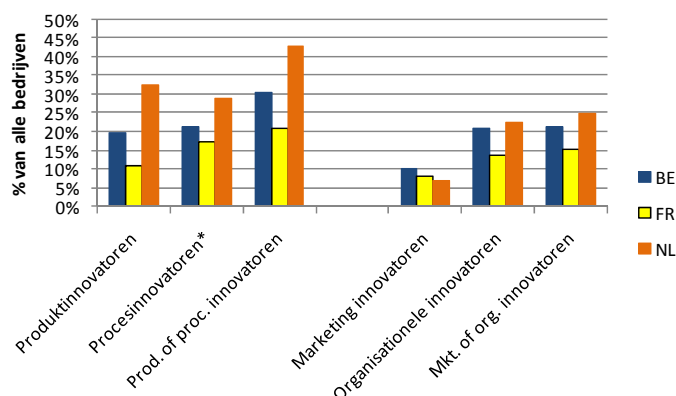
Bron: OESO – STAN database

Een andere indicator voor de kennisintensiteit van de ZD is de geleverde inspanning voor opleiding. Op dit vlak scoort de ZD, met een aandeel van de formele opleidingskosten in de totale loonmassa van 0,91% in 2008, minder goed dan het geheel aan niet-financiële ondernemingen (1,10%). Er is hier weinig veranderd sinds 1997 (resp. 0,60% en 1,00%). Wanneer we evenwel ook rekening houden met de informele opleidingen, dan blijken de ondernemingen in de ZD wel een groter deel van de loonmassa te investeren in opleidingen (1,64% in 2008) dan in het geheel aan niet-financiële ondernemingen (1,47%). In de ZD zijn de informele opleidingen dus duidelijk belangrijker dan in andere sectoren. Terwijl de sector meer investeert in opleidingen, wordt er een kleiner aandeel van de gewerkte uren besteed aan opleidingen (0,84% t.o.v. 1,00% in de niet-financiële ondernemingen). We merken op dat in deze vergelijking ook de industriële sectoren zijn begrepen. Rekening houdende met de andere indicatoren kunnen we stellen dat de kennisintensiteit in de ZD hoger is dan in andere dienstensectoren.

De CIS¹⁷ enquête, die loopt over de periode 2002-2004, gaat dieper in op geleverde inspanningen voor innovatie en de hieruit verkregen resultaten. Uit Grafiek 1-12 blijkt dat de zakelijke dienstverleners in België vaker aan produkt- en procesinnovatie doen dan in Frankrijk, maar minder dan in Nederland. Technologische innovaties zijn belangrijker dan niet-technologische innovaties (marketing en organisatorische wijzigingen). Deze resultaten dienen echter genuanceerd te worden aangezien er in verschillende landen en bedrijven een andere invulling kan worden gegeven aan het concept 'innovatie'. Onderzoek geeft aan dat er een complementariteit bestaat tussen technologische en niet-technologische innovaties in de dienstensector (Howells et al., 2007, blz. 150).

¹⁷ Community Innovation Survey

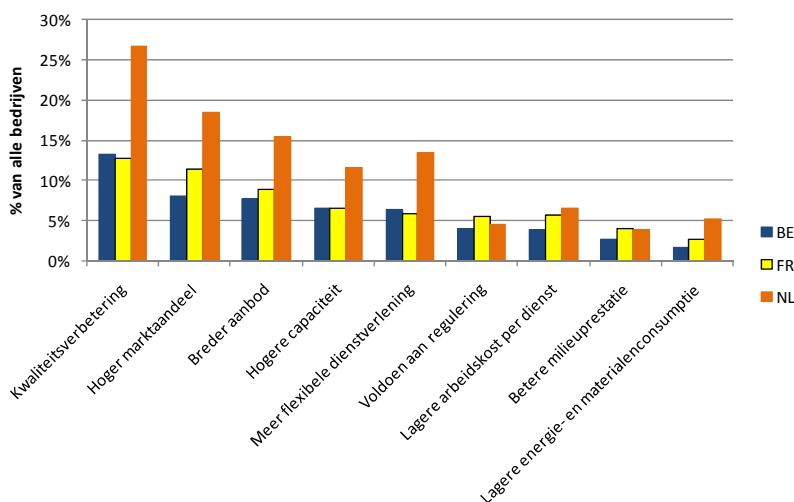
Grafiek 1-12: Aantal innovatoren volgens type innovatie tussen 2002 en 2004



*Het betreft technologische procesinnovaties. Niet-technologise procesinnovatie worden beschouwd als organisatorische innovaties
Bron: CIS4-enquête

Het meest voorkomende effect van innovaties in de Belgische ZD over de periode 2002-2004 was een kwaliteitsverbetering van de geleverde diensten (Grafiek 1-13). Daarna volgen een groter marktaandeel en een verbreding van het aangeboden dienstengamma. Een lager verbruik van energie en materialen; betere milieuprestaties of een lagere arbeidskost per dienst zijn minder vaak het gevolg van innovaties in de ZD.

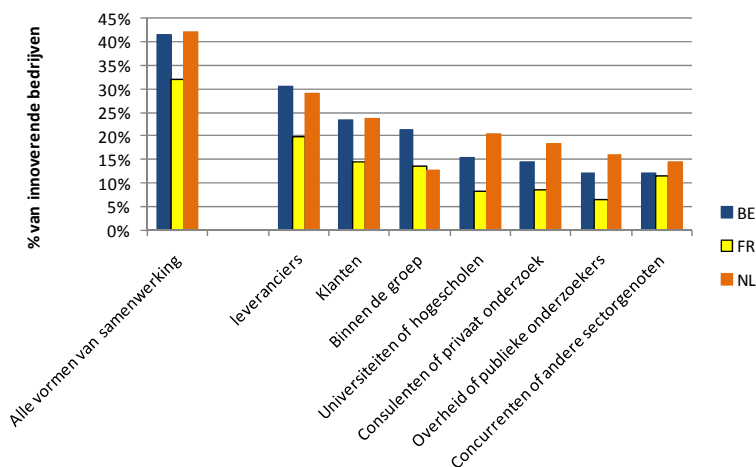
Grafiek 1-13: Effecten van innovatie in de ZD tussen 2002 en 2004



Bron: CIS4-enquête

In België gebeurt innovatie door zakelijke dienstverleners ongeveer even vaak als in Nederland en meer dan in Frankrijk in samenwerking met externe partners (Grafiek 1-14). De belangrijkste partners zijn daarbij de leveranciers van uitrusting, materialen of software; klanten en andere leden van de bedrijfsgroep.

Grafiek 1-14: Belang en aard van samenwerking rond innovatie in de ZD tussen 2002 en 2004



Bron: CIS4-enquête

Binnenlandse vraag

In Tabel 1-12 geven we een overzicht van de belangrijkste afnemers van de ZD. Een eerste vaststelling is dat zowat al de Belgische sectoren zakelijke diensten gebruiken als input voor hun productie. Meer dan één derde van de ZD was in 2005 ten dienste van sectorgenoten en 10,7% ging naar de groothandel. 14,5% van de intermediaire zakelijke dienstenconsumptie in België in 2005 was geïmporteerd, wat minder is dan het percentage Belgische zakelijke diensten dat werd geëxporteerd (18,1%).

Tabel 1-12: Intermediaire consumptie van zakelijke diensten binnen de economie in 2000 en 2005*

Nace code	Totaal				Binnenlands geproduceerd			Geïmporteerd		
	miljoen euro in 2005	% ZD in de intern. consumptie van de betrokken sector	% van de intern. consumptie van ZD in België in 2005	% van de intern. consumptie van ZD in België in 2000	miljoen euro in 2005	% van de intern. consumptie van ZD in België in 2005	consumptie van ZD in België in 2000	miljoen euro in 2005	% van de intern. consumptie van ZD in België in 2005	% van de intern. consumptie van ZD in België in 2000
Binnen de economie	55.938	15,9%	100,0%	100,0%	47.853	85,5%	83,9%	8.085	14,5%	16,1%
74 Overige zakelijke dienstverlening	22.141	67,8%	39,6%	22,8%	18.437	33,0%	18,4%	3.704	6,6%	4,4%
51 Groothandelsactiviteiten	5.972	24,2%	10,7%	15,1%	5.062	9,0%	12,5%	910	1,6%	2,6%
52 Detailhandelsactiviteiten	2.112	25,3%	3,8%	4,4%	1.858	3,3%	3,7%	254	0,5%	0,7%
72 Informatica-activiteiten	1.909	35,5%	3,4%	3,2%	1.568	2,8%	2,5%	341	0,6%	0,7%
45 Bouw	1.837	6,2%	3,3%	4,0%	1.551	2,8%	3,3%	286	0,5%	0,7%
15 Voedingsnijverheid	1.639	7,7%	2,9%	3,7%	1.465	2,6%	3,3%	174	0,3%	0,3%
24 Chemie	1.490	5,3%	2,7%	3,9%	1.290	2,3%	3,2%	200	0,4%	0,7%
63 Vervoerondersteunende activiteiten	1.328	8,9%	2,4%	2,6%	1.199	2,1%	2,3%	130	0,2%	0,3%
67 Hulpbedrijven van financiële instellingen	1.182	19,8%	2,1%	2,5%	1.039	1,9%	2,1%	143	0,3%	0,3%
55 Horeca	1.123	16,5%	2,0%	1,8%	989	1,8%	1,6%	133	0,2%	0,2%
85 Gezondheidszorginstellingen	1.100	10,2%	2,0%	1,6%	1.050	1,9%	1,5%	50	0,1%	0,1%
70 Verhuur en handel in onroerend goed	1.071	13,7%	1,9%	1,5%	911	1,6%	1,2%	161	0,3%	0,2%
50 Handelsactiviteiten in motorvoertuigen	991	18,6%	1,8%	3,6%	905	1,6%	3,0%	86	0,2%	0,6%
64 Post en telecommunicatie	853	14,4%	1,5%	1,9%	744	1,3%	1,5%	109	0,2%	0,3%
75 Overheid	825	16,8%	1,5%	1,2%	761	1,4%	1,1%	64	0,1%	0,1%
92 Culturele en sportieve activiteiten	818	19,5%	1,5%	1,3%	735	1,3%	1,2%	83	0,1%	0,2%
40 Productie en distributie van elektriciteit en gas	804	18,0%	1,4%	1,3%	671	1,2%	1,0%	133	0,2%	0,4%
66 Verzekeringswezen	802	20,2%	1,4%	1,4%	719	1,3%	1,1%	83	0,1%	0,2%
65 Banken	801	16,8%	1,4%	2,0%	690	1,2%	1,9%	111	0,2%	0,1%
71 Verhuur zonder bedieningspersoneel	646	22,2%	1,2%	2,7%	548	1,0%	2,1%	97	0,2%	0,6%
22 Uitgeverijen	637	17,4%	1,1%	1,7%	570	1,0%	1,5%	66	0,1%	0,2%
Andere sectoren	5.858	5,1%	10,5%	16,0%	5.090	9,1%	13,9%	767	1,4%	2,2%

* Er werd enkel gekeken naar de intermediaire consumptie van ZD (nace 74) in België en niet naar het gebruik van ZD voor investeringen of naar de finale consumptie ervan

Bron: Input-Output tabellen voor 2000 en 2005, Federaal Planbureau (2004, 2010)

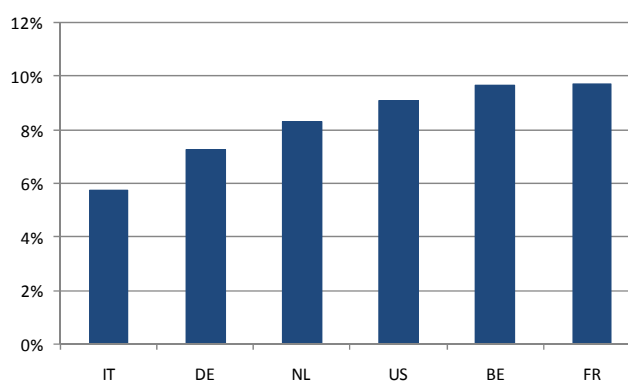
Wanneer we nagaan in welke sectoren ZD het grootste aandeel inneemt binnen de intermediaire consumptie, dan zien we op de eerste plaats de ZD zelf (cf. supra). Het grote en toenemende belang van ZD als input voor de ZD zien we ook in andere (West-)Europese landen. Dit wijst op een toenemende verticale fragmentatie en specialisatie binnen de ZD, die volgt uit een stijgende

kennisintensiteit waarbij zakelijke dienstverleners kennis overdragen naar hun klanten (Kox en Rubalcaba, 2007; p. 20). Binnen de industriesectoren wordt er relatief minder beroep gedaan op ZD. Vermoedelijk komt dit doordat kapitaal, grondstoffen en energie hier belangrijkere inputfactoren zijn. Door het zeer grote intermediaire verbruik van de industrie (cf. Grafiek 1-9) blijft deze in absolute termen wel een belangrijke afnemer van ZD. Zo hebben we berekend dat 12% van de binnenlandse afzet van zakelijke diensten in 2005 naar de industriesector ging¹⁸. We zijn ook één stap verder gegaan door te kijken naar de mate waarin de andere afnemers van ZD hun producten afzetten bij de industrie¹⁹. Aldus hebben we berekend dat er nog eens 10,9% van de binnenlandse afzet van de ZD via andere sectoren wordt geleverd aan de industrie, waardoor de industrie goed is voor meer dan één vijfde van de binnenlandse vraag naar ZD. Vergelijkingen over verschillende Europese landen hebben aangegeven dat de chemiesector, rekening houdend met hun indirect gebruik (i.e. de totale intermediaire consumptie van ZD over de hele productiekolom), een intensieve gebruiker is van ZD (Bakker, 2007, p. 104). We merken ook de nauwe samenwerking op van de distributie en van de informaticasector met de ZD.

Uit

Tabel 1-2 bleek al dat het overgrote deel van de Belgische ZD gaat naar het binnenlandse intermediair verbruik. Grafiek 1-15 geeft aan dat de Belgische zakelijke dienstverleners daarbij kunnen rekenen op een relatief grote lokale vraag, in 2007 gelijk aan 9,7% van de totale binnenlandse vraag. Aangezien de ZD vooralsnog vnl. op de binnenlandse markt gericht is, vormt dit een belangrijk voordeel. Vanzelfsprekend reflecteert het belang van de Belgische markt deels de specialisatie van België in ZD, aangezien ZD hier de belangrijkste input vormt (cf. Tabel 1-7). Samen met de groei van de sector was er een sterke groei van de Belgische vraag naar ZD, nl. van 8,8% in 2002 tot 9,7% van de totale vraag in 2007. De Belgische binnenlandse vraag per inwoner was in 2007 hoger dan in al de andere beschouwde landen.

Grafiek 1-15: Aandeel ZD in binnenlandse vraag in 2007



Bron: OESO, EUROSTAT

¹⁸ Hierbij werd geen rekening gehouden met de vraag naar ZD voor investeringen omdat we niet weten welk aandeel de industrie hierin heeft.

¹⁹ Het betreft een benadering aangezien we enkel hebben gekeken naar de (gewogen) consumptie van ZD door de leveranciers van de industrie en niet naar deze vanwege indirecte leveranciers.

1.3 Beschrijving van de subsectoren

1.3.1 Sleutelindicatoren

Werkgelegenheid en toegevoegde waarde

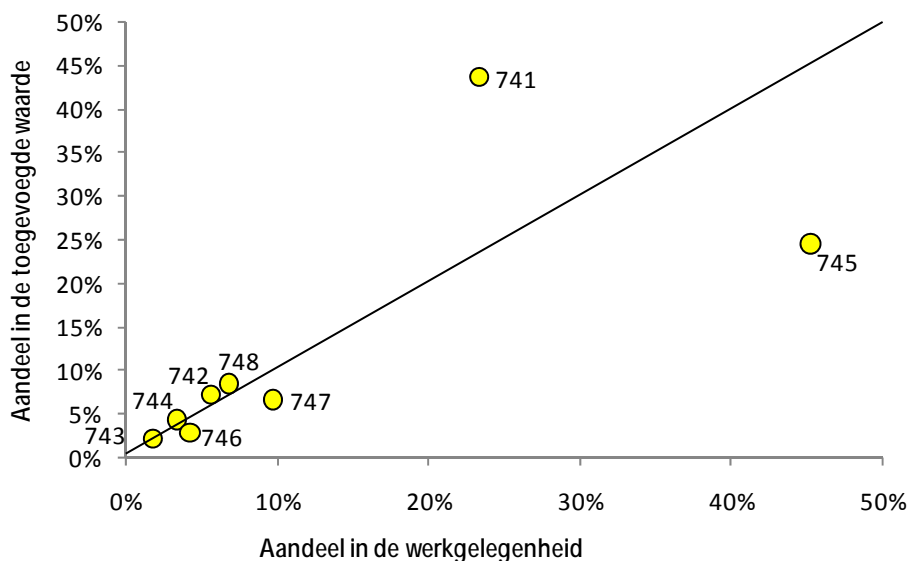
Verband werkgelegenheid, toegevoegde waarde en TWP

Zoals we reeds opmerkten, vallen de productiviteit en de tewerkstelling van de subsector arbeidsbemiddeling (745) niet te vergelijken met deze in de andere subsectoren. Dit komt doordat de werknemers die via uitzendkantoren worden ingezet in andere bedrijven worden tewerkgesteld door die uitzendkantoren. De toegevoegde waarde die deze werknemers binnen het segment 745 realiseren blijft beperkt tot vergoedingen en commissies die de arbeidsbemiddelaars ontvangen bovenop het loon van de uitzendkrachten. Voor zover deze werknemers een toegevoegde waarde realiseren binnen de bedrijven waar zij werkzaam zijn die hoger ligt dan de vergoeding die deze bedrijven hiervoor betalen, wordt deze toegerekend aan de toegevoegde waarde van de opdrachtgever. Bovendien bevinden zich in dit segment al de werknemers die via dienstencheques zijn tewerkgesteld. Het betreft vnl. weinig productieve arbeid die verricht wordt door laaggeschoolde werknemers. Door deze twee factoren is het aandeel van segment 745 in de sectorale tewerkstelling (45,3% in 2005²⁰) heel wat groter dan zijn aandeel in de toegevoegde waarde (24,5%), wat aangeeft dat de TWP in dit segment sterk onder het sectorgemiddelde ligt.

Het tweede grootste segment van de ZD inzake tewerkstelling (na subsector 745, arbeidsbemiddeling) is de advies- en bijstandsverlening aan de bedrijfswereld (741). Het betreft zowel juridische als boekhoudkundige of managementdiensten. Zoals blijkt uit zijn ligging boven de 45 gradenlijn op Grafiek 1-16, ligt de arbeidsproductiviteit hier boven het gemiddelde van de sector. De overige segmenten zijn duidelijk minder omvangrijk. Subsectoren 747, industriële reiniging, en 746, opsporings- en beveiligingsdiensten, hebben een relatief lage TWP. De andere segmenten hebben een gemiddelde productiviteit.

²⁰ Bron: VIO databank; zie bijlage 1 voor een gedetailleerde beschrijving van de tewerkstelling per subsector.

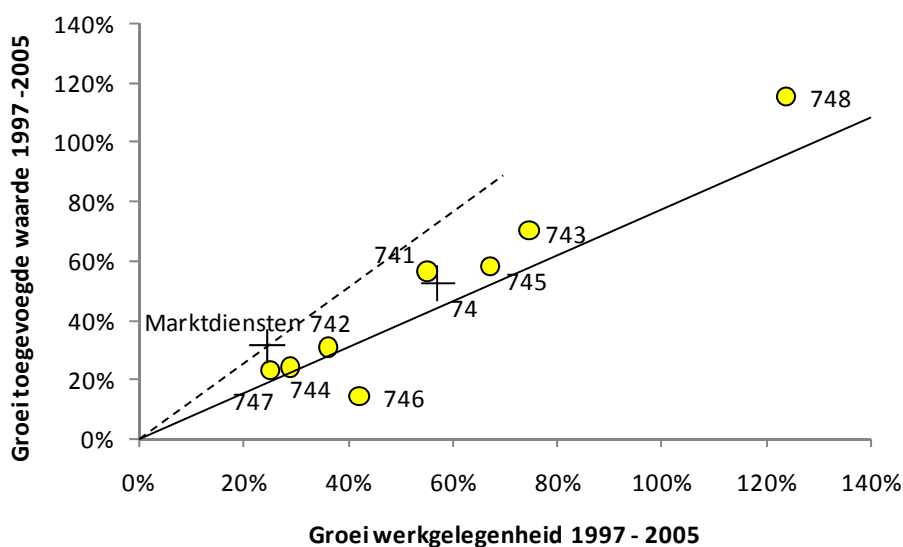
Grafiek 1-16: Aandeel van de subsectoren in de totale werkgelegenheid en toegevoegde waarde van de ZD in 2005



Bron: VIO databank en eigen berekeningen

Grafiek 1-17 geeft aan dat al de subsectoren van de ZD een aanzienlijke stijging van de werkgelegenheid kenden over de periode 1997-2005, met sterke verschillen per segment. Op de opsporings- en beveiligingsdiensten na, steeg de toegevoegde waarde in al de segmenten sterker dan de werkgelegenheid wat wijst in de richting van een toename van de TWP. Het is zorgwekkend dat er in al de segmenten van de ZD per extra werknemer minder bijkomende toegevoegde waarde wordt gegenereerd dan in de marktdiensten, zoals blijkt uit hun ligging rechts van de stippellijn. Blijkbaar bestaan er binnen de zakelijke diensten meer moeilijkheden dan in andere dienstensectoren om de TW op te drijven. Zoals Tabel 1-5 reeds suggereerde, wijst dit er ook op dat de toegevoegde waarde in de ZD meer dan in andere marktdiensten toeneemt dankzij een stijging van het arbeidsaanbod dan via kapitaalverdieping.

Grafiek 1-17: Ontwikkeling reële toegevoegde waarde per werknemer en werkgelegenheid 1997-2005 in de deelsectoren van de ZD²¹



Bron: VIO databank en eigen berekeningen

De bovenstaande grafieken laten wel toe om een beeld te krijgen van de onderlinge verhouding van de verschillende subsectoren maar voor een beter begrip van de specialisatie en het concurrentievermogen van de verschillende segmenten is een vergelijking met de buitenlandse sectorgenoten meer aangewezen. Hiervoor gebruiken we de gegevens van EUROSTAT.

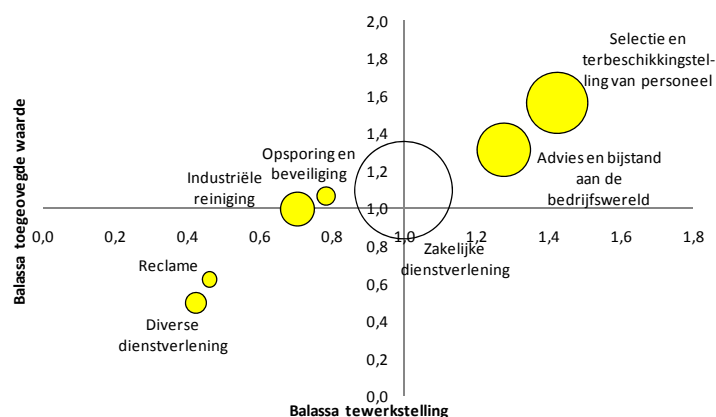
Vergelijking met de drie buurlanden

De horizontale as in Grafiek 1-18 geeft aan in welke mate het aandeel van de ZD en zijn subsectoren in de tewerkstelling van de marktdiensten in 2007 groter was in België dan in de drie buurlanden (EU3²²). De verticale as maakt dezelfde vergelijking op basis van de toegevoegde waarde. Wanneer het gewicht van een sector in de tewerkstelling of toegevoegde waarde van de marktdiensten groter is in België dan in de EU3 (balassa groter dan 1) dan geeft dit blijk van een specialisatie in die sector. Zo zien we dat het aandeel van de selectie en terbeschikkingstelling van personeel in de tewerkstelling en in de toegevoegde waarde van de Belgische marktdiensten resp. 1,4 en 1,6 keer groter was dan in de EU3. Het aandeel van de subsector 'advies en bijstand aan de bedrijfs wereld' in de dienstentewerkstelling en toegevoegde waarde was in 2007 1,3 keer groter in België dan in de EU3. We kunnen dus stellen dat de Belgische ZD gespecialiseerd is in de arbeidsbemiddeling en in advies- en bijstandsverlening. In de andere, minder omvangrijke, subsectoren zijn we duidelijk minder gespecialiseerd aangezien deze in België een kleiner deel van de tewerkstelling in de marktdiensten voor hun rekening nemen dan in de EU3.

²¹ De ontwikkeling van de reële toegevoegde waarde per werknemer werd berekend via de deflator van de toegevoegde waarde op NACE-2 niveau. In de mate dat de prijsevolutie van de subsectoren in nace 74 boven of onder het sectorgemiddelde liggen, zal dit aanleiding geven tot een resp. over- of onderschatting van de reële productiviteitsvolutie.

²² DE; FR; NL.

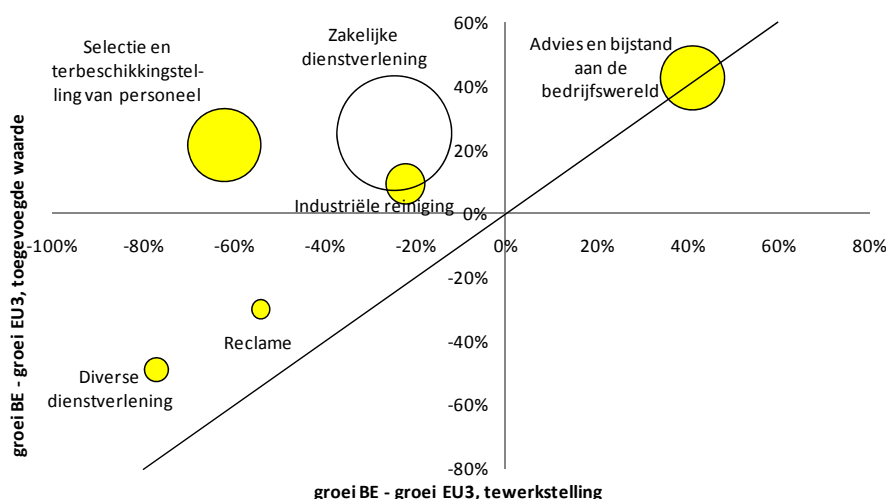
Grafiek 1-18: Specialisatie subsectoren van ZD in 2007, vergelijking BE-EU3
(grootte bel = aandeel in tewerkstelling ZD in BE)



Bron: EUROSTAT - Structural Business Statistics

Om beter te begrijpen hoe de verschillende subsectoren in België presteren in vergelijking met hun buitenlandse concurrenten en om bijgevolg ook in te zien of hun voorsprong of achterstand vergroot, gaan we eveneens na in welke mate de tewerkstelling en toegevoegde waarde sneller groeien in België dan in de EU3. Op Grafiek 1-19 zien we dat de toegevoegde waarde in de drie belangrijkste subsectoren van de ZD tussen 2000 en 2007 sterker groeide in België dan in de EU3 (niet gecorrigeerd voor conjuncturele invloeden). Enkel de subsector 741, advies en bijstand aan de bedrijfswereld, slaagde er echter in om tegelijkertijd ook meer werkgelegenheid te creëren. Het valt op dat in elk segment van de Belgische ZD de toegevoegde waarde sterker toenam t.o.v. de EU3 dan de tewerkstelling. Dit suggereert dat de groeiende activiteiten in de Belgische ZD gemiddeld productiever zijn dan in de EU3.

Grafiek 1-19: Vergelijking groei tewerkstelling en toegevoegde waarde België – EU3, 2000-2007 (Grootte bel = aandeel in tewerkstelling ZD in BE in 2007)



Bron: EUROSTAT - Structural Business Statistics

Export

Tabel 1-13: Aandeel en groei van de tewerkstelling bij exporterende bedrijven 1997-2005

Sector	Aandeel in % zakelijke dienstverlening 2005		Aandeel in % deelsector 2005		Groei (1997 - 2005)	
	Totaal	Export	Export	Export	Totaal	Export
741	23%	9%	38%	55%	40%	
742	6%	2%	42%	36%	41%	
743	2%	1%	46%	75%	71%	
744	3%	1%	40%	29%	24%	
745	45%	8%	17%	67%	252%	
746	4%	2%	58%	42%	10%	
747	10%	4%	42%	25%	74%	
748	7%	3%	37%	124%	94%	
74	100%	30%	30%	57%	71%	
Marktdiensten	100%	53%	53%	25%	19%	

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

We zagen al dat er in de Belgische ZD minder tewerkstelling en toegevoegde waarde zit bij exporteurs dan over al de marktdiensten. In Tabel 1-13 zien we dat dit het geval is voor al de segmenten, behalve voor 746 opsporings- en beveiligingsdiensten. In de subsector 745 arbeidsbemiddeling bevindt zich een opvallend laag aandeel van de tewerkstelling en van de toegevoegde waarde bij exporteurs (beiden gelijk aan 17%, Tabel 1-14). Daartegenover staat dat de werkgelegenheid en de toegevoegde waarde bij de exporteurs in zowat al de segmenten van de ZD sterker groeit dan in de marktdiensten met als uitschieter subsector 745 arbeidsbemiddeling.

Tabel 1-14: Aandeel en groei van de toegevoegde waarde bij exporterende bedrijven 1997-2005

Sector	Aandeel in % zakelijke dienstverlening 2005		Aandeel in % deelsector 2005		Groei (1997 - 2005)	
	Totaal	Export	Export	Export	Totaal	Export
741	44%	21%	47%	55%	50%	
742	7%	3%	44%	30%	33%	
743	2%	1%	48%	69%	68%	
744	4%	2%	44%	23%	15%	
745	24%	4%	17%	57%	159%	
746	3%	1%	50%	13%	-24%	
747	7%	3%	43%	22%	70%	
748	9%	4%	46%	113%	104%	
74	100%	39%	39%	51%	53%	
Marktdiensten	100%	65%	65%	31%	26%	

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

Tabel 1-15 maakt duidelijk dat de exporteurs in elk segment van de ZD behalve de beveiligingsdiensten heel wat productiever zijn dan de niet-exporterende bedrijven. Het is evenwel onzeker in welke mate deze ondernemingen konden exporteren omdat zij beter presteren en in hoeverre hun betere prestaties te danken zijn aan hun exportactiviteiten.

Tabel 1-15: Productiviteit bij exporterende bedrijven als % van de gemiddelde productiviteit in de ZD in 2005

	Totaal	Exporteurs
741	186,9%	233,8%
742	129,3%	135,9%
743	121,9%	126,7%
744	130,7%	144,4%
745	54,1%	56,5%
746	69,3%	59,1%
747	68,7%	70,7%
748	126,5%	156,9%
74	100,0%	131,4%
Marktdiensten	144,7%	175,9%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

Uit bovenstaande gegevens is duidelijk geworden dat de Belgische ZD is gespecialiseerd in de subsectoren 741 (advies en bijstand aan de bedrijfswereld) en 745 (selectie en terbeschikkingstelling van personeel). Dit zijn ook de twee grootste segmenten en zij kenden de afgelopen jaren een sterke groei van de tewerkstelling en van de toegevoegde waarde. We zullen in het tweede hoofdstuk dan ook meer in detail analyseren wat de bronnen zijn van het concurrentievermogen binnen deze twee subsectoren. Daarnaast zagen we dat de subsector reclamewezen in België weinig ontwikkeld is en een lage groei kent. Om een beter zicht te krijgen op de zwaktes binnen de Belgische ZD zullen we ook deze sector verder analyseren. Hieronder geven we alvast een meer gedetailleerde beschrijving van deze drie segmenten.

1.3.2 Structurele karakteristieken

Outsourcing, automatisering, uittreding en toetreding van bedrijven

In 2005 was het aandeel van het intermediaire verbruik in de productiewaarde van subsector 741, advies en bijstand aan de bedrijfswereld, gelijk aan 52,9% en in segment 744, reclamewezen bedroeg dit 81,3%²³. In subsector 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, was dit slechts 11,5%. In dit laatste segment speelt het intermediair verbruik dus een beperkte rol in het productieproces. Arbeid speelt hier daarentegen een veel belangrijkere rol, aangezien de verloning van de werknemers 88,9% van de productiewaarde inneemt t.o.v. 11,6% in de advies- en bijstandsverlening en 24,2% in heel de economie. Dit onderstreept wederom het uitzonderlijk arbeidsintensieve karakter van de arbeidsbemiddeling.

Tabel 1-16 geeft weer uit welke sectoren het intermediaire verbruik van de Belgische advies- en bijstandsverleners in 2005 afkomstig was. Een eerste vaststelling is dat dit segment meer dan één vijfde van zijn inputs uit het buitenland importeert. Er is een grote en sterk toenemende samenwerking tussen de bedrijven uit dit segment, aangezien een groot deel van de inputs afkomstig is van bedrijven uit dezelfde nace categorie (741). Doordat de zeer grote en stijgende intrasectorale toelevering zo sterk gestegen is, is het gewicht van de andere toeleverende sectoren relatief klein en dalend. De belangrijkste van deze leveranciers betreffen financiële of transportdiensten. Het aandeel van de ICT, dat in 2000 nog tot de belangrijkste productiefactoren behoorde, is opvallend gedaald. Mogelijks ligt dit aan de daling van de prijzen in deze sector.

²³ Productiewaarde gemeten tegen basisprijzen. Bron: Input-Output tabel voor 2005, Federaal Planbureau (2010)

Tabel 1-16: Intermediaire consumptie van nace 741, advies en bijstand aan de bedrijfswereld, in 2000 en 2005

Nace code	Totaal			Binnenlands geproduceerd			Geïmporteerd		
	miljoen euro	% van het intermediair verbruik van 741		miljoen euro	% van het intermediair verbruik van 741		miljoen euro	% van het intermediair verbruik van 741	
	2005	2005	2000	2005	2005	2000	2005	2005	2000
Binnen de hele economie	18.688	100,0%	100,0%	14.843	79,4%	73,4%	3.845	20,6%	26,6%
74B Adviesbureaus op het gebied van bedrijfsvoering en beheer, managementactiviteiten van holdings en coördinatiecentra	8.597	46,0%	27,1%	6176	33,0%	18,2%	2422	13,0%	9,0%
74A Rechtskundige dienstverlening, en accountants, boekhouders en belastingconsulenten, markt- en opinieonderzoekbureaus	4.778	25,6%	12,9%	4517	24,2%	11,6%	261	1,4%	1,3%
63 Vervoerondersteunende activiteiten; reisbureaus	640	3,4%	0,3%	373	2,0%	0,2%	267	1,4%	0,0%
67 Ondersteunende diensten in verband met financiële instellingen	533	2,9%	7,3%	472	2,5%	6,4%	61	0,3%	0,9%
65 Diensten van financiële instellingen, exclusief het verzekeringswezen en pensioenfondsen	504	2,7%	2,4%	378	2,0%	0,6%	126	0,7%	1,8%
74F Opsporings- en beveiligingsdiensten, industriële reiniging, en diverse dienstverlening aan bedrijven	476	2,5%	0,7%	457	2,4%	0,7%	19	0,1%	0,0%
60 Vervoer te land en vervoer via pijpleidingen	411	2,2%	1,0%	316	1,7%	0,9%	95	0,5%	0,2%
55 Hotels en restaurants	357	1,9%	5,2%	125	0,7%	3,2%	232	1,2%	2,0%
70 Exploitatie van en handel in onroerend goed	324	1,7%	3,5%	323	1,7%	3,5%	1	0,0%	0,0%
74D Reclamewezen	272	1,5%	2,0%	263	1,4%	1,9%	9	0,0%	0,1%
64 Post en telecommunicatie	200	1,1%	4,0%	172	0,9%	3,6%	27	0,1%	0,4%
15 Voedingsmiddelen en dranken	196	1,0%	0,0%	168	0,9%	0,0%	28	0,2%	0,0%
Andere sectoren	1.401	7,5%	33,8%	1.103	5,9%	10,9%	297	1,6%	22,7%

Bron: Input-Output tabellen voor 2000 en 2005, Federaal Planbureau (2004, 2010)

Onder de arbeidsbemiddelaars zijn de mogelijkheden van offshoring beperkter aangezien in 2005 slechts 14,3% van het intermediair verbruik hier uit het buitenland afkomstig was (Tabel 1-17). Belangrijke leveranciers komen uit de subsector 74B; en uit de immobiliënsector. Daarnaast maakt dit segment ook veel gebruik van ICT.

Tabel 1-17: Intermediaire consumptie van nace 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, in 2000 en 2005

Nace code	Totaal			Binnenlands geproduceerd			Geïmporteerd		
	miljoen euro	% van het intermediair verbruik van 74E		miljoen euro	% van het intermediair verbruik van 74E		miljoen euro	% van het intermediair verbruik van 74E	
	2005	2005	2000	2005	2005	2000	2005	2005	2000
Binnen de hele economie	603	100,0%	100,0%	517	85,7%	87,8%	87	14,3%	12,2%
74B Adviesbureaus inzake bedrijfsvoering en beheer, holdings...	134	22,1%	19,5%	97	16,1%	13,2%	37	6,1%	6,4%
64 Post en telecommunicatie	83	13,7%	16,6%	76	12,7%	15,2%	6	1,0%	1,4%
70 Exploitatie van en handel in onroerend goed	68	11,2%	18,9%	67	11,2%	18,9%	0	0,0%	0,0%
65 Diensten van financiële instellingen, exclusief het verzekeringswezen en pensioenfondsen	38	6,3%	0,0%	29	4,8%	0,0%	9	1,5%	0,0%
71 Verhuur van machines, apparaten en werktuigen zonder bedieningspersoneel en van persoonlijke en huishoudelijke artikelen	35	5,8%	6,9%	30	4,9%	6,4%	6	0,9%	0,5%
74D Reclamewezen	30	4,9%	5,7%	29	4,8%	5,5%	1	0,2%	0,2%
74F Opsporings- en beveiligingsdiensten, industriële reiniging, en diverse dienstverlening aan bedrijven	28	4,6%	4,8%	26	4,3%	4,6%	1	0,2%	0,2%
72 Diensten in verband met computers	27	4,5%	5,7%	22	3,7%	4,8%	5	0,9%	0,9%
22 Drukkerij en opgenomen media	22	3,6%	0,3%	20	3,4%	0,3%	2	0,3%	0,0%
67 Ondersteunende diensten in verband met financiële instellingen	21	3,5%	0,0%	18	3,1%	0,0%	2	0,4%	0,0%
92 Cultuur, sport en recreatie	15	2,5%	0,0%	14	2,2%	0,0%	2	0,3%	0,0%
45 Bouwnijverheid	15	2,5%	1,0%	15	2,5%	1,0%	0	0,0%	0,0%
74A Rechtskundige dienstverlening, diensten van accountants, boekhouders en belastingconsulenten, markt- en opinieonderzoekbureaus	14	2,4%	3,6%	14	2,3%	3,3%	1	0,1%	0,3%
74E Selectie en terbeschikkingstelling van personeel	11	1,8%	7,6%	11	1,8%	7,4%	0	0,1%	0,2%
51 Groothandel en handelsbemiddeling, met uitzondering van de handel in motorvoertuigen en motorrijwielen	9	1,5%	0,1%	9	1,4%	0,1%	0	0,0%	0,0%
40 Elektriciteit, gas, stoom en warm water	8	1,4%	2,1%	6	0,9%	2,0%	3	0,4%	0,2%
66 Diensten van het verzekeringswezen en van pensioenfondsen, exclusief die op het gebied van verplichte sociale verzekeringen	7	1,2%	0,6%	7	1,1%	0,5%	0	0,1%	0,1%
80 Onderwijs	6	1,0%	0,1%	6	1,0%	0,1%	0	0,0%	0,0%
21 Pulp, papier en papierwaren	6	1,0%	0,0%	5	0,8%	0,0%	1	0,2%	0,0%
Andere sectoren	27	4,5%	25,9%	18	2,9%	17,8%	10	1,6%	8,1%

Bron: Input-Output tabellen voor 2000 en 2005, Federaal Planbureau (2004, 2010)

Aangezien het intermediaire verbruik van het reclamewezen 81,3% van de omzet bedraagt, is dit segment in zijn werking sterk afhankelijk van andere sectoren. Tabel 1-18 laat zien dat er daarbij wordt samengewerkt met een beperkt aantal sectoren. De vijf belangrijkste aanleverende sectoren waren in

2005 goed voor 83,5% van de totale intermediaire consumptie van het reclamewezen. Naast de sectorgenoten; adviesverleners en holdings maken al de belangrijke leveranciers deel uit van de media²⁴. We merken op dat de intermediaire consumptie afkomstig van de adviesverlening en holdings sterk is gestegen tussen 2000 en 2005. Ook hier zijn de mogelijkheden voor offshoring beperkt aangezien slechts 10,8% van het intermediaire verbruik in 2005 afkomstig was uit het buitenland.

Tabel 1-18: Intermediaire consumptie van nace 744, Reclamewezen in 2000 en 2005

Nace code	Totaal			Binnenlands geproduceerd			Geïmporteerd		
	miljoen euro	% van het intermediair verbruik van 74D		miljoen euro	% van het intermediair verbruik van 74D		miljoen euro	% van het intermediair verbruik van 74D	
		2005	2005		2000	2005		2005	2000
Binnen de hele economie	3.895	100,0%	100,0%	3.475	89,2%	88,6%	420	10,8%	11,4%
74D Reclamewezen	1.020	26,2%	34,1%	986	25,3%	32,8%	34	0,9%	1,4%
92 Cultuur, sport en recreatie	750	19,3%	15,4%	659	16,9%	12,0%	92	2,4%	3,4%
74B Adviesbureaus inzake bedrijfsvoering en beheer, holdings...	615	15,8%	5,3%	445	11,4%	3,7%	170	4,4%	1,7%
22 Drukwerk en opgenomen media	558	14,3%	20,4%	504	12,9%	18,6%	54	1,4%	1,8%
74F Opsporings- en beveiligingsdiensten, industriële reiniging, en diverse dienstverlening aan bedrijven	310	7,9%	8,0%	298	7,6%	7,8%	12	0,3%	0,3%
74A Rechtskundige dienstverlening, diensten van accountants, boekhouders en belastingconsulenten, markt- en opinieonderzoekbureaus	222	5,7%	2,8%	211	5,4%	2,4%	12	0,3%	0,4%
91 Diensten van verenigingen n.e.g.	72	1,8%	0,4%	72	1,8%	0,4%	0	0,0%	0,0%
64 Post en telecommunicatie	59	1,5%	1,3%	51	1,3%	1,2%	8	0,2%	0,1%
74E Selectie en terbeschikkingstelling van personeel	55	1,4%	2,5%	53	1,4%	2,5%	2	0,1%	0,1%
51 Groothandel en handelsbemiddeling, met uitzondering van de handel in motorvoertuigen en motorrijwielen	45	1,2%	1,0%	45	1,2%	1,0%	0	0,0%	0,0%
65 Diensten van financiële instellingen, exclusief het verzekeringswezen en pensioenfondsen	40	1,0%	0,6%	31	0,8%	0,2%	10	0,3%	0,4%
Andere sectoren	148	3,8%	8,1%	121	3,1%	6,2%	27	0,7%	1,9%

Bron: Input-Output tabellen voor 2000 en 2005, Federaal Planbureau (2004, 2010)

Naast de herkomst van het intermediaire verbruik is ook de aanwezigheid van MNO's een belangrijk structureel gegeven. Tabel 1-19 geeft aan dat het aandeel van MNO's in de werkgelegenheid en toegevoegde waarde van subsector 741 vergelijkbaar is met het gemiddelde in de marktdiensten. Dit is het resultaat van een hoger dan gemiddeld belang van buitenlandse MNO's en een achtergestelde positie van nationale MNO's. Een inhaalbeweging bij de Belgische MNO's tussen 1997 en 2005 volstond niet om deze achterstand goed te maken. In subsector 744 zien we een overgewicht van lokale ondernemingen. De MNO's, goed voor slechts 32% van de werkgelegenheid en 40% van de toegevoegde waarde, groeiden tussen 1997 en 2005 ook nauwelijks meer dan de lokale ondernemingen. In subsector 745 is het belang van de MNO's voor de werkgelegenheid en voor de toegevoegde waarde dan weer heel wat hoger dan gemiddeld in de marktdiensten. Dit ligt exclusief aan de dominante aanwezigheid van buitenlandse MNO's, die bovendien sterk groeide tussen 1997 en 2005.

²⁴ Binnen subsector 92, cultuur, sport en recreatie, bevinden zich de activiteiten op het gebied van film en video, radio en televisie; binnen de subsector 74F, opsporings- en beveiligingsdiensten, industriële reiniging, en diverse dienstverlening aan bedrijven, bevinden zich de fotografen.

Tabel 1-19: Aandeel en groei van de tewerkstelling en van de toegevoegde waarde voor lokale en multinationale ondernemingen (Nace 741) 1997 - 2005

		Aandeel in sector in 1997			(Reele) groei 1997 - 2005		
		Niet MNO	BE MNO	Niet BE MNO	Niet MNO3	BE MNO4	Niet BE MNO5
Tewerkstelling	741	53%	4%	42%	52%	86%	56%
	744	68%	4%	28%	29%	-6%	33%
	745	43%	5%	52%	64%	-62%	81%
	74	48%	5%	47%	54%	10%	66%
	Marktdiensten	54%	5%	40%	22%	39%	26%
Toegevoegde waarde	741	42%	3%	55%	49%	242%	51%
	744	60%	3%	37%	24%	44%	24%
	745	33%	2%	64%	66%	-8%	57%
	74	43%	4%	52%	48%	93%	52%
	Marktdiensten	43%	12%	46%	28%	25%	36%
Aantal bedrijven	741	89%	4%	7%	14%	31%	21%
	744	91%	2%	7%	-18%	-23%	2%
	745	85%	2%	13%	36%	33%	55%
	74	90%	3%	7%	8%	18%	19%
	Marktdiensten	92%	2%	5%	-3%	-4%	11%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

In 1997 waren de buitenlandse MNO's in subsector 741 veel productiever dan de Belgische MNO's. De TWP van de Belgische MNO's steeg nadien zeer sterk waardoor deze in 2005 boven het niveau van de buitenlandse MNO's uitkwam (Tabel 1-20). Net zoals over al de marktdiensten zijn de MNO's in dit segment heel wat productiever dan de lokale ondernemingen.

Tabel 1-20: TWP van lokale en multinationale ondernemingen in geselecteerde sectoren

		Productiviteit in 1997 (% van 74 in 1997)			(Reele) groei 1997 - 2005		
		Niet MNO	BE MNO	Niet BE MNO	Niet MNO3	BE MNO4	Niet BE MNO5
	741	141%	147%	231%	-2%	84%	-3%
	744	116%	91%	176%	-4%	54%	-7%
	745	43%	30%	68%	1%	143%	-14%
	74	89%	90%	112%	-4%	75%	-8%
	Marktdiensten	105%	284%	150%	5%	-10%	8%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

In subsectoren 744 en 745 was de evolutie sterk analoog, aangezien ook hier de buitenlandse MNO's in 1997 heel wat productiever waren dan de binnenlandse, gevolgd door een sterke inhaalbeweging tussen 1997 en 2005. Zoals bleek uit Tabel 1-19 kromp hun aandeel in de sectorale tewerkstelling wel gevoelig over dezelfde periode. Het grote productiviteitsverschil tussen buitenlandse MNO's en lokale ondernemingen doet vermoeden dat buitenlandse directe investeringen worden gedreven door een hogere competitiviteit.

De diversiteit binnen de ZD leidt tot sterk uiteenlopende bedrijfsgroottes binnen de verschillende subsectoren (Tabel 1-21). In de sector advies- en bijstandsverlening ligt de bedrijfsgrootte onder het gemiddelde bij de marktdiensten maar er was hier wel een stijging van de gemiddelde bedrijfsgrootte tussen 1997 en 2007. In het segment reclamewezen waren de bedrijven in 1997 al kleiner dan gemiddeld in de marktdiensten en er was hier een spectaculaire daling van de bedrijfsgrootte waardoor drie vierde van de tewerkstelling zich in 2007 in een bedrijf met minder dan 50 werknemers bevond. In de sector arbeidsbemiddeling zijn de bedrijven gemiddeld heel wat groter dan het gemiddelde in de dienstensector en hier zien we een afname van de gemiddelde bedrijfsgrootte over de beschouwde periode. De grote bedrijfsomvang in dit segment kan verklaard worden de hoge tewerkstelling bij uitzendkantoren, aangezien hun activiteit erin bestaat eigen personeel aan te trekken om aan andere bedrijven uit te lenen. De gevoelige daling van de gemiddelde bedrijfsgrootte kan, gelet op de sterke werkgelegenheids groei in dit segment, zowel veroorzaakt zijn door de toetreding van kleinere uitzendkantoren als door een stijgend belang van andere vormen van arbeidsbemiddeling, zoals de selectie en plaatsing van personeel ten behoeve van de latere werkgever.

Tabel 1-21: Grootteklasse van de werkgevers in de geselecteerde subsectoren (aandeel in de totale tewerkstelling)

Grootteklasse van de werkgever		Minder dan 10 werknemers	10 - 49	50 - 199	200 - 499	500 en meer	TOTAAL (Aantal werknemers)
741 Advies en bijstand aan de bedrijfswereld	1997*	45,1%	27,4%	15,7%	6,0%	5,8%	52.391
	2007*	38,1%	24,4%	16,4%	11,8%	9,3%	76.662
7411 Rechtskundige dienstverlening	1997*	76,3%	17,3%	4,8%	1,6%	0,0%	12.686
	2007*	65,5%	26,0%	7,2%	1,4%	0,0%	16.427
7412 Notaris Kantoor	1997*	54,4%	21,2%	13,5%	10,8%	0,0%	15.879
	2007*	50,3%	17,2%	10,2%	19,1%	3,3%	16.751
7413 Markt- en opinieonderzoekbureaus	1997*	31,9%	39,6%	18,0%	0,0%	10,6%	5.810
	2007*	25,2%	37,9%	23,5%	13,4%	0,0%	3.963
7414 Adviesbureaus op het gebied van bedrijfsvoering en beheer	1997*	34,9%	21,0%	13,9%	3,0%	27,2%	7.013
	2007*	35,4%	27,3%	17,0%	7,4%	12,8%	15.670
7415 Beheersactiviteiten van holdings en coördinatiecentra	1997*	9,3%	45,5%	31,4%	9,0%	4,8%	11.003
	2007*	14,7%	24,0%	25,6%	16,4%	19,2%	23.851
744 Reclamewezen	1997*	26,5%	29,3%	13,7%	8,0%	22,6%	10.704
	2007*	27,4%	45,8%	24,5%	2,3%	0,0%	8.859
745 Selectie en terbeschikkingstelling van personeel	1997*	0,3%	0,9%	4,7%	3,6%	90,5%	108.666
	2007*	0,9%	7,4%	11,1%	6,6%	74,0%	177.856
74 Zakelijke dienstverlening Marktdiensten	2007*	12,8%	15,7%	14,9%	8,7%	47,9%	380.253
	2007*	19,6%	22,3%	13,7%	7,8%	36,6%	1.468.999

*Toestand op 31 december

Bron: RSZ - Gecentraliseerde gegevens

Tabel 1-22 geeft aan dat er over de periode 1997-2005 heel wat meer tewerkstelling verdween in subsector 741, advies en bijstand aan de bedrijfswereld, dan in de andere beschouwde categorieën. Tegelijkertijd was er een grote tewerkstellingscreatie door groeiers en toetreders. Netto resulteerde dit in een toename van de werkgelegenheid met 55%. Achter de sterke groei van de tewerkstelling bij de advies- en bijstandsverleners gaat er dus een sterke turbulentie schuil. In het reclamewezen was er daarentegen nauwelijks enige turbulentie, waardoor de totale werkgelegenheid over de beschouwde periode nagenoeg onveranderd bleef. In nace 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, was er een veel lager verlies aan werkgelegenheid vanwege uitbreiding en inkrimping dan het sectorgemiddelde. De werkgelegenheidscreatie dankzij toetreding en groei ligt daarentegen rond het gemiddelde in de marktdiensten, waardoor de totale werkgelegenheid in dit segment steeg met 29% tussen 1997 en 2005. Er werd hierbij geen rekening gehouden met conjuncturele effecten, wat doorgaans een sterk effect heeft op de werkgelegenheid in de uitzendsector²⁵. Dit bevestigt ons eerdere vermoeden dat de meer productieve subsectoren uit de ZD de sterkste turbulentie kennen (cf. Tabel 1-11).

Tabel 1-22: Afname en toename van de tewerkstelling door uitbreiding, inkrimping groei en toetreding in de periode 1997-2005

	Uitbreiding	Inkrimping	Groei	Toetreding	Totaal
Advies en bijstand aan de bedrijfswereld	-37%	-12%	43%	61%	55%
Reclamewezen	-2%	-1%	1%	2%	1%
Selectie en terbeschikkingstelling van personeel	-5%	-6%	33%	29%	29%
Zakelijke Dienstverlening	-25%	-12%	59%	34%	57%
Marktdiensten	-23%	-14%	36%	26%	25%
Industrie	-19%	-17%	16%	10%	-10%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

²⁵ In 1997 groeide het Belgisch BBP met 3,9% en in 2005 met 2,0%.

Tabel 1-23 geeft aan dat de uittreedende en krimpende bedrijven uit subsector 741 in 1997 de laagste TWP hadden waarbij deze laatste categorie vervolgens een sterke productiviteitsgroei realiseerde. Dit wijst erop dat de hoge concurrentie in dit segment, geïllustreerd door de sterke turbulentie, de minst productieve bedrijven ofwel dwingt tot uittrekking; ofwel tot het opdrijven van hun TWP via automatisering of andere arbeidsbesparende herstructureringen. De bedrijven die in 1997 de hoogste productiviteit kenden, zagen hun werkgelegenheid verder groeien maar zonder daarbij een productiviteitswinst te realiseren. Terwijl een hoge TWP in dit segment dus heel belangrijk is om te overleven en te groeien, zijn schaalvoordelen minder belangrijk. Leereffecten blijken daarentegen wel een rol te spelen aangezien de toetreders een relatief lage TWP hebben.

Tabel 1-23: Afname en toename van de reële productiviteit in nace 741, advies en bijstand aan de bedrijfswereld, per bedrijfscategorie in de periode 1997-2005

	% van gemiddelde sectorproductiviteit 1997 en 2005		Groei 1997-2005
	1997	2005	
Uittredend	173,74%	-	-
Inkrimpend	168,59%	220,33%	30,69%
Groeiend	196,89%	185,02%	-6,03%
Toetredend	-	173,55%	-
Zakelijke dienstverlening	101,54%	98,46%	-3,04%
Marktdiensten	135,18%	142,48%	5,40%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

We zien hetzelfde patroon bij de arbeidsbemiddelaars (Tabel 1-24), waar de bedrijven die in 1997 de laagste TWP hadden gedwongen werden tot uittrekking of productiviteitsverhoging via inkrimping terwijl de groeiers, die in 1997 een hogere TWP hadden, een sterke daling van hun TWP optekenen. Leereffecten lijken hier minder belangrijk te zijn aangezien de TWP bij toetredende bedrijven in 2005 boven het sectorgemiddelde lag.

Tabel 1-24: Afname en toename van de reële productiviteit in nace 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, per bedrijfscategorie in de periode 1997-2005

	% van gemiddelde sectorproductiviteit 1997 en 2005		Groei 1997-2005
	1997	2005	
Uittredend	47,24%	-	-
Inkrimpend	44,03%	84,82%	92,67%
Groeiend	66,20%	46,91%	-29,14%
Toetredend	-	66,98%	-
Zakelijke dienstverlening	101,54%	98,46%	-3,04%
Marktdiensten	135,18%	142,48%	5,40%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

Een verhoging van de (nominale) arbeidsproductiviteit onder de arbeidsbemiddelaars kan op drie manieren gerealiseerd worden. Uitzendkantoren kunnen hun nominale TWP opdrijven door beter betaalde uitzendkrachten tewerk te stellen. Dit komt vooral neer op het bemiddelen voor meer gespecialiseerde, hooggeschoolde arbeid. Een tweede mogelijkheid is om per bemiddelaar meer werknemers te selecteren en ter beschikking te stellen. Tot slot kunnen de arbeidsbemiddelaars ook hogere premies vragen voor hun rol als arbeidsbemiddelaar, bv. als zij erin slagen om de kwaliteit van hun dienstverlening op te trekken.

De dalende TWP van groeiers zou kunnen aanduiden dat de bedrijven in dit segment doorgaans in een eerste fase vnl. beter betaalde werknemers aantrekken of hogere premies vragen en in een tweede fase ook minder betaalde werknemers uitzenden of lagere premies ontvangen. Krimpende bedrijven

lijken zich daarentegen eerder te concentreren op de selectie en terbeschikkingstelling van beter betaalde werknemers of zij verrichten hun activiteiten met minder werknemers.

In de reclamesector hebben zowel de uittredders als de toetreders een TWP die overeenstemt met het sectorgemiddelde (Tabel 1-25). Aangezien de turbulentie in dit segment miniem is, geeft dit aan dat er in dit segment weinig toetreding is die aanzet tot productiviteitsverhogingen. Een lage productiviteit lijkt wel aan te zetten tot een inkrimping van de activiteiten .

Tabel 1-25: Afname en toename van de reële productiviteit in nace 744, reclamewezen, per bedrijfscategorie in de periode 1997-2005

	% van gemiddelde sectorproductiviteit 1997 en 2005		Groeï 1997-2005
	1997	2005	
Uitredend	135,62%	-	-
Inkrimpnd	97,93%	108,80%	11,10%
Groeiend	162,51%	141,95%	-12,65%
Toetredend	-	116,49%	-
Zakelijke dienstverlening	101,54%	98,46%	-3,04%
Marktdiensten	135,18%	142,48%	5,40%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

Vraag

Tabel 1-26 geeft aan dat een brede waaier sectoren in de Belgische economie beroep doet op advies en bijstand als input. De advies- en bijstandsverleners zijn de belangrijkste afnemers van advies en bijstand in België. Daarna volgt de groothandel. Aangezien één vijfde van het Belgische intermediaire verbruik van advies en bijstand aan het bedrijfsleven afkomstig is uit het buitenland, kunnen we stellen dat dit segment aanzienlijk blootstaat aan internationale concurrentie. Daartegenover staat dat Belgische advies- en bijstandsverleners 30,7% van hun productie in 2005 in het buitenland afzetten. Daarmee had deze subsector een handelsbalansoverschot van ruim 1 miljard euro. Slechts 1,5% van de omzet gaat naar het binnenlands finaal verbruik.

Tabel 1-26: Intermediaire consumptie van Nace 741, advies en bijstand aan het bedrijfsleven, binnen de economie in 2000 en 2005*

Nace code	Totaal				Binnenlands geproduceerd			Geïmporteerd		
	miljoen euro in 2005	% 741 in de interm. consumptie van de betrokken sector	% van de interm. consumptie van 741 in België in 2005	% van de interm. consumptie van 741 in België in 2000	miljoen euro in 2005	% van de interm. consumptie van 741 in België in 2005	% van de interm. consumptie van 741 in België in 2000	miljoen euro in 2005	% van de interm. consumptie van 741 in België in 2005	% van de interm. consumptie van 741 in België in 2000
Binnen de hele economie	32.808	9,3%	100,0%	100,0%	26.105	79,6%	75,8%	6.702	20,4%	24,2%
74B Adviesbureaus inzake bedrijfsvoering en beheer, holdings...	8.201	67,8%	25,0%	8,1%	6.356	19,4%	5,8%	1.846	5,6%	2,3%
74A Rechtskundige dienstverlening, diensten van accountants, boekhouders en belastingconsulenten, markt- en opinieonderzoekbureaus	5.174	78,4%	15,8%	10,6%	4.337	13,2%	8,0%	837	2,6%	2,5%
51 Groothandel en handelsbemiddeling, met uitzondering van de handel in motorvoertuigen en motorrijwielen	3.360	13,6%	10,2%	17,5%	2.574	7,8%	13,2%	786	2,4%	4,3%
72 Diensten in verband met computers	1.261	23,4%	3,8%	2,9%	983	3,0%	2,2%	278	0,8%	0,8%
74C Technisch advies, diensten van architecten en ingenieurs, technische testen en analyses	1.205	34,3%	3,7%	3,8%	874	2,7%	2,6%	331	1,0%	1,2%
52 Detailhandel, met uitzondering van de detailhandel in motorvoertuigen en motorrijwielen; reparatie van persoonlijke en huishoudelijke artikelen	997	11,9%	3,0%	4,5%	794	2,4%	3,4%	202	0,6%	1,2%
45 Bouwnijverheid	890	3,0%	2,7%	3,8%	679	2,1%	3,0%	210	0,6%	0,8%
74D Reclamewezen	838	21,5%	2,6%	1,6%	656	2,0%	1,2%	182	0,6%	0,4%
67 Ondersteunende diensten in verband met financiële instellingen	835	14,0%	2,5%	2,7%	703	2,1%	2,2%	132	0,4%	0,6%
24 Chemische producten en synthetische of kunstmatige vezels	770	2,7%	2,3%	3,9%	627	1,9%	2,7%	143	0,4%	1,2%
74F Opsporings- en beveiligingsdiensten, industriële reiniging, en diverse dienstverlening aan bedrijven	631	10,6%	1,9%	2,0%	554	1,7%	1,5%	77	0,2%	0,5%
40 Elektriciteit, gas, stoom en warm water	555	12,4%	1,7%	1,6%	442	1,3%	1,2%	113	0,3%	0,4%
70 Exploitatie van en handel in onroerend goed	553	7,1%	1,7%	1,9%	436	1,3%	1,5%	117	0,4%	0,4%
15 Voedingsmiddelen en dranken	529	2,5%	1,6%	1,9%	408	1,2%	1,4%	121	0,4%	0,4%
66 Diensten van het verzekeringswezen en van pensioenfondsen, exclusief die op het gebied van verplichte sociale verzekeringen	524	13,2%	1,6%	1,8%	466	1,4%	1,5%	58	0,2%	0,4%
65 Diensten van financiële instellingen, exclusief het verzekeringswezen en pensioenfondsen	498	10,4%	1,5%	0,4%	395	1,2%	0,3%	103	0,3%	0,0%
75 Openbaar bestuur en defensie; verplichte sociale verzekering	453	9,2%	1,4%	1,0%	412	1,3%	1,0%	40	0,1%	0,1%
55 Hotels en restaurants	423	6,2%	1,3%	1,7%	316	1,0%	1,4%	107	0,3%	0,3%
64 Post en telecommunicatie	411	7,0%	1,3%	1,9%	325	1,0%	1,4%	85	0,3%	0,6%
63 Vervoerondersteunende activiteiten; reisbureaus	402	2,7%	1,2%	2,2%	314	1,0%	1,6%	88	0,3%	0,6%
71 Verhuur van machines, apparaten en werktuigen zonder bedieningspersoneel en van persoonlijke en huishoudelijke artikelen	379	13,0%	1,2%	3,6%	299	0,9%	2,6%	81	0,2%	1,0%
50 Handel in en onderhoud en reparatie van motorvoertuigen en motorrijwielen; detailhandel in motorbrandstoffen	351	6,6%	1,1%	4,2%	303	0,9%	3,2%	48	0,1%	1,0%
Andere sectoren	3.569	2,7%	10,9%	16,4%	2.850	8,7%	13,0%	719	2,2%	3,3%

* Er werd enkel gekeken naar de intermediaire consumptie van 741 door andere sectoren en niet naar het gebruik ervan voor investeringen of naar de finale consumptie

Bron: Input-Output tabellen voor 2000 en 2005, Federaal Planbureau (2004, 2010)

De vraag naar selectie en terbeschikkingstelling van personeel is nog breder dan deze voor advies- en bijstandsverlening (Tabel 1-27). Er zijn 26 sectoren die elk meer dan 1% van de sectoromzet voor hun rekening nemen. We zien ook dat het aandeel van subsector 745 in het intermediair verbruik van andere sectoren veel minder sterk varieert dan bv. het aandeel van subsector 741. Slechts één sector onttrekt meer dan 10% van zijn inputs uit dit segment. Wanneer we evenwel kijken naar het aandeel van arbeidsbemiddeling binnen de totale personeelsuitgaven, dan zien we wel een duidelijke variatie per sector (zie ook bijlage 1). We vermelden enkele mogelijke verklaringen voor deze diversiteit:

- Nood aan een meer flexibele tewerkstelling in meer seizoens- of conjunctuurgevoelige sectoren (mogelijks in subsectoren 55; 15 en 74D);
- In sectoren met veel gespecialiseerde tewerkstelling wordt meer beroep gedaan op selectiekantoren om geschikte werknemers aan te trekken (33 en 24);
- Tewerkstelling van uitzendkrachten stelt bedrijven in paritaire comités met hoge loonschalen in staat om de sectorale loonnormen te ontwijken maar hierop bestaan wel wettelijke beperkingen.

Tabel 1-27: Intermediaire consumptie van Nace 745, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, binnen de economie in 2000 en 2005*

Nace code	Totaal			Binnenlands geproduceerd			Geïmporteerd			
	miljoen euro in 2005	% 745 in de intern. consumptie van de betrokken sector	% van de intern. consumptie van 745 in België in 2005	% van de intern. consumptie van 745 in België in 2000	miljoen euro in 2005	% van de intern. consumptie van 745 in België in 2005	% van de intern. consumptie van 745 in België in 2000	miljoen euro in 2005	% van de intern. consumptie van 745 in België in 2005	% van de intern. consumptie van 745 in België in 2000
Binnen de hele economie	5.137	1,5%	100,0%	100,0%	4.949	96,4%	97,6%	187	3,6%	2,4%
74F Opsporings- en beveiligingsdiensten, industriële reiniging, en diverse dienstverlening aan bedrijven	702	11,8%	13,7%	3,2%	675	13,2%	3,1%	27	0,5%	0,1%
55 Hotels en restaurants	367	5,4%	7,1%	2,6%	354	6,9%	2,5%	13	0,3%	0,1%
63 Vervoerondersteunende activiteiten; reisbureaus	351	2,4%	6,8%	2,8%	339	6,6%	2,7%	13	0,2%	0,1%
85 Gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverlening	345	3,2%	6,7%	2,1%	333	6,5%	2,0%	13	0,2%	0,0%
15 Voedingsmiddelen en dranken	322	1,5%	6,3%	11,7%	311	6,1%	11,5%	11	0,2%	0,3%
51 Groothandel en handelsbemiddeling, met uitzondering van de handel in motorvoertuigen en motorrijwielen	310	1,3%	6,0%	8,8%	298	5,8%	8,6%	11	0,2%	0,2%
45 Bouwrijverheid	277	0,9%	5,4%	2,9%	267	5,2%	2,8%	10	0,2%	0,1%
24 Chemische producten en synthetische of kunstmatige vezels	257	0,9%	5,0%	9,3%	248	4,8%	9,0%	9	0,2%	0,2%
52 Detailhandel, met uitzondering van de detailhandel in motorvoertuigen en motorrijwielen; reparatie van persoonlijke en huishoudelijke artikelen	179	2,1%	3,5%	1,4%	172	3,3%	1,3%	7	0,1%	0,0%
67 Ondersteunende diensten in verband met financiële instellingen	133	2,2%	2,6%	4,7%	128	2,5%	4,5%	5	0,1%	0,1%
29 Machines, apparaten en werktuigen n.e.g.	120	1,7%	2,3%	4,3%	116	2,3%	4,2%	4	0,1%	0,1%
72 Diensten in verband met computers	114	2,1%	2,2%	2,6%	110	2,1%	2,5%	4	0,1%	0,1%
34 Motorvoertuigen, aanhangwagens en opleggers	103	0,6%	2,0%	2,7%	99	1,9%	2,6%	4	0,1%	0,1%
60 Vervoer te land en vervoer via pijpleidingen	97	1,2%	1,9%	1,7%	94	1,8%	1,7%	4	0,1%	0,0%
74B Adviesbureaus inzake bedrijfsvoering en beheer, holdings...	94	0,8%	1,8%	0,5%	90	1,8%	0,5%	3	0,1%	0,0%
50 Handel in en onderhoud en reparatie van motorvoertuigen en motorrijwielen; detailhandel in motorbrandstoffen	90	1,7%	1,8%	1,2%	87	1,7%	1,2%	3	0,1%	0,0%
28 Producten van metaal, andere dan machines en apparaten	78	1,2%	1,5%	5,7%	75	1,5%	5,6%	3	0,1%	0,1%
92 Cultuur, sport en recreatie	77	1,8%	1,5%	0,3%	74	1,4%	0,3%	3	0,1%	0,0%
25 Producten van rubber of kunststof	77	2,1%	1,5%	1,9%	74	1,4%	1,8%	3	0,1%	0,0%
26 Overige niet-metaalhoudende minerale producten	76	1,8%	1,5%	1,3%	73	1,4%	1,3%	3	0,1%	0,0%
22 Drukwerk en opgenomen media	67	1,8%	1,3%	0,7%	65	1,3%	0,7%	2	0,0%	0,0%
74C Technisch advies, diensten van architecten en ingenieurs, technische testen en analyses	64	1,8%	1,2%	0,5%	62	1,2%	0,5%	2	0,0%	0,0%
65 Diensten van financiële instellingen, exclusief het verzekeringswezen en pensioenfondsen	57	1,2%	1,1%	1,1%	56	1,1%	1,1%	1	0,0%	0,0%
74D Reclamewezen	55	1,4%	1,1%	2,7%	53	1,0%	2,6%	2	0,0%	0,1%
93 Overige diensten	53	4,6%	1,0%	0,2%	51	1,0%	0,2%	2	0,0%	0,0%
90 Afvalwater- en afvalverzameling en -verwerking	51	3,0%	1,0%	0,9%	49	1,0%	0,9%	2	0,0%	0,0%
Andere sectoren	618	0,6%	12,0%	22,4%	596	11,6%	21,9%	22	0,4%	0,5%

* Er werd enkel gekeken naar de intermediaire consumptie van de selectie en terbeschikkingstelling van personeel (nace 745) in België en niet naar het gebruik ervan voor investeringen of naar de finale consumptie.

Bron: Input-Output tabellen voor 2000 en 2005, Federaal Planbureau (2004, 2010)

Binnen het segment van de arbeidsbemiddeling kunnen er twee groepen onderscheiden worden: de uitzendkantoren en de wervings- en selectiebureaus. De eerste categorie trekt zelf personeel aan om uit te lenen en de tweede categorie zoekt, selecteert en plaatst personeel ten behoeve van de latere werkgever of van de werkzoeker. Er is evenwel een groeiende branchevervaging tussen deze beide groepen. Een andere evolutie betreft de groeiende samenwerking tussen publieke en private actoren en derden op de arbeidsmarkt (Gevers et al., 2006, p. 12). Iets meer dan de helft van de bevroegde bedrijven in een enquête van IDEA Consult deed voor recrutering in 2005 o.m. beroep op een uitzendkantoor terwijl iets minder dan een vijfde van de bedrijven met een wervings- en selectiebureau samenwerkte (Gevers et al. 2006, p. 22). Onderzoek van Eurofound bevestigt dat in 2010 59,7% van de bedrijven uit de industrie en 55,8% van de bedrijven uit de dienstensectoren gebruik maakt van uitzendkrachten. Nergens in Europa wordt er meer gebruik gemaakt van uitzendkrachten²⁶. Dezelfde enquête geeft ook aan dat er vaker beroep wordt gedaan op wervings- en selectiebureaus voor leidinggevende functies dan voor uitvoerende functies terwijl uitzendkantoren vaker voor uitvoerende functies worden ingeschakeld (Gevers et al., 2006, p. 33). Tot slot deed zowat tien procent van de bevroegde vestigingen een beroep op externe partners voor het begeleiden of ondersteunen van de interne doorstroom van werknemers, en dan vooral voor managementfuncties.

²⁶ Bron: European Quality of Life Survey en European Company Survey van Eurofound.

Ondanks een lichte stijging sinds 2000 was er in 2005 slechts 3,6% van de personeelsselectie en -terbeschikkingstelling in België afkomstig uit het buitenland. In België gevestigde arbeidsbemiddelaars hebben op hun beurt slechts 2,8% van hun omzet in het buitenland gegenereerd. Deze diensten worden dus zeer zelden internationaal geleverd. We zagen eerder dat er in dit segment wel een sterke aanwezigheid is van MNO's (cf. Tabel 1-19). De internationale concurrentie komt dus vnl. van buitenlandse directe investeringen en we zagen al dat deze lijkt gedreven te worden door productiviteitsvoordelen. Een lokale aanwezigheid is duidelijk belangrijk om in dit segment actief te kunnen zijn.

In de reclamesector ten slotte, is de afzet geconcentreerd over een vrij beperkt aantal sectoren. Ruim één vijfde ging in 2005 naar sectorgenoten. Daarnaast neemt de distributiesector een groot deel van de afzet voor zijn rekening. Ook de voedingssector is een belangrijke afnemer van reclame. De beperkte omvang van de reclamesector in België en de zeer kleine invoer van reclame (goed voor 3,3% van de reclameconsumptie in 2005) geven aan dat de vraag naar reclame in België op de eigen markt gericht en weinig omvangrijk is.

Tabel 1-28: Intermediaire consumptie van Nace 744, reclamewezen, binnen de economie in 2000 en 2005*

Nace code	Totaal			Binnenlands geproduceerd			Geïmporteerd			
	miljoen euro in 2005	% 744 in de intern. consumptie van de betrokken sector	% van de intern. consumptie van 744 in België in 2005	% van de intern. consumptie van 744 in België in 2000	miljoen euro in 2005	% van de intern. consumptie van 744 in België in 2005	% van de intern. consumptie van 744 in België in 2000	miljoen euro in 2005	% van de intern. consumptie van 744 in België in 2005	% van de intern. consumptie van 744 in België in 2000
Binnen de hele economie	4.696	1,3%	100,0%	100,0%	4.542	96,7%	96,0%	154	3,3%	4,0%
74D Reclamewezen	1.020	26,2%	21,7%	29,1%	986	21,0%	27,9%	34	0,7%	1,2%
51 Groothandel en handelsbemiddeling, met uitzondering van de handel in motorvoertuigen en motorrijwielen	819	3,3%	17,4%	13,0%	792	16,9%	12,5%	27	0,6%	0,5%
15 Voedingsmiddelen en dranken	365	1,7%	7,8%	5,6%	353	7,5%	5,4%	12	0,3%	0,2%
50 Handel in en onderhoud en reparatie van motorvoertuigen en motorrijwielen; detailhandel in motorbrandstoffen	322	6,0%	6,9%	6,2%	311	6,6%	5,9%	11	0,2%	0,3%
52 Detailhandel, met uitzondering van de detailhandel in motorvoertuigen en motorrijwielen; reparatie van persoonlijke en	265	3,2%	5,6%	6,0%	256	5,5%	5,7%	9	0,2%	0,3%
22 Drukkerij en opgenomen media	211	5,7%	4,5%	4,7%	204	4,3%	4,5%	7	0,1%	0,2%
92 Cultuur, sport en recreatie	192	4,6%	4,1%	2,5%	186	4,0%	2,4%	6	0,1%	0,1%
74A Rechtskundige dienstverlening, diensten van accountants, boekhouders en belastingconsulenten, markt- en opinieonderzoekbureaus	162	2,5%	3,5%	3,7%	157	3,3%	3,5%	5	0,1%	0,2%
55 Hotels en restaurants	136	2,0%	2,9%	1,6%	131	2,8%	1,5%	4	0,1%	0,1%
64 Post en telecommunicatie	124	2,1%	2,6%	2,3%	120	2,6%	2,2%	4	0,1%	0,1%
74B Adviesbureaus inzake bedrijfsvoering en beheer, holdings...	110	0,9%	2,3%	0,4%	107	2,3%	0,4%	4	0,1%	0,0%
18 Kleding; bont	99	11,0%	2,1%	0,0%	96	2,0%	0,0%	3	0,1%	0,0%
66 Diensten van het verzekeringswezen en van pensioenfondsen, exclusief die op het gebied van verplichte sociale verzekeringen	97	2,4%	2,1%	1,2%	94	2,0%	1,1%	3	0,1%	0,0%
67 Ondersteunende diensten in verband met financiële instellingen	91	1,5%	1,9%	1,4%	89	1,9%	1,4%	3	0,1%	0,1%
65 Diensten van financiële instellingen, exclusief het verzekeringswezen en pensioenfondsen	91	1,9%	1,9%	12,3%	88	1,9%	11,8%	3	0,1%	0,5%
40 Elektriciteit, gas, stoom en warm water	71	1,6%	1,5%	0,1%	68	1,5%	0,1%	2	0,1%	0,0%
71 Verhuur van machines, apparaten en werktuigen zonder bedieningspersoneel en van persoonlijke en huishoudelijke artikelen	63	2,2%	1,4%	2,0%	61	1,3%	2,0%	2	0,0%	0,1%
63 Vervoerondersteunende activiteiten; reisbureaus	60	0,4%	1,3%	0,2%	58	1,2%	0,2%	2	0,0%	0,0%
70 Exploitatie van en handel in onroerend goed	56	0,7%	1,2%	0,6%	54	1,2%	0,5%	2	0,0%	0,0%
24 Chemische producten en synthetische of kunstmatige vezels	53	0,2%	1,1%	0,9%	51	1,1%	0,9%	2	0,0%	0,0%
74F Opsporings- en beveiligingsdiensten, industriële reiniging, en diverse dienstverlening aan bedrijven	50	0,8%	1,1%	0,0%	48	1,0%	0,0%	2	0,0%	0,0%
Andere sectoren	240	4,5%	5,1%	6,3%	232	4,9%	6,0%	8	0,2%	0,2%

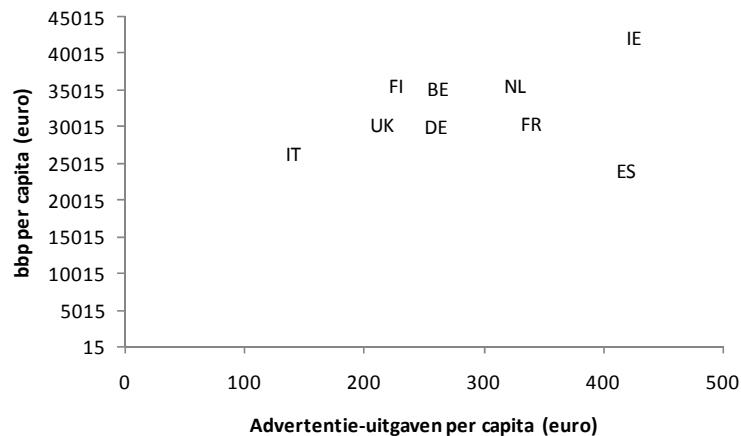
* Er werd enkel gekeken naar de intermediaire consumptie van het reclamewezen (nace 744) in België en niet naar het gebruik ervan voor investeringen of naar de finale consumptie

Bron: Input-Output tabel voor 2000 en 2005, Federaal Planbureau (2004, 2010)

Volgens een andere bron zouden de advertentie-uitgaven in België zich op een middelmatig niveau situeren. In 2008 bevond België zich op de negende plaats onder de Europese landen (volgens advertentie-uitgaven per capita, Grafiek 1-20). Gegevens van het WARC²⁷ geven aan dat België daarmee een achterstand in de gemiddelde reclame-uitgaven, die werd opgetekend rond de eeuwwisseling, heeft ingehaald.

²⁷ World Advertising Research Center

Grafiek 1-20: Advertentie-uitgaven en bbp per capita in 2008, internationale vergelijking



Bron: Bent (2010)

2 De competitiviteit van de Belgische zakelijke dienstverlening volgens het analysekader van Michael Porter

2.1 Het analysekader van Porter

Op het vlak van concurrentie en internationale handel vinden we zeer brede definities van industrieën, zoals “banksector”, “chemische” industrie of sector “gereedschapswerktuigen”. Als het gaat over strategie zijn deze definities niet relevant omdat, binnen deze sectoren, de aard van de concurrentie en de specifieke kenmerken van de concurrentievoordelen sterk verschillen.” (Porter, p. 36).

Bovenstaand citaat illustreert dat een macro-economische analyse niet volstaat om het concurrentievermogen van een sector te analyseren. Om de sector van de ZD gestructureerd te beschrijven, gebruiken we daarom het micro-economische analysekader van Porter. Porter onderkent vier factoren die een rol spelen bij het bepalen van de concurrentiekracht van een sector:

de productiefactoren

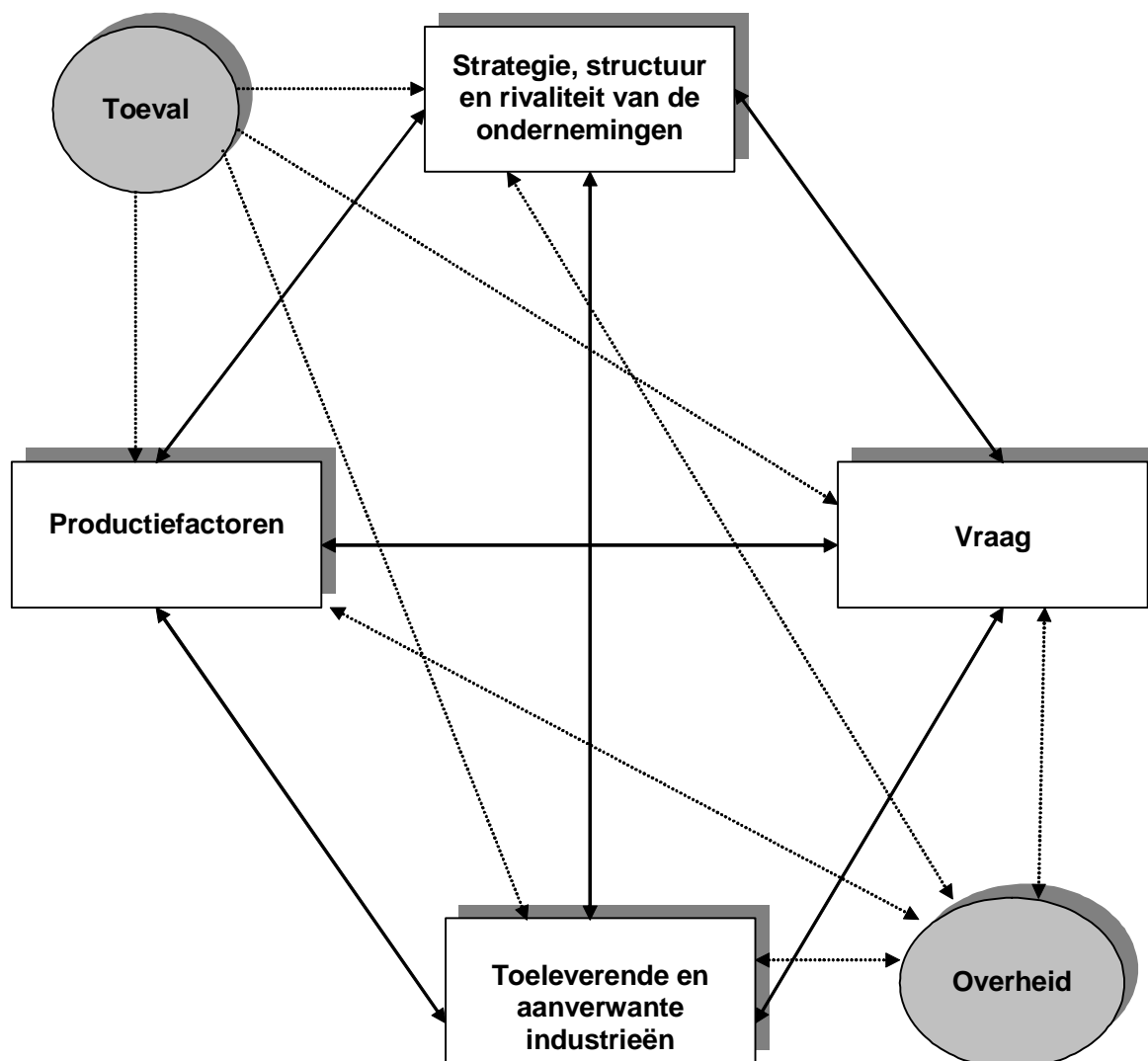
de vraag

de toeleverende en aanverwante industrieën

de strategie, de structuur en de rivaliteit van de ondernemingen

Ook de overheid en toevallige gebeurtenissen spelen een belangrijke rol in dit analysekader. Zij beïnvloeden immers aanzienlijk deze vier factoren die de concurrentiekracht van een sector bepalen.

Figuur 2-1 : Het ruitmodel van Porter of het interactieve proces van creatie van concurrentievoordelen



Bron : Porter, 1993

In figuur 2-1 worden de vier determinanten van de competitiviteit weergegeven in een ruit, die symbool staat voor de interactie tussen deze determinanten. Elke parameter en het verband tussen de vier creëren de context waarin de ondernemingen ontstaan en met elkaar wedijveren: de relatieve beschikbaarheid van de middelen en van de noodzakelijke vaardigheden voor het verkrijgen van een concurrentievoordeel in een industrie [de productiefactoren]; de informatie die de geboden opportuniteiten genereert [de vraag en de toeleverende en aanverwante industrieën] en de manier waarop de middelen en de vaardigheden worden aangewend [de strategie]; de doelstellingen van de aandeelhouders, de bedrijfsleiders en de werknemers die zijn betrokken bij de bevordering van het concurrentievermogen [de structuur]; en vooral, de druk die de ondernemingen ertoe aanzet te

investeren en te innoveren [de rivaliteit]. (Porter, p. 79). Volgens Porter is het de specificiteit van één of meerdere van deze vier determinanten die ervoor zorgt dat een nationale sector al dan niet vooruit loopt op haar concurrenten in het buitenland.

De mate waarin de kenmerken van een economie een gunstige ruit creëren voor een sector zijn bepalend voor de competitiviteit van die sector. De ongelijke verdeling van natuurlijke hulpbronnen, uiteenlopende consumptiepatronen en de grote investeringen die gepaard gaan met het creëren van complexe productiefactoren leiden ertoe dat geen enkel land in elke sector de meest competitieve kan zijn. Omdat sectoren kunnen bestaan uit deelsectoren waarin verschillende elementen bepalend zijn voor de competitiviteit is het daarenboven mogelijk dat een land wel competitief is in sommige maar niet in al de deelsectoren van een sector.

Soms kan het concurrentievermogen van bedrijven ook beïnvloed worden door factoren die de landsgrenzen overstijgen. Daarom is voorzichtigheid geboden bij het invullen van de ruit van Porter op een nationaal niveau (Brouthers, 1997). Zeker in een kleine open economie als België, waar veel internationale ondernemingen actief zijn, is het best mogelijk dat buitenlandse factoren een invloed uitoefenen op het concurrentievermogen van binnenlandse bedrijven.

Het hier beschreven model is in wezen een micro-economisch model. Het succes van een sector, en bij uitbreiding van een economie, wordt verklaard door na te gaan welke factoren bepalend zijn voor het succes van elk bedrijf in die sector. De bron van de welvaart en van de internationale competitiviteit van een land ligt bijgevolg in haar micro-economische basis (Porter et al., p. 2). Deze studie beoogt dus niet om aan te duiden welke factoren de concurrentiekracht van België bepalen maar wel om aan te duiden welke factoren aan de basis liggen van de concurrentiekracht van de Belgische zakelijke dienstondernemingen.

Zoals vermeld worden de bronnen van competitiviteit binnen het analysekader van Porter ingedeeld in vier determinanten. Elk van deze wordt door Porter opnieuw opgedeeld in een aantal onderliggende factoren. Om een beter inzicht te verwerven in de manier waarop de onderliggende factoren die een industrie kenmerken haar concurrentiekracht kunnen beïnvloeden, geven we hier een bondige bespreking van de vier determinanten in de ruit van Porter: aanbod, vraag, cluster, concurrentie.

2.1.1 De aanbods-determinant

Bij de productiefactoren onderscheiden we :

de menselijke middelen

de kennisbronnen

de kapitaalmiddelen

de natuurlijke hulpbronnen

de infrastructuur

Deze factoren kunnen op hun beurt worden onderverdeeld in complexe en elementaire factoren. De eerste groep, waaronder de communicatie-infrastructuur, de onderzoeksinstituten, de universiteiten en de hooggeschoolde arbeidskrachten, vereist grote investeringen in uitrusting, opleiding, onderzoek en ontwikkeling; de tweede groep, waaronder de natuurlijke hulpbronnen, de geografische ligging en de

weinig of ongeschoolde arbeidskrachten, is van nature beschikbaar of wordt via beperkte particuliere of collectieve investeringen verkregen. Het is duidelijk dat de complexe factoren ten grondslag liggen aan het concurrentievoordeel, maar er zijn ook voldoende kwaliteitsvolle elementaire factoren nodig om de complexe factoren tot stand te brengen.

Productiefactoren die gemakkelijk in het buitenland kunnen aangekocht worden verlenen vanzelfsprekend een minder duurzaam concurrentievoordeel dan meer specifieke, gespecialiseerde productiefactoren. Deze laatste vereisen continue investeringen en kunnen moeilijker door andere landen worden gekopieerd. De laatste jaren is de mobiliteit van productiefactoren globaal toegenomen. Voor de competitiviteit van bedrijven is het daarom belangrijker geworden om meer specifieke, minder mobiele productiemethoden te ontwikkelen door gebruik van bv. schaalvoordelen, productdifferentiatie of kennis.

2.1.2 De vraag

De veeleisende binnenlandse vraag, die de lokale ondernemingen verplicht steeds het hoogste niveau na te streven wat de kwaliteit van de producten en de waaier van diensten betreft » (Porter, p. 99), is de bron van het concurrentievoordeel omdat ze het de ondernemingen mogelijk maakt zich niet alleen een idee te vormen van de totale vraag, maar ook te anticiperen op de noden ervan;

Een veeleisende en gesofistikeerde vraag zet bedrijven dus aan om te innoveren en hun productgamma op te waarderen. Een sterke binnenlandse vraag in een vroeg stadium is immers maar een voordeel als ze de betrokken industrie richt op producten en kenmerken die zo goed mogelijk tegemoetkomen aan de internationale vraag.

Een relatief grote binnenlandse vraag kan een industrie in staat stellen om schaalvoordelen te realiseren. Een kleine binnenlandse vraag kan een industrie dan weer aanzetten om meer te exporteren. Zoals we eerder vermeld hebben, is het mogelijk dat sommige determinanten van de competitiviteit van een Belgische industrie afkomstig zijn van haar handelspartners. Daarom kan het voor deze studie interessant om te kijken naar de buitenlandse vraag die een sector ondervindt.

2.1.3 Toeleverende en aanverwante industrieën

De aanwezigheid van toeleverende en aanverwante industrieën kan concurrentievoordelen opleveren als deze ondernemingen competitief zijn en als hun activiteiten worden gecoördineerd. De aanwezigheid van concurrerende leveranciers op algemeen niveau zal de bewuste industrie maar een concurrentievoordeel opleveren als de informatie en de middelen van de klantenondernemingen ten goede komen aan de innovatie- en moderniseringsinspanningen van de leveranciers. Bovendien bevorderen de nabijheid en de culturele identiteit het vrije verkeer van informatie tussen concurrerende firma's.

Het aandeel van de toegevoegde waarde die bedrijven in hun productie zelf realiseren geeft een beeld van de mate waarin bedrijven taken uitbesteden in hun productieproces. De evolutie van dit aandeel is eveneens een indicatie van de mate waarin bedrijven zich bijvoorbeeld toeleggen op hun kernactiviteiten. Dit hangt dan weer samen met de vierde determinant in de ruit van Porter: de strategie van ondernemingen.

Omdat de relatie van een onderneming met haar leveranciers en met aanverwante ondernemingen sterk afhankelijk is van de strategie en de structuur van die onderneming, zullen we deze determinant

gezamenlijk bespreken met de determinant betreffende de strategie, de rivaliteit en de structuur van ondernemingen.

2.1.4 Strategie, rivaliteit en structuur van de ondernemingen

De binnenlandse rivaliteit zet de ondernemingen ertoe aan voorstellen te doen, te innoveren, de kosten te verlagen, de kwaliteit en de diensten te verbeteren en te investeren in methoden en nieuwe producten. Ze stimuleert de innovatie.” (Porter, p. 131).

De rivaliteit tussen ondernemingen legt met andere woorden een druk op de bedrijven om voortdurend te innoveren, om zich te differentiëren van haar concurrenten, om zo goed mogelijk tegemoet te komen aan de eisen van de markt. De dynamiek van het model van Porter onderstreept het belang van deze factor. Volgens Porter is elk concurrentievoordeel namelijk voorbestemd om op termijn overgenomen te worden door concurrenten in zowel het binnen- als het buitenland. Om competitief te kunnen blijven is het daarom belangrijk dat een onderneming voortdurend haar concurrentievoordelen bestendigt, dat zij haar bronnen van competitiviteit continu opwaardert.

Dat de concurrenten er uiteindelijk in zullen slagen om de huidige bronnen van competitiviteit over te nemen, betekent eveneens dat een strategie gericht op innovatie een duurzamere bron van competitiviteit vormt dan een strategie gericht op imitatie.

2.1.5 De bredere omgeving

De vorm van de vier determinanten en hun onderlinge interactie bepalen het concurrentievermogen van de bedrijven in een sector. Dit neemt niet weg dat het succes van bedrijven en sectoren sterk beïnvloed wordt door bredere omgevingsfactoren. Het is immers mogelijk dat de “ruit van Porter” waarbinnen een onderneming opereert, niet langer concurrentieel is vanwege veranderingen in de macro-economische omgeving. Bovendien kunnen de verschillende determinanten binnen de ruit gewijzigd worden als gevolg van toevallige of politieke ontwikkelingen. Via bijvoorbeeld het onderwijsbeleid en productnormering bepaalt de overheid immers voor een belangrijk deel de vorm van de vier determinanten binnen de ruit van Porter. Toevallige gebeurtenissen kunnen de ruit van een industrie voor uitdagingen plaatsen en aldus haar samenstelling beïnvloeden. De industrieën die over de meest gunstige ruit beschikken zullen het best in staat zijn om externe uitdagingen om te zetten in een concurrentievoordeel.

Een analyse van de competitiviteit van de Belgische ZD moet dus rekening houden met de manier waarop de bredere omgeving vorm heeft gegeven aan de determinanten van haar competitiviteit. Een observatie van de interactie tussen de zakelijke dienstverleners en de veranderingen in de ruimere omgeving zal ons ook toelaten om beter te begrijpen welke concurrentiële dynamiek de bedrijven kenmerkt. Daarom beginnen we onze competitiviteitsanalyse volgens de methode van Porter met een beschrijving van de macro-omgeving via een PEST-analyse. Dit betekent dat we zullen nagaan welke de meest relevante politieke, economische, socio-culturele en technologische ontwikkelingen zijn die inwerken op de Belgische ZD.

2.2 Beschrijving van de concurrentiële omgeving van de zakelijke dienstverlening via een PEST-analyse

In dit deel zullen we de macro-omgeving van de ZD in kaart brengen. We zullen nagaan welke invloed de politieke, economische, sociale en technologische context de afgelopen jaren heeft gehad op de Belgische zakelijke dienstverleners en op de competitieve ruit waarbinnen zij opereren. Afhankelijk van hun concurrentieel gedrag zullen sommige bedrijven hier positief en andere negatief op reageren. Door na te gaan hoe de verschillende deelsectoren zijn omgegaan met deze wijzigingen in de bredere omgeving zullen we in het volgende deel dan ook meer inzicht verwerven in de concurrentiële dynamiek van de Belgische zakelijke dienstverleners.

Politieke omgeving

Marktregulering: Het is bij de levering van complexe diensten heel moeilijk om op voorhand (en soms ook achteraf) in te schatten welke kwaliteit de dienst heeft. Er bestaat m.a.w. een probleem van asymmetrische informatie wat in het bijzonder optreedt bij de kennisintensieve diensten. Om deze reden is de ZD sterk gereguleerd op de nationale markten. Deze regulering verschilt tot op heden aanzienlijk per land, ook binnen de EU, waardoor zakelijke dienstverleners die willen exporteren of die in het buitenland willen investeren barrières ondervinden. Aangezien vele kosten om aan de regelgeving van een land te voldoen onafhankelijk zijn van de bedrijfsgrootte, ondervinden de kleinere bedrijven de grootste export- en internationale investeringsbarrières door de heterogene regelgeving in de EU (Kox en Lejour, 2007, blz. 235). Daarnaast geeft empirisch onderzoek aan dat een hoog niveau aan regelgeving de productiviteitsgroei van zakelijke dienstverleners drukt waardoor deze bedrijven in landen met meer regelgeving minder competitief zijn en bijgevolg minder exporteren en internationaal investeren (ECB, 2006, blz. 71; Kox en Lejour, 2007, blz. 240-244).

Een veelgebruikte indicator voor de productmarktregulering (PMR) van professionele diensten komt van de OESO. Deze PMR indicator is samengesteld op basis van een vragenlijst voor de nationale overheden waarin 16 sub-indicatoren worden ingedeeld in drie categorieën: overheidscontrole; barrières voor ondernemerschap en barrières voor handel en investeringen. Een aantal indicatoren hebben betrekking op sectorspecifieke maatregelen zodat de PMR indicator kan worden gerelateerd aan specifieke dienstensectoren.

Tabel 2-1: Indicator voor de productmarktregulering in de ZD

	Professionele diensten		Boekhouding		Juridische diensten		Architecten	
	1996	2008	1996	2008	1996	2008	1996	2008
België	2,2	2,2	3,5	2,7	2,7	3,8	2,6	2,2
Duitsland	4,2	2,9	5,1	2,4	4,5	3,6	3,3	3,1
Frankrijk	1,8	2,1	3,0	2,8	2,3	2,8	1,8	2,8
Nederland	1,4	1,2	3,2	1,9	2,0	2,9		
VS		1,1	2,6	1,7	2,9	1,9		0,3

Een hogere index wijst op strengere regelgeving
Bron: OESO

Een tweede indicator werd ontwikkeld door Paterson, Fink en Ogus. Zij hebben voor de professionele diensten een reguleringsindex opgesteld op basis van de toetreding en het gedrag van de bedrijven in de sector (ECB, 2006, blz. 40). Beide indicatoren laten zien dat de regelgeving in België ongeveer even hoog is als in Duitsland en Frankrijk maar hoger dan in Nederland en in de VS, twee landen waar de ZD sterk ontwikkeld is. De situatie veranderde weinig tussen 1996 en 2008. Terwijl de regelgeving voor boekhouders en architecten versoepelde, lijkt er een verstrakking voor de juridische

diensten te zijn maar dit zou eerder te wijten zijn aan een fout in de gegevens van de OESO, waarin ten onrechte werd geregistreerd dat de studies van 5 tot 6 jaar werden verlengd.

Tabel 2-2: Reguleringsindex van Paterson, Fink en Ogus (2003)

	Boekhouding	Juridische diensten	Architecten
België	6,3	4,6	3,9
Duitsland	6,1	6,5	4,5
Frankrijk	5,8	6,6	3,1
Nederland	4,5	3,9	0,0
Eurozone	4,9	5,7	3,3

Een hogere index wijst op strengere regelgeving
Bron: ECB, 2006, blz. 59

Er werden recent een aantal (internationale) boekhoudnormen ingevoerd, met name IAS en IFRS. Hierdoor zijn beursgenoteerde bedrijven verplicht om hun boekhouding volgens welbepaalde regels in te vullen en deze te laten controleren door een onafhankelijke auditeur. Bedrijven die op een Amerikaanse beurs genoteerd staan moeten dan weer voldoen aan Sarbanes-Oxley. Ook BASEL II, die de banken aan strikte regels onderwerpt, verhoogt de vraag naar certificatie door zakelijke dienstverleners. Naar aanleiding van de financiële crisis staan deze normen momenteel ter discussie.

Fiscale behandeling coördinatiecentra: De coördinatiecentra, onderdeel van subsector 741, hadden de bedoeling om grote internationale bedrijven naar België te halen. Voor zover multinationale groepen hun coördinatiecentra gebruikten voor welbepaalde doeleinden (bijvoorbeeld groepsfinanciering) konden zij genieten van een fiscaal gunstregime. Ingevolge een beslissing van de Europese Commissie werd dit gunstregime stopgezet op 1 september 2010, omdat het oneerlijke concurrentie zou zijn. Daartegenover staat dat bedrijven in België sinds 2006 een fictieve interestvoet op hun eigen kapitaal fiscaal kunnen aftrekken. Aldus blijft het voor (buitenlandse) bedrijven interessant om hun kapitaal door te sluisen via coördinatiecentra in België. Deze maatregel wordt in politieke kringen evenwel regelmatig in vraag gesteld. Ook andere landen, zoals Nederland; Luxemburg en Zwitserland, leveren meer inspanningen om coördinatiecentra aan te trekken.

Dienstencheques: Begin 2004 werd het systeem van dienstencheques ingevoerd (zie ook kader). Hierdoor kunnen particulieren voor een beperkt bedrag, dat nadien als aftrekpost bij de inkomstenbelastingen kan worden ingebracht, mensen in dienst nemen voor enkele welomschreven taken. Hierdoor is heel wat, veelal laaggeschoolde, arbeid gemigreerd van het zwarte naar het officiële arbeidscircuit. Deze jobs vallen onder nace categorie 745 (selectie en terbeschikkingstelling van personeel). In 2009 hebben de 2.499 erkende ondernemingen die dat jaar met dienstencheques werkten 78,56 miljoen dienstencheques ingediend t.o.v. 5,6 miljoen in 2004²⁸. Volgens de RSZ-gegevens waren er binnen de selectie en terbeschikkingstelling van personeel (nace 745) eind 2007 42.066 werknemers actief via dienstencheques, goed voor 26.289 voltijdse equivalenten, op een totaal van 175.672 werknemers. Indien we de werknemers die tewerkgesteld worden via dienstencheques niet meerekenen in de totale werkgelegenheid in deze nace categorie, dan meten we een stijging van de werkgelegenheid met 42% tussen 1997 en 2007. We kunnen dus stellen dat dit segment ook zonder de invoering van de dienstencheques sterk zou zijn gegroeid.

²⁸ Gedetailleerde cijfers zijn beschikbaar op de website van de RVA.

Dienstencheques

Het nieuwe systeem van dienstencheques is in werking getreden op 1 januari 2004. Voorheen vormden de zogenaamde 'eerste generatie'-dienstencheques een gewestelijke materie. Sinds 2004 behoort dit tot de bevoegdheid van de federale overheid. Het juridisch kader voor dit systeem wordt gevormd door de wet van 20 juli 2001 tot bevordering van buurtdiensten- en banen²⁹ en het koninklijk besluit van 12 december 2001 betreffende de dienstencheques³⁰. Als doelstellingen werden het creëren van arbeidsplaatsen en het bestrijden van zwartwerk vooropgesteld: "Het stelsel van de dienstencheques moet het voor de werklozen, inzonderheid voor de langdurig werklozen, mogelijk maken toe te treden tot de arbeidsmarkt; het zal een alternatief bieden voor zwartwerk".³¹

Dienstencheques worden in het Europees economisch herstelplan van de Europese Commissie van 26 november 2008 ook vermeld als voorbeeld van een innovatieve oplossing om "sociale lasten van werkgevers op lagere inkomens te verlichten om de inzetbaarheid van lagergeschoolde arbeidskrachten te bevorderen". Lidstaten zouden de invoering van een dergelijk systeem moeten overwegen, gelet op de positieve ervaringen hiermee in bepaalde delen van de Europese Unie.³² Zo wordt het stelsel van dienstencheques ook in andere landen gehanteerd, waaronder Denemarken, Oostenrijk en Spanje, en werden in Frankrijk en Nederland gelijkaardige stelsels voor het organiseren van huishoudelijke hulp ontwikkeld³³.

Op vraag van de fod Werkgelegenheid, Arbeid en Sociaal Overleg wordt jaarlijks een evaluatieonderzoek van het dienstenchequesysteem uitgevoerd. Hierbij worden verschillende aspecten van het dienstenchequesysteem in kaart gebracht, zoals de omvang en kostprijs van het systeem, de kwaliteit van de gecreëerde jobs, de loopbaan van de dienstencheque-werknemer en de impact van verschillende beleidsopties.

Het zesde evaluatieonderzoek toont aan dat het systeem blijft toenemen in omvang, zij het aan een trager tempo dan de voorbije jaren³⁴. Opmerkelijk is wel dat in Brussel, en in mindere mate in Wallonië, het aandeel actieve gebruikers, het aandeel dienstencheque-ondernemingen en het aandeel werknemers sterk gestegen zijn³⁵, waardoor het dienstenchequesysteem nu in alle regio's ongeveer gelijk is ingebed.

Daarnaast wijst het verslag op de zware financiële last die het succes van dit systeem met zich meebrengt voor de federale overheid. Daarom worden verschillende alternatieve pistes geanalyseerd en beleidsopties voorgesteld om het systeem financieel betaalbaar te houden.

²⁹ B.S. 11 augustus 2001.

³⁰ B.S. 22 december 2001.

³¹ Memorie van toelichting, Wetsontwerp tot bevordering van buurtdiensten en -banen, 1 juni 2001, DOC 50-1281/001, Belgische Kamer van volksvertegenwoordigers, p. 8.

³² Mededeling van de Commissie aan de Europese Raad, Een Europees economisch herstelplan, COM (2008) 800, Brussel, 26 november 2008, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0800:FIN:nl:PDF>.

³³ Zie voor meer informatie: PACOLET, J., F. DE WISPELAERE en S. CABUS (2010), Bomen groeien niet tot in de hemel, de werkelijke kostprijs van de dienstencheques, Leuven, Hiva- K.U. Leuven.

³⁴ IDEA Consult (2010), Evaluatie van het stelsel van de dienstencheques voor buurtdiensten en -banen, Brussel.

³⁵ Zo is het aandeel actieve gebruikers in Brussel gestegen van 7% in 2008 tot 8,1% in 2009 van het totaal aantal gebruikers in België, het aandeel dienstencheque-ondernemingen van 14,8% in 2008 tot 17% in 2009 en het aandeel werknemers van 9,9% in 2008 tot 11,8% in 2009.

Tussen 2006 en 2009 is het aantal nieuwe dienstenchequeondernemingen toegenomen met 73,8%, terwijl het totale aantal startende ondernemingen in 2008 gedaald is ten opzichte van 2007. De creatie van jobs in deze sector is aanzienlijk. Toch mag bij dit alles niet worden vergeten dat dit succes vooral toe te schrijven is aan de overheidssubsidies, waarvan de sector in grote mate afhankelijk is. Gelet op de zware budgettaire kost die dit stelsel met zich meebrengt voor de federale overheid, en zeker gezien de budgettaire moeilijkheden door de financiële en economische crisis, is het niet ondenkbaar dat op een gegeven moment de overheidssubsidies teruggeschroefd zullen worden. Het gevaar dreigt dan ook dat deze sector op termijn niet houdbaar is, zodat een scenario als de steenkool- en staalindustrie opdoemt (Pacolet, De Wispelaere en Cabus, 2010).

Outplacement: Er werden in België de voorbije jaren een aantal cao's afgesloten betreffende outplacement (i.e. het begeleiden van ontslagen werknemers naar een nieuwe baan op de arbeidsmarkt). Cao's 82 en 82 bis (in werking sinds 2007) leggen een aantal verplichtingen op rond outplacement voor werknemers van 45 jaar of ouder die worden ontslagen door werkgevers onderworpen aan de cao-wet. Zo moet de werkgever binnen de 15 dagen na het einde van de arbeidsovereenkomst een outplacementaanbod doen aan de ontslagen werknemer³⁶. Cao 51 (dat dateert van 1992) legt de voorwaarden op waaronder een werkgever in zijn onderneming 'vrijwillig' outplacement kan organiseren voor ontslagen werknemers die jonger zijn dan 45 jaar. Sinds april 2009 moet elke onderneming met meer dan 20 werknemers die overgaat tot collectief ontslag een tewerkstellingscel oprichten, waarin al de ontslagen werknemers³⁷ zich verplicht moeten inschrijven. De cel moet aan elke werknemer ten minste één aanbod voor beroepsinschakeling doen. Tot slot werd in Vlaanderen in 1999 het herplaatsingsfonds opgericht. Dit fonds staat in voor de terugbetaling van de kosten die aan de activiteiten inzake herplaatsing verbonden zijn voor de werknemers die vanwege een faillissement hun baan zijn verloren. Volgens Federgon zou de helft van de outplacement in België in 2009 volgen uit cao 82 bis; 16% viel onder cao 51; 26,5% kwam voort uit een tewerkstellingscel en 6,6% kaderde in het Vlaams herplaatsingsfonds. Aangezien outplacement doorgaans geschiedt via wervings-, search en selectiebedrijven verhoogt deze regelgeving de vraag naar diensten van subsector 745.

Economische omgeving

Internationalisering: De globalisering, die in de hand werd gewerkt door technologische ontwikkelingen en de afbouw van handelsbelemmeringen, heeft geleid tot een intensifiëring van de concurrentie en een doorgedreven internationale specialisatie, waarbij landen zich steeds meer gaan toeleggen op die activiteiten waarin zij een concurrentievoordeel bezitten. Voor België betekent dit o.m. dat de meest arbeidsintensieve en gestandaardiseerde productieprocessen (van verhandelbare goederen) zijn gedelokaliseerd en dat kennis, flexibiliteit en dienstverlening aan belang winnen. De toenemende internationalisatie, incl. de Europese integratie, leidt ook tot meer concurrentie tussen zakelijke dienstverleners in verschillende landen. Dit geldt vooral voor de diensten waarvoor geen specifieke (nationale) competenties vereist zijn en waar de fysieke nabijheid minder van belang is. Zakelijke dienstverleners moeten ook steeds meer kunnen opereren in een multinationale context. Deze tendens

³⁶ Uitgezonderd voor werknemers met een wekelijkse arbeidsduur die minder dan de helft bedraagt van een voltijdse; voor werknemers die ontslagen zijn om dringende redenen; en voor werknemers die, indien ze werkloosheidsuitkeringen zouden aanvragen, niet beschikbaar zouden moeten zijn voor de arbeidsmarkt.

³⁷ Uitgezonderd voor werknemers met een contract van bepaalde duur; en voor werknemers die, indien ze werkloosheidsuitkeringen zouden aanvragen, niet beschikbaar zouden moeten zijn voor de arbeidsmarkt.

komt ten goede aan de grotere bedrijven, wat mee de schaalvergroting in de ZD kan verklaren (cf. Tabel 1-21).

Brussel, Europese hoofdstad: Door zijn centraal gelegen locatie en doordat Brussel de belangrijkste Europese politieke organen huisvest, heeft een groot aantal regionale hoofdkwartieren van MNO's zich in Brussel gevestigd, evenals een groot aantal gouvernementele en niet-gouvernementele organisaties. Het aantal lobbyisten in Brussel zou bv. gestegen zijn van 654 in 1985 tot meer dan 15.000 in 2010. In 2005 werd de jaarlijkse omzet van de zakelijke lobby in Brussel geschat op 750 miljoen tot 1 miljard euro (Dinan et al., 2010, blz. 23-25). Omdat de Europese Commissie over een relatief kleine administratie beschikt zou deze vaak moeten rekenen op de input van externe 'experts'. Adviesverlening inzake regelgeving, juridische bijstand en PR spelen een belangrijke rol in de politieke belangenbehartiging.

De aantrekkelijkheid van Brussel voor economische en politieke beslissingscentra wordt verder in de hand gewerkt door de transportverbindingen met andere belangrijke Europese steden; de meertalige bevolking en de relatief goedkope kantoorruimte. Ook de financiële sector heeft een belangrijk aandeel in de Brusselse economie. Brussel is dus een belangrijk knooppunt in internationale economische en politieke netwerken. Dankzij deze internationale functie is de ZD in Brussel veel sterker geïntegreerd in internationale netwerken dan elders in België. Toch blijft het potentieel van Brussel voor het huisvesten van hoofdkwartieren van wereldwijd actieve ondernemingen onderbenut. Zo zou slechts 1,7% van de omzet van de 500 grootste bedrijven met een hoofdkwartier in Europa vanuit Brussel geleid worden (Vandermotten et al., 2009, blz. 2).

Socio-culturele omgeving

Individualisering: Consumenten zijn steeds meer op zoek naar betekenis en identiteit in hun consumptiegedrag (Maenhout et. al, 2006). Daardoor gaat consumptie minder over producten en meer over "belevenissen". Dit brengt met zich mee dat het belang van flexibiliteit, creativiteit en dienstverlening binnen de economie sterk toenemen. We zien ook een versnelling van de productcycli. Daarnaast hebben technologische ontwikkelingen de invloed van de lokale cultuur op de consumptie versterkt (De Mooij, 2010, blz. 8).

Multiculturaliteit: Dankzij haar functie als internationaal knooppunt heeft Brussel een multiculturele bevolking. Door deze diversiteit ontstaan er heel wat mogelijkheden door de kruising van culturele en economische praktijken met verschillende origines. Dit stimuleert het creatieve vermogen van de economie.

Hooggeschoolde, meertalige bevolking: België beschikt over een relatief hooggeschoolde bevolking. Mede omdat België (en Brussel) op de grens van de Romaanse en de Germaanse cultuur ligt, spreken de Belgen doorgaans meerdere talen. Ook de internationale functie van Brussel draagt bij tot de meertaligheid van de bevolking.

Technologische omgeving

ICT: Dankzij de ontwikkeling van ICT ontstaan er nieuwe mogelijkheden voor uitbesteding en zijn de transactiekosten hiervan sterk gedaald waardoor bedrijven uit alle sectoren steeds meer taken gaan uitbesteden. De bedrijven uit segment 741 gaan in deze context een steeds grotere rol spelen doordat zij bedrijven kunnen bijstaan en adviseren in hun zoektocht naar de meest optimale organisatie van hun productie.

De ontwikkeling van de ICT heeft niet enkel de uitbesteding maar ook de informatie-uitwisseling binnen en tussen organisaties bevorderd. Daardoor ontstaan er nieuwe organisatiemogelijkheden met een doorgedreven focus op kennis en innovatie.

Naast de strategische toepassingen zijn heel wat ICT-applicaties gericht op de automatisering van administratieve taken. Zo hebben het internet en software ervoor gezorgd dat HR-informatiesystemen veel gebruikt worden in organisaties (Delmotte et al., blz. 25). Voor zakelijke dienstverleners die de investeringen kunnen dragen laat ICT dus toe om zowel de interne bedrijfsvoering te verbeteren als om activiteiten van andere bedrijven over te nemen en efficiënt te centraliseren.

2.3 Analyse van de concurrentiële dynamiek van de zakelijke dienstverlening

Zoals we hierboven zagen is de concurrentiekracht van een sector volgens Porter het resultaat van de interactie tussen vier determinanten die elkaar kunnen versterken of verzwakken: de vraag, de productiefactoren, de rivaliteit en zijn relatie met toeleverende en aanverwante bedrijven. Voor elk van deze vier determinanten moeten we dus nagaan welke de onderliggende distinctieve factoren zijn die de Belgische zakelijke dienstverleners in staat stellen om anders te presteren en die daardoor hun concurrentiekracht bepalen.

De vorm die elk van de vier determinanten binnen de verschillende subsectoren aanneemt is een belangrijk gegeven, maar uiteindelijk is het volgens Porter de dynamiek van deze vier determinanten samen en de invloed van de institutionele omgeving die ervoor zorgen dat een sector zijn concurrentievoordeel verder kan uitbouwen of verliezen. Porter stelt immers dat alleen het permanent versterken van de determinanten kan leiden tot een duurzaam concurrentievoordeel. Niet zozeer de hoeveelheid productiefactoren is bv. belangrijk, maar wel het tempo waarmee deze factoren worden gecreëerd en de efficiëntie waarmee de ondernemingen van de sector ze aanwenden om zich aan te passen aan de specifieke noden van de vraag.

Het is dus duidelijk dat het model van Porter een dynamisch model is waarbij het concurrentievermogen van elke zakelijke dienstverlener verklaard wordt door zijn verschillende eigenschappen en door zijn interactie met andere bedrijven en met de macro-omgeving. De concurrentiële dynamiek van de ZD komt sterk tot uiting in de interacties tussen de zakelijke dienstenbedrijven. We zagen immers dat zakelijke dienstverleners de belangrijkste afnemers zijn van ZD wat wijst op netwerkeffecten binnen de sector. Om inzicht te verwerven in het concurrentiële gedrag van individuele bedrijven binnen de ZD, kijken we dus eerst naar de dynamiek die uitgaat van dit zakelijke dienstennetwerk. Dit moet ons toelaten om nadien aan de hand van het model van Porter te verklaren welke factoren aan de basis liggen van het concurrentievermogen van de bedrijven binnen enkele deelsectoren van de ZD.

2.3.1 Concurrentiële dynamiek van de zakelijke dienstverlening

Om inzicht te verwerven in de concurrentiële dynamiek die uitgaat van de ZD beschouwen we hieronder het gedrag van de sector in het licht van politieke, economische, sociale en technologische wijzigingen die zich de afgelopen jaren hebben voltrokken.

Als gevolg van de geleidelijke vrijmaking van de internationale handel en de verlaging van de transportkosten was er de afgelopen decennia een sterke toename van de internationale concurrentie in de industrie en in sommige dienstensectoren. De technologische vooruitgang maakte een doorgedreven opsplitsing van de productieprocessen mogelijk, zodat de internationale concurrentie

leidde tot de delokalisatie van de minst concurrentiële producten en productieprocessen en een doorgedreven specialisatie in domeinen waarin België een internationaal concurrentievoordeel bezit, in de eerste plaats kapitaal- en kennisintensieve activiteiten. Hierin spelen de zakelijke dienstverleners een dubbele rol.

Zakelijke dienstverleners faciliteren de reorganisatie van bestaande bedrijven door advies en bijstand te verlenen met het oog op een optimalisering van de waardeketen van hun klanten. Sommige dienstverleners bevorderen de concurrentiële aanpassing van andere bedrijven door zelf diensten te leveren die deze laatsten voorheen zelf produceerden. Ze worden daarbij geholpen door het gebruik van ICT en kunnen zo schaalvoordelen genereren waardoor de TWP van hun klanten toeneemt.

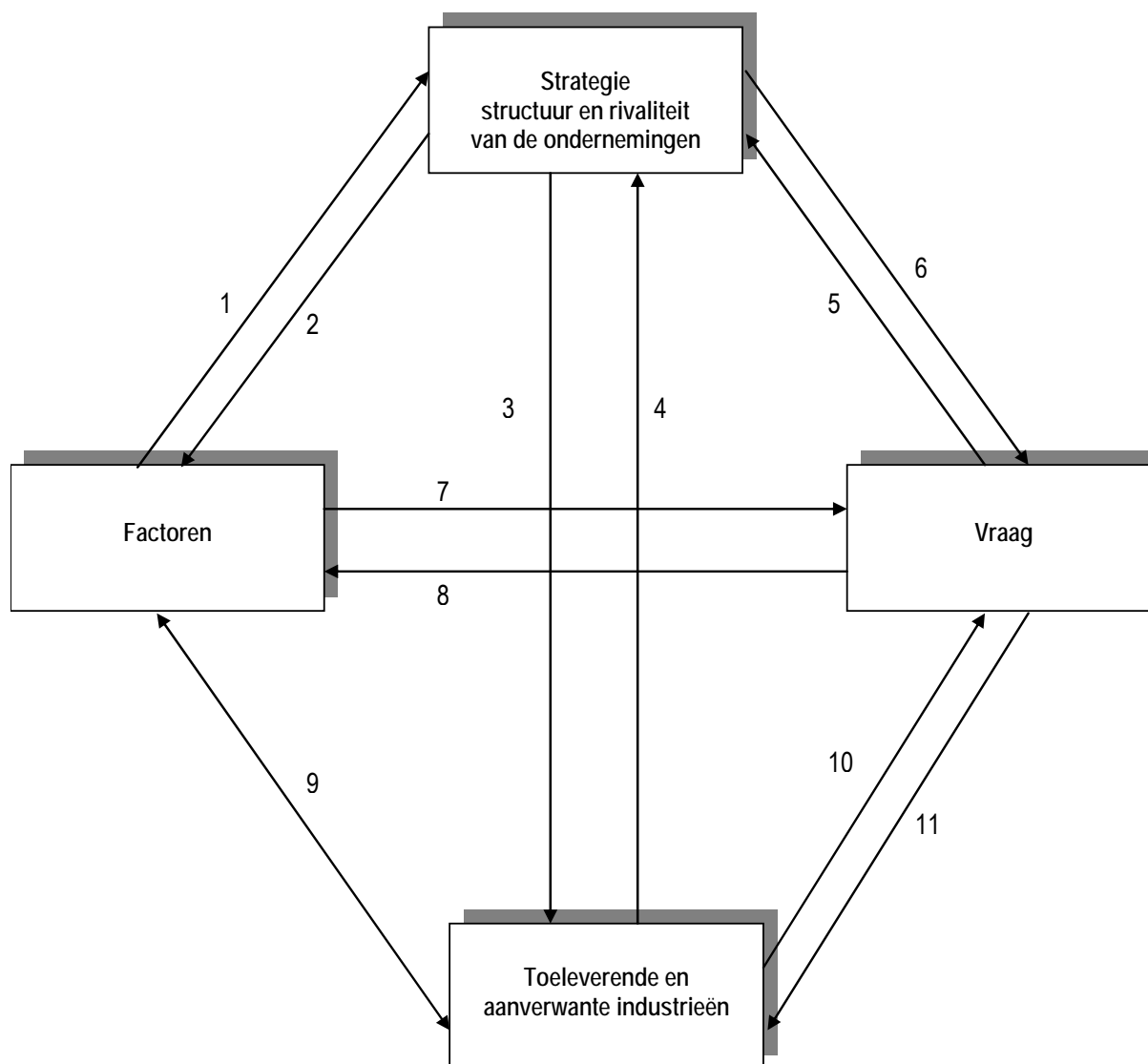
Naast haar rol in de reorganisatie van de productiestructuur, wordt de ZD steeds belangrijker vanwege haar cruciale functie binnen de kenniseconomie. Door hoogopgeleide werknemers in te zetten in verschillende ondernemingen, vormen zij een belangrijk kanaal om kennis en innovaties uit één bedrijf over te dragen naar andere organisaties. De kennisoverdracht binnen en tussen ondernemingen wordt opnieuw in de hand gewerkt door de ICT. Door het complexe karakter van de diensten moeten zakelijke dienstverleners in hun activiteiten vaak met sectorgenoten samenwerken. Niet enkel verhoogt hierdoor de kennisintensiteit van de dienstverlening maar deze kruisbestuiving intensifieert de kennisoverdracht en het innovatiepotentieel van de ZD.

Het stijgend aantal zakelijke dienstverleners in de Belgische economie heeft zowel het voordeel dat hierdoor de mogelijke vormen van samenwerking en kenniscreatie toenemen als dat de concurrentie binnen de sector toeneemt wat de bedrijven aanzet tot het verhogen van hun efficiëntie en productdifferentiatie. Voor zover de verleende diensten zijn uitbesteed door bedrijven uit andere sectoren, bestond er voorheen geen directe concurrentie tussen de verstrekkers van deze diensten.

Ook de vraagontwikkelingen hebben bijgedragen tot het toegenomen belang van de ZD. Flexibiliteit en modulariteit, die reeds aan belang wonnen naarmate de meest gestandaardiseerde productieprocessen delokaliseerden, worden immers steeds crucialere concurrentiefactoren binnen een economie waar consumenten op zoek zijn naar identiteit en belevenissen en dus behoefte hebben aan individuele, op maat gemaakte goederen en diensten. Doordat zakelijke dienstverleners bedrijven toelaten om delen van hun productieproces op een ad hoc basis uit te voeren, verhogen zij de flexibiliteit van hun klanten. Bedrijven kunnen zo immers gemakkelijker hun productie opdrijven of afremmen in functie van de marktevolutie. Bovendien laat dit bedrijven toe om de modulariteit van hun producten te verhogen, doordat ervoor geopteerd kan worden om verschillende (zakelijke) diensten aan hun producten toe te voegen. Tot slot laat de ZD een betere afstemming van de productie op de vraag ook toe doordat zij helpen om de essentiële feedback van de vraag naar de producent te leveren (bv. via marktonderzoek).

Om beter te illustreren hoe deze ontwikkelingen passen binnen de ruit van Porter, geven we hieronder een schematische weergave van enkele interacties tussen de verschillende determinanten uit deze ruit.

Figuur 2-2: Enkele interacties tussen de verschillende bronnen van competitiviteit van de Belgische ZD



Bron: Porter, 1993

1. Hoogopgeleide werknemers en ICT verhogen de kennisopname van zakelijke dienstverleners
2. Vanwege het economische belang van de ZD worden steeds meer opleidingen en ICT afgestemd op de noden van de sector.
3. Een intense concurrentie en groeiende specialisatie binnen de ZD zal leveranciers aanzetten tot het leveren van competitieve en gespecialiseerde producten. Nieuwe leveranciers zullen zich eerder in België vestigen dan in landen met een minder ontwikkelde zakelijke dienstensector.
4. Heel wat innovaties in de ZD, zoals een uitbreiding van het aanbod met nieuwe en complexe diensten, komen tot stand dankzij de samenwerking met toeleverende en aanverwante bedrijven.

5. Wegens een groeiende nood aan flexibiliteit bij de klanten moeten zakelijke dienstverleners hun diensten op een ad hoc basis aanbieden. Naarmate zakelijke diensten complexer worden en meer op een projectbasis worden verhandeld, wordt reputatie een belangrijkere concurrentiefactor.
6. De concurrentie binnen de zakelijke dienstensector zet aan tot scherpe prijzen; productdifferentiatie en marketing waardoor bedrijven in België zich meer bewust zijn van de mogelijkheden van deze sector en waardoor het gebruik van zakelijke diensten aantrekkelijker wordt.
7. Hoogopgeleide werknemers en ICT verhogen de kennis die zakelijke dienstverleners verwerven via hun klanten.
8. - De vraag naar complexe, projectspecifieke diensten dwingt zakelijke dienstverleners om de vereiste kennis en technologie in huis te halen.

- Werknemers van klanten gaan in dienst bij zakelijke dienstverleners om hun expertise aldus in meerdere bedrijven te kunnen commercialiseren.
9. De intense samenwerking tussen zakelijke dienstverleners en hun sectorgenoten of leveranciers leidt tot de creatie van kennis en gespecialiseerde werknemers die bij de verschillende partijen inzetbaar zijn. Soms worden werknemers gedetacheerd wat deze kenniscreatie en –overdracht versterkt. ICT wordt ingezet om de samenwerking te faciliteren. Heel wat werknemers in aanverwante industrieën zijn afkomstig uit de ZD en vice versa.
10. Het succes en imago van partners draagt bij tot de vraag naar zakelijke diensten doordat deze de bedrijfsreputatie verhogen. Naarmate verschillende zakelijke dienstverleners samenwerken rond de levering van een product, zal de reputatie van één partner rechtstreeks de vraag naar het geleverde product beïnvloeden.
11. - De vraag naar complexe diensten dwingt zakelijke dienstverleners tot samenwerking met sectorgenoten en leveranciers rond specifieke projecten.

- Naarmate de vraag naar ZD in België toeneemt zullen er meer producten en diensten ontstaan die zich richten op de ZD.

We zien dus dat zakelijke dienstverleners een belangrijke rol spelen binnen de Belgische economie en dat hun groei past binnen een bredere transformatie van de Belgische economie. Er zijn ook heel wat clustereffecten waardoor de productiviteit en diversiteit van de zakelijke dienstverleners toenemen naarmate de sector zich ontwikkelt. Nu vervullen verschillende segmenten een andere functie binnen de zakelijke dienstverlening. Daarnaast halen de verschillende subsectoren niet in gelijke mate voordeel uit de hierboven beschreven concurrentiële dynamiek. De minder goede prestatie van de reclamesector en van het segment 'andere dienstverlening' geeft bv. aan dat het Belgische kader minder gunstig is voor de bedrijven uit deze subsectoren. Een meer gedetailleerde analyse van enkele subsectoren zal ons toelaten om hier meer inzicht in te verwerven. Meer bepaald zullen we onderzoeken welke vorm de determinanten van het concurrentievermogen van de bedrijven in deze deelsectoren aannemen. Zoals we reeds aangaven levert dit slechts een statisch beeld op van de afzonderlijke elementen die bijdragen aan het concurrentievermogen van de bedrijven uit de beschouwde deelsectoren. Daarom bekijken we vervolgens hoe de verschillende determinanten van

het concurrentievermogen op elkaar inwerken. Dit zal ons toelaten om beter te begrijpen hoe de bedrijven uit de ZD zich gedragen onder invloed van de sectorale concurrentiële dynamiek.

2.3.2 Advies en bijstand aan de bedrijfswereld

Binnen de subsector advies en bijstand aan de bedrijfswereld vinden we een brede reeks activiteiten zoals juridische bijstand; accountancy; marktonderzoek en andere consultancy diensten. Vele van deze activiteiten worden ook geklasseerd als 'professionele diensten'. Advies en bijstand aan de bedrijfswereld wordt vaak ook bestempeld als kennisintensieve dienst. De bedrijven uit dit segment beschikken over specifieke kennis die wordt overgedragen naar de productieprocessen van hun klanten. Hoewel er binnen nace 741 ook bedrijven zijn die veeleer operationele diensten verstrekken, richten we ons in dit deel in de eerste plaats op de kennisintensieve dienstverleners met een strategische focus. Ondanks de brede waaier aan activiteiten die deze bedrijven verzorgen, kennen zij grotendeels dezelfde concurrentiefactoren. De operationele dienstverleners hebben meer eigenschappen gemeen met de verder besproken selectie en terbeschikkingstelling van personeel.

Vraag

We kunnen vier vormen van advies en bijstand onderscheiden, afhankelijk van de manier waarop ze bijdragen aan de innovatie bij hun klanten (OESO, 2006):

- vernieuwende diensten, zoals strategisch management advies, dragen bij tot de ontwikkeling van nieuwe producten en productieprocessen;
- routinediensten, bv. boekhouding, helpen de klant om taken efficiënter uit te voeren;
- sommige diensten helpen hun klanten bij de naleving van het (legaal) regelgevend kader, zoals een aantal juridische diensten en audit-activiteiten;
- netwerkdiensten, waaronder bv. marktonderzoek en public relations, bevorderen de uitwisseling van informatie en dragen bij tot een meer flexibele bedrijfsvoering.

De vraag naar advies- en bijstandsverleners kan dus voortkomen uit verschillende behoeften, die afhankelijk zijn van heel wat factoren, zoals de sector en grootte van de afnemer. Kleinere bedrijven zullen bv. sneller beroep doen op externe dienstverleners om hen te ondersteunen bij taken die zij zelf onvoldoende efficiënt kunnen uitvoeren, zoals de boekhouding of juridische bijstand. Sectoren die onderworpen zijn aan een strenger wetgevend kader zullen op hun beurt meer juridische bijstand en audit-activiteiten nodig hebben.

De relaties tussen zakelijke dienstverleners en hun klanten zijn sterk afhankelijk van de diensten die geleverd worden. Wanneer de diensten weinig gestandaardiseerd zijn en afgestemd op specifieke behoeften van de klant, dan moet er tussen de beide partijen worden onderhandeld over de aard en voorwaarden van de dienst. Vertrouwensrelaties spelen hierin een belangrijke rol. Daarnaast spelen er hier ook reputatie-effecten. Bij vernieuwende diensten overheersen dergelijke interacties. Daarnaast zijn er diensten die bestaan uit gespecialiseerde taken waarbij de klant het resultaat uitstekend kan evalueren. Het bepalen van de gewenste dienst vereist hier minder interactie en de prijsvorming is meer transparant, ook al blijven reputatie en certificatie hier van belang. Zulke relaties komen vaak voor bij juridische; audit- en routinediensten. Tot slot kunnen zakelijke diensten ook een meer gestandaardiseerde vorm aannemen zodat de aankoop hiervan geen specifieke kennis vereist. We denken bv. aan meer operationele dienstverlening. Bij de advies en bijstand aan de bedrijfswereld

zijn zo'n gestandaardiseerde diensten evenwel minder frequent. Naarmate het vaststellen en uitvoeren van de dienst meer interacties met de klant vereist, zal advies en bijstand aan de bedrijfswereld meer invloed hebben op technologische en organisationele innovaties. (Miles, 2007, blz. 53)

Vanwege het complexe, weinig gestandaardiseerde karakter van hun diensten, zijn er nauwe interacties tussen de advies- en bijstandsverleners en hun klanten. Hierdoor vindt doorgaans een overdracht van kennis plaats die in vele gevallen leidt tot innovaties bij de klanten. Doordat de geleverde diensten meestal worden aangepast conform de behoeften van de klant, moeten ook de kennisintensieve dienstverleners heel wat kennis verwerven aangaande hun klant, diens processen en problemen. Bij het verlenen van diensten gaan ook de advies- en bijstandsverleners daardoor inzichten verwerven die hen toelaten om zelf te innoveren en die zij kunnen doorgeven aan toekomstige klanten. Zo blijken bedrijven die hun diensten op maat van de klant leveren vaker te innoveren dan degenen die zich toeleggen op gestandaardiseerde diensten (Howells et al., 2007, blz. 152). De internationaal actieve adviesverleners verwerven in deze context een belangrijk concurrentievoordeel (Miles, 2007, blz. 56). Dat klanten en leveranciers een belangrijke bron van informatie vormen binnen de ZD zagen we al in Grafiek 1-14. Dat er daarnaast veel innovaties afkomstig zijn van binnen de groep illustreert dat deze kennis ook (internationaal) naar andere afdelingen wordt overgedragen.

Twee ontwikkelingen hebben geleid tot een sterke stijging van de vraag naar advies en bijstand. Vooreerst is er de toenemende (internationale) specialisatie waarbij producenten zich steeds meer gaan toeleggen op hun kernactiviteiten. Mede dankzij de opgang van ICT en van de ZD kunnen productieprocessen steeds verder worden opgesplitst en verhandeld tussen bedrijven. Daardoor gaan bedrijven zich toeleggen op hun kerncompetenties en andere activiteiten uitbesteden naar bedrijven die zich in deze activiteiten hebben gespecialiseerd. Uiteraard verhoogde deze beweging de vraag naar de uitbesteedde activiteiten, veelal routinediensten (zowel uit nace 741 als uit andere segmenten van de ZD). Ook de vraag naar andere zakelijke diensten zoals strategisch managementadvies en andere consultancy diensten steeg aangezien vele bedrijven hierop beroep doen bij de herstructurering van hun activiteiten.

De tweede trend die de rol van advies en bijstand versterkt is het toenemend belang van open innovatie. Doordat productcycli steeds sneller verlopen en de technische complexiteit van producten stijgt, moeten bedrijven steeds meer externe kennisbronnen aanboren om voldoende innovatief te zijn. Dankzij de expertise en de contacten die advies- en bijstandsverleners onderhouden met bedrijven uit verschillende sectoren, vormen de bedrijven uit dit segment een belangrijke schakel voor zulke open innovatie. De kennis die externe adviesverleners bijbrengen kan zowel voortkomen uit hun academische kwalificaties als uit hun samenwerking met andere bedrijven of door marktonderzoek. De laatste jaren is het inzicht gegroeid dat succesvol innoveren voor een groot deel afhankelijk is van de mate waarin deze kan steunen op een lokale, ontvankelijke vraag³⁸. In dit kader krijgen marktonderzoek en public relations een zeer belangrijke rol. Zij kunnen immers de essentiële feedback van en naar de klant leveren zodat bedrijven hun producten meer gericht kunnen ontwikkelen en verbeteren. Om deze intermediaire rol in het innovatieproces te kunnen vervullen, is het noodzakelijk dat de klanten van de zakelijke dienstverleners over voldoende absorptieve capaciteit beschikken.

Cruciaal voor de sterk gestegen vraag naar advies en bijstandsverlening in België was de ontwikkeling van Brussel als internationaal politiek en economisch knooppunt. De vastlegging en

³⁸ Een toonaangevende onderzoeker op dit gebied is Amar Bidé.

beïnvloeding van politieke en economische beslissingen vereist expertise in zowat al de beleidsdomeinen. Daardoor bestaat er een sterke vraag naar adviesverlening in Brussel. Hierbij moet complexe informatie snel beschikbaar zijn en voor een maximale impact moet de dienstverlener goed weten hoe deze kennis in het beslissingsproces moet worden ingebracht. Ook PR is hierbij een belangrijk element. In Brussel moeten advies- en bijstandsverleners bijgevolg voortdurend met elkaar samenwerken of concurreren om zo snel mogelijk beslissingen te kunnen sturen. Doordat er in Brussel zoveel internationale expertise aanwezig is, vaak met netwerken naar buitenlandse beslissingscentra, beschikt deze stad over een zeer groot potentieel aan kenniscreatie en –overdracht.

Een andere belangrijke afnemer van advies- en bijstandsverlening is de chemische industrie. Deze sector is een relatief intensieve gebruiker van ZD (Baker, 2007, blz. 102). Tabel 1-26 laat zien dat 20% van de intermediaire consumptie van de farmaceutische nijverheid in 2000 afkomstig was van advies- en bijstandsverlening. De sterke specialisatie van België in de chemische sector, en in het bijzonder in de farmaceutische nijverheid³⁹, creëert dus een hoge lokale vraag naar advies en bijstand. De voorbije jaren heeft de farmaceutische nijverheid een zeer sterke groei gekend. In deze sector heersen er net zoals de in de ZD sterke clustereffecten (CRB, 2010). Bijgevolg zien we een groeiende intersectorale verclustering, die de competitiviteit van zowel de farmacie als van de ZD versterkt.

Productiefactoren

Kennisintensieve dienstverleners worden doorgaans gekenmerkt door drie eigenschappen: ze zijn kennisintensief; ze vertonen een lage kapitaalintensiteit en een geprofessionaliseerd werknemersbestand (Von Nordenflycht, 2009b). Deze laatste eigenschap betekent dat de werknemers in dit segment beschikken over bijzondere, gespecialiseerde kennis. Deze drie kenmerken verlenen aan de werknemers een sterke onderhandelingspositie. Creativiteit is hier een belangrijke factor en de taken vallen zelden te standaardiseren. De werknemers hebben hier dan ook behoefte aan een zekere mate van autonomie. Een belangrijke troef van België is de goed opgeleide, meertalige bevolking. In Brussel wordt het creatieve vermogen verder opgedreven door de multiculturaliteit (cf. supra).

Vanzelfsprekend vormt kennis samen met arbeid een cruciale input voor adviesverlening. Daarom zijn efficiënte manieren om kennis aan te boren en uit te wisselen uiterst belangrijk. Hiervoor wordt intensief gebruik gemaakt van ICT, zoals blijkt uit de zeer uitgebreide ICT-infrastructuur bij de kennisintensieve ondernemingen uit de ZD, inclusief bij de kleine bedrijven (EC, 2004b, blz. 57). Bij de kennisintensieve advies- en bijstandsverleners ligt de rol van ICT voornamelijk in de toegang tot en uitwisseling van kennis tussen de kenniswerkers. Dit instrument is onmisbaar in bedrijven waar de werknemers vaak buiten de bedrijfslocatie actief zijn. Vanwege het projectspecifieke karakter van de diensten en het belang van de persoonlijke relaties met de klant, wordt ICT hier zelden gebruikt om diensten te verkopen. ICT kan ook met andere doeleinden worden ingeschakeld, zoals voor marketing of het aanbieden van elektronische cursussen, maar deze laatste vereist vaak hoge instapkosten waardoor deze toepassing voorlopig enkel voor de grotere bedrijven is weggelegd.

De intrede van ICT heeft de toegang tot informatie en de samenwerking tussen zakelijke dienstverleners zeer vereenvoudigd, waardoor de toegangsbarrières binnen de sector sterk zijn afgenomen. Enerzijds is het voor de kennisintensieve zakelijke dienstverleners veel eenvoudiger

³⁹ In 2008 bedroeg het aandeel van België in de wereldexport van farmaceutische producten bv. 12,5%.

geworden om met partnerbedrijven samen te werken en anderzijds kunnen bedrijven uit alle sectoren dankzij ICT gemakkelijker beroep doen op externe advies- en bijstandsverleners om hen bij te staan in hun bedrijfsvoering. Zakelijke dienstverleners lijken ICT evenwel vaker toe te passen voor het beheer van hun interne bedrijfsprocessen dan in de relaties met hun klanten en leveranciers (EC, 2004b, blz. 61). Door de interne doorstroom van communicatie te bevorderen, laat de ICT ook grotere bedrijven toe om nieuwe kennis snel doorheen de organisatie te verspreiden en aldus de leermogelijkheden op te drijven. ICT faciliteert op deze wijze open innovatie bij zowel grote als kleine bedrijven.

Aanverwante industrieën, strategie en rivaliteit

In Tabel 1-16 zagen we dat 71,6% van de intermediaire consumptie van advies- en bijstandsverleners in 2005 afkomstig was van sectorgenoten. 46% is afkomstig van categorie 74B⁴⁰, die vnl. bestaat uit kennisintensieve diensten, en 25,6% van categorie 74A⁴¹, met daarin vooral professionele dienstverlening. Dit geeft aan dat er een intense samenwerking bestaat tussen de verstrekkers van advies en bijstand die bovendien aanzienlijk gestegen is sinds 2000. Vanwege het complexe, kennisintensieve karakter van de verleende diensten werken advies- en bijstandsverleners intens samen met sectorgenoten teneinde over de noodzakelijke kennis en vaardigheden te kunnen beschikken bij de verlening van hun diensten. Het valt ook op dat ruim één vierde van de intermediaire kennisintensieve diensten (74B) afkomstig is uit het buitenland. Dit wijst er op dat heel wat kennis afkomstig is uit het buitenland. Dat er heel wat kennis vanuit het buitenland wordt benut in België, toont de meerwaarde aan van in meerdere landen actief te zijn. Bij de intermediaire consumptie van professionele diensten (74A) is het geïmporteerde aandeel veel kleiner, wat illustreert dat kennis over de nationale markt en regelgeving hier heel wat belangrijker is.

Tabel 1-21 leerde ons dat de gemiddelde bedrijfsomvang in zowat al de segmenten van de subsector 741 kleiner is dan in de marktdiensten en dan in de industrie. Dit duidt aan dat er hier lage toetredingsbarrières zijn. Dit bleek ook uit de hogere turbulentie zoals weergegeven in Tabel 1-22.

De hoge turbulentie en de sterke groei van de productiviteit bij de advies en bijstandsverleners geeft aan dat creatieve destructie hier een belangrijke rol speelt. Voor bedrijven uit andere sectoren, waar er hogere toegangsbarrières heersen, vormt dit een belangrijke incentive om beroep te doen op advies- en bijstandsverleners. De lage toetredingsbarrières en de rechtstreekse concurrentie tussen activiteiten die voorheen afgeschermd waren binnen grotere entiteiten leidt immers tot een sterke concurrentiële druk, waardoor de bedrijven uit deze subsector gedwongen worden om de geleverde diensten efficiënter uit te voeren dan hun klanten. Dit blijkt ook uit de vaststelling van Kox, van Leeuwen en van der Wiel dat lagere toetredingskosten leiden tot een hogere arbeidsproductiviteit in de ZD (2007, blz. 208). Advies- en bijstandsverleners opereren m.a.w. in een meer competitieve omgeving waardoor zij het concurrentievermogen van al de bedrijven waarmee zij samenwerken versterken. We merken op dat bedrijven uit andere sectoren dankzij uitbesteding naar zakelijke dienstverleners (ook uit andere segmenten) minder productieactiviteiten zelf moeten uitvoeren waardoor de toegangsbarrières in deze sectoren afnemen zodat ook hier meer concurrentiële druk ontstaat.

⁴⁰ Adviesbureaus op het gebied van bedrijfsvoering en beheer, managementactiviteiten van holdings en coördinatiecentra.

⁴¹ Rechtskundige dienstverlening, en accountants, boekhouders en belastingconsulenten, markt- en opinieonderzoekbureau's.

Een ander voordeel dat aan de oorsprong kan liggen van de kleinere omvang van advies- en dienstverleners is de positieve invloed op open innovatie. In kleine organisaties is de structuur doorgaans minder geformaliseerd en hiërarchisch dan in grotere organisaties, waardoor zij flexibeler kunnen reageren op ontwikkelingen in de bedrijfsomgeving. Bovendien moeten de werknemers binnen kleine bedrijven minder tijd besteden aan het verwerken van de kennis die binnen de organisatie geproduceerd wordt zodat zij meer tijd overhouden om nieuwe, externe kennis te verwerven. Dankzij deze flexibiliteit en openheid kunnen kleine ondernemingen sneller informatie opnemen uit hun omgeving en integreren in hun werking. Deze ondernemingen zijn dan ook bij uitstek geschikt om deel te nemen aan een proces van open innovatie. Dankzij een doorgedreven gebruik van ICT krijgen grote organisaties een hoger potentieel voor open innovatie aangezien deze meer contacten hebben met de buitenwereld en de informatie die dit oplevert snel binnen de organisatie kan worden verspreid. Er zijn indicaties dat grotere advies- en bijstandsverleners aldus aan concurrentiekracht winnen in België aangezien sterke investeringen in ICT-kapitaal (cf. Tabel 1-5 en Tabel 1-6) hier de jongste jaren gepaard gingen met een aanzienlijke stijging van de gemiddelde bedrijfsgrootte (cf. Tabel 1-21).

De werkgelegenheidscreatie door toetreding (+61% tussen 1997 en 2005) is gevoelig groter dan het verlies door uittreding (-37%). Dit kan deels worden toegeschreven aan de groei van de markt voor ZD als gevolg van structurele verschuivingen in de economie (cf. supra). Daarnaast duidt dit aan dat het ondernemerschap in dit segment niet enkel leidt tot een verdringing van minder efficiënte bedrijven (creatieve destructie) maar eveneens tot de creatie van nieuwe activiteiten. Zoals David Audretsch aangeeft, dient ondernemerschap binnen de kenniseconomie steeds meer om kennis te commercialiseren die door bestaande bedrijven niet benut wordt. Omwille van kennisfilters zoals bureaucratische barrières of omdat de managers die het productiebeleid bepalen niet perfect kunnen inschatten welke kennis van binnen hun organisatie voldoende waardevol is om in het productieproces in te schakelen, worden heel wat waardevolle ideeën niet gebruikt door de ondernemingen waarin deze aanwezig zijn. De werknemers uit deze bedrijven, of andere actoren zoals consultants of klanten, die deze kennis wel voldoende waardevol achten, kunnen deze opportuniteiten vermarkten door het opzetten van een nieuwe onderneming binnen nace 741⁴². Daarbij worden zij geholpen door de lage toegangsbarrières die in dit segment aanwezig zijn.

Dergelijk kennisgedreven ondernemerschap is niet enkel waardevol omdat het helpt om de kennisfilter te doorbreken en aldus voorheen onbenutte kennis te valoriseren maar eveneens omdat deze kennis kan worden overgedragen naar andere ondernemingen die hier anders niet van zouden profiteren. Doordat advies- en bijstandsverleners hun kennis kunnen commercialiseren binnen verschillende bedrijven, is het mogelijk dat kennis die onvoldoende rendabel in één organisatie kan worden ingeschakeld, bv. omdat de leerkosten te hoog zijn, wel rendabel is wanneer zij door advies- of bijstandsverleners naar verschillende bedrijven wordt overgedragen. Daardoor ontstaan er binnen nace 741 nog meer opportuniteiten voor innovatief ondernemerschap.

Er zijn dus verschillende redenen om aan te nemen dat het toegenomen belang van ZD in de economie niet louter wordt gedreven door een zoektocht naar specialisatie en schaalvoordelen, maar zo mogelijk meer nog door de rol van deze sector in het opdrijven van het innovatieve vermogen van de

⁴² We denken hier aan kennis die door advies- en bijstandsverleners wordt aangewend. Het gaat dus bv. over vernieuwende en routinediensten die het concurrentievermogen van bedrijven versterken en niet zozeer over nieuwe producten. Starters die nieuwe producten introduceren bevinden zich immers doorgaans in andere sectoren.

economie. Dit vermoeden wordt versterkt door de rol van ICT bij de kennisintensieve advies- en bijstandsverleners. Het is een gegeven dat de snelle groei van de kennisintensieve diensten sterk gerelateerd is aan de opkomst van online netwerken van ICT (Hölzl et al., 2007, blz. 177). Nu maken kennisintensieve diensten eerder gebruik van ICT voor hun interne bedrijfsprocessen dan in hun externe relaties (cf. supra). Voor zover zij zich zouden beperken tot het leveren van diensten die hun klanten voorheen zelf uitvoerden, zou de stimulerende rol van ICT vooral bestaan uit het faciliteren van uitbesteding via het verlagen van de transactiekosten bij uitbesteding. ICT blijkt echter eerder gebruikt te worden voor de interne dan voor de externe relaties van de kennisintensieve diensten. Om dit te begrijpen verwijzen we naar recente theorieën die organisaties beschrijven als een systeem van 'modulaire componenten' (i.e. een reeks taken en activiteiten die op verschillende wijzen met elkaar kunnen interageren), waarbij de uitdaging erin bestaat om te bepalen welke componenten het best binnen de organisatie worden gehouden en om deze zodanig op elkaar af te stemmen dat de hoogst mogelijke productiviteit wordt bereikt (Hölzl et al., 2007, blz. 179). ICT verlaagt zowel de kosten om intern de bedrijfsprocessen op te delen en op elkaar af te stemmen als de kosten om bedrijfsactiviteiten af te stoten en te coördineren met externe partners. De uitbesteding van activiteiten kan aanleiding geven tot efficiëntiewinsten op korte termijn maar tegelijkertijd verminderen hierdoor de reorganisatiemogelijkheden van interne activiteiten, waardoor ook het innovatiepotentieel op langere termijn afneemt. Wanneer ICT evenwel gebruikt wordt om interne bedrijfsprocessen op nieuwe manieren met elkaar te verbinden, dan stijgt het innovatievermogen wat de productiviteit op langere termijn ten goede komt (Hölzl et al., 2007, blz. 191). Dat ICT binnen kennisintensieve diensten vooral deze laatste functie vervult, geeft dus aan dat deze sector eerder toegevoegde waarde creëert door te innoveren dan via schaalvoordelen en 'breedtevoordelen' (economies of scope). Dit neemt niet weg dat ICT daarbij de samenwerking en overdracht van innovaties van advies- en bijstandsverleners naar hun klanten faciliteert. Bij de uitbesteding van operationele diensten is de rol van ICT vermoedelijk wel veeleer de verlaging van de transactiekosten.

Concurrentiële dynamiek

We zien binnen de advies- en bijstandsverlening een tweedeling tussen kleine en grote ondernemingen. Bij de eerste categorie heersen er, mede dankzij het gebruik van ICT, lage toetredingsbarrières waardoor deze ondernemingen een sterke concurrentiële druk ondervinden en dus voortdurend op zoek gaan naar efficiëntieverhogingen en nichemarkten. Nieuwe spelers duiken op ter commercialisering van kennis die voorheen niet werd benut binnen andere sectoren en activiteiten die eerder waren ondergebracht in grote entiteiten concurreren nu rechtstreeks met sectorgenoten. Deze ondernemingen verhogen dus de productiviteit van de Belgische economie doordat hun advies en bijstand meer concurrentie ondervindt dan wanneer hun klanten deze diensten zelf zouden uitvoeren. Bovendien verhoogt de macro-economische groei doordat er nieuwe activiteiten in de economie worden geïntroduceerd, die op hun beurt de productiviteit van hun klanten opdrijven.

In een aantal domeinen zijn er hogere toetredingsbarrières zodat er hier grotere spelers opduiken. Deze toetredingsbarrières kunnen ontstaan wanneer de reputatie een grote rol speelt. Het gaat in de eerste plaats om leveranciers van complexe diensten waarvan de kwaliteit moeilijk valt in te schatten. Daarnaast kan een marktconcentratie verklaard worden door de aanwezigheid van schaal- of breedtevoordelen. Het belangrijkste schaalvoordeel is hoogstwaarschijnlijk het potentieel van kennisoverdracht. Door het cruciale belang van kennis zal een advies- en bijstandsverlener nl. een belangrijk concurrentievoordeel verwerven wanneer nieuwe kennis snel kan worden verspreid binnen de organisatie. Vooral multinationale ondernemingen verwerven hierdoor een groot voordeel, aangezien een internationaal netwerk de leermogelijkheden sterk opdrijft. Voor lokale sectorgenoten komt het erop aan om aansluiting te vinden bij deze internationale spelers. Een belangrijke bron van

kennis en innovaties komt van de interactie met de klanten en de innovatiemogelijkheden die deze biedt hangt samen met de complexiteit van de geleverde dienst: hoe complexer de dienst, hoe nauwer de samenwerking met de klant en hoe hoger het innovatiepotentieel. Doordat er bij deze samenwerking doorgaans gevoelige informatie wordt uitgewisseld, zijn goede vertrouwensrelaties met de klanten zeer belangrijk binnen de advies- en bijstandsverlening. De derde manier waarop de advies- en bijstandsverlening de competitiviteit van de Belgische bedrijven opdrijft, naast de verlening van efficiëntere diensten en de introductie van nieuwe activiteiten, is dus via de verspreiding van kennis en innovaties in de economie. Er kunnen evenwel ook negatieve welvaartseffecten ontstaan wanneer de uitbesteding van diensten naar advies- en bijstandsverleners de innovatiemogelijkheden bij de uitbesteder zouden beperken of wanneer er hoge X-inefficiënties, bv. als gevolg van monopolisering, zouden ontstaan.

Uit de voorgaande analyse is gebleken dat er binnen de advies- en bijstandsverlening sterke netwerkeffecten heersen. Naarmate er meer spelers in de sector actief zijn ontstaan er meer samenwerkingsmogelijkheden die de flexibiliteit en het innovatiepotentieel van elk bedrijf opdrijven. De grote vraag naar advies- en bijstandsverlening vanwege de politieke en economische beslissingscentra in Brussel en vanwege de chemische sector en de goed opgeleide meertalige bevolking stimuleerden de creatie van zo'n cluster in België. De competitiviteit van deze cluster wordt versterkt door de diversiteit binnen de bevolking, die het creatieve vermogen opdrijft. De advies- en bijstandsverlening in Brussel is daardoor sterk ontwikkeld en geniet, mede dankzij de vele internationale vertakkingen, over een sterke competitiviteit. We kunnen evenwel niet voorbijgaan aan de vaststelling dat deze cluster gedomineerd is door buitenlandse MNO's (cf. Tabel 1-19). Dit kan deels liggen aan de aantrekkingskracht van Brussel op buitenlandse belangengroepen vanwege zijn politieke functie. Toch geeft dit ook aan dat Belgische advies- en bijstandsverleners er weinig in slagen om de Belgische concurrentievoordelen te exploiteren om internationaal door te groeien. Eén mogelijke oorzaak is te strenge regelgeving. Ook onvoldoende toegang tot kapitaal zou de doorgroei van Belgische zakelijke dienstverleners kunnen verhinderen (cf. infra). Een andere mogelijkheid is versmachtende concurrentie door buitenlandse MNO's. Dit zou kunnen komen doordat er in België relatief weinig hoofdkantoren gevestigd zijn van wereldwijd actieve ondernemingen. Hierdoor hebben Belgische dienstverleners een minder geprivilegieerde onderhandelingspositie met deze ondernemingen, waardoor zij een concurrentienadeel ondervinden t.o.v. hun buitenlandse concurrenten die wel vlot toegang hebben tot deze hoofdkwartieren.

2.3.3 Selectie en terbeschikkingstelling van personeel

De selectie en terbeschikkingstelling van personeel, ook aangeduid als arbeidsbemiddeling, laat bedrijven toe om personeel te rekruteren door bemiddeling via externe partners. De bemiddelende rol kan gaan over het zoeken naar een nieuwe baan voor personeelsleden die werkloos zijn geworden (outplacement) of het verstrekken van opleidingen. Arbeidsbemiddelaars kunnen ook worden ingezet voor het zoeken en plaatsen van directieleden (headhunters). Een andere strategische functie bestaat erin om tijdelijke managers uit te zenden naar behoevende organisaties. Daarnaast nemen arbeidsbemiddelaars ook de taak op zich om andere medewerkers ter beschikking te stellen van hun klanten. Deze laatste categorie (interimkantoren en tijdelijke tewerkstelling) was eind 2007 goed voor drie vierde van de totale tewerkstelling onder de arbeidsbemiddelaars. We merken wel op dat de meerderheid van deze werknemers wordt ingezet in de andere sectoren waarnaar zij zijn uitgezonden. De sterke ontwikkeling van de tijdelijke tewerkstelling in België suggereert dat de Belgische institutionele context meer dan in andere landen aanzet tot het gebruik van interim werknemers. We geven hieronder enkele elementen aan die dit helpen te verklaren, zoals hogere loonkosten en een minder flexibele arbeidsmarkt. Om meer, eenduidige inzichten te verwerven in de invloed van de

Belgische institutionele context is er evenwel verder onderzoek vereist. Hoewel arbeidsbemiddelaars ook consulerende taken op zich nemen, verlenen zij in de eerste plaats operationele diensten. We zullen dit segment dan ook hoofdzakelijk in deze hoedanigheid analyseren. Zoals we zullen zien, gaan arbeidsbemiddelaars echter steeds meer strategische functies vervullen, zodat we ook aandacht zullen besteden aan minder operationele taken. Voor zover arbeidsbemiddelaars advies verstrekken, zal hun concurrentiële dynamiek meer overeenkomen met de dynamiek die we beschreven voor de advies- en bijstandsverlening.

Vraag

De jongste twee decennia is het gebruik van externe HR-dienstverleners in België, en in de EU, systematisch toegenomen (Van den Berghe, 2007, blz. 26). Deze ontwikkeling kan worden toegewezen aan de toenemende behoefte aan flexibiliteit; de stijgende specialisatie van de economie; de meer strategische oriëntatie van het HR-beleid en de complexiteit van de HR-wetgeving.

Onder invloed van de internationalisering en de versnelling van de productcycli is flexibiliteit de jongste jaren een steeds belangrijkere concurrentiefactor geworden. Hierdoor is de vraag naar tijdelijke werknemers sterk toegenomen. Tijdelijke werknemers bieden enerzijds het voordeel dat zij een bedrijf toelaten om sneller te reageren op vraagontwikkelingen. Daarnaast laten zij een kostenbesparing toe doordat tijdelijke werknemers enkel moeten vergoed worden wanneer er voldoende vraag naar hun arbeid is⁴³. We kunnen verwachten dat de inschakeling van tijdelijke werknemers in België vroeger aanvatte dan in de buurlanden omdat deze een zeer open economie heeft en omdat de arbeidskosten relatief hoog zijn. Ook een meer rigide arbeidsmarkt⁴⁴, waardoor een wijziging in het vaste personeelsbestand hogere kosten met zich meebrengt, kan de bedrijven in België eerder dan in het buitenland aanzetten om tijdelijke werknemers in te schakelen met het oog op een hogere productieflexibiliteit en kostenminimalisering. Om twee redenen is het voor een bedrijf aangewezen om deze via een externe partner aan te werven. Vooreerst worden de aanwervingskosten hierdoor variabel en gemiddeld lager aangezien uitzendkantoren schaalvoordelen realiseren doordat de zoek- en administratiekosten gevoelig afnemen naarmate deze verdeeld worden over een groter aantal tijdelijke werknemers. Daarnaast helpt de externe aanwerving van tijdelijke werknemers de strategische oriëntatie van het HR-beleid. Wanneer een bedrijf zelf de aanwerving hiervan organiseert, dan leidt dit immers de aandacht van het HR personeel af van hun (strategische) kerntaken. Deze motivatie wordt bevestigd door empirisch onderzoek, gebaseerd op PASO-gegevens van 2003, van Delmotte en Sels, dat aangeeft dat de uitbesteding van HR-activiteiten sterk samenhangt met een strategische focus op HRM (2005, blz. 33). In ondernemingen waar HRM een belangrijke rol speelt in de bedrijfsstrategie worden er m.a.w. meer HR-activiteiten uitbesteed. De uitbesteding van routinediensten, zoals de loonadministratie of de aanwerving van tijdelijke werknemers, is dus een belangrijk instrument in bedrijven waar de personeelsdienst sterk strategisch betrokken is. Het is bijgevolg duidelijk dat de gegroeide nood aan flexibiliteit de vraag naar arbeidsbemiddeling, en in het bijzonder van interimkantoren, sterk heeft opgedreven. Dat de strategische oriëntatie van HRM de jongste jaren sterk aan belang wint (Delmotte et al., 2005, blz. 37), versterkt de uitbesteding van dergelijke operationele taken.

⁴³ We mogen evenwel niet uit het oog verliezen dat een te groot gebruik van tijdelijke werknemers vanwege de onzekerheid die dit met zich meebrengt een negatieve impact kan hebben op de jobtevredenheid en op de productiviteit (Delmotte et al., 2005, blz. 27)

⁴⁴

Naarmate de economie zich steeds verder specialiseert en transformeert onder druk van de internationale concurrentie en wijzigende consumptiepatronen, hebben ondernemingen meer behoefte aan gespecialiseerde kenniswerkers. Daarnaast ontstaat er voor bepaalde beroepen, zoals informatici; chemici of ingenieurs, een toenemende krapte op de arbeidsmarkt. Deze twee ontwikkelingen maken het moeilijker voor ondernemingen om zelf geschikte werknemers te vinden en aan te werven waardoor de vraag naar de selectie en terbeschikkingstelling van personeel gevoelig is toegenomen. We merken op dat een groot deel van deze vraag afkomstig is van de zakelijke dienstverlening, die vanwege zijn kennisintensieve karakter zelf veel nood heeft aan gespecialiseerde werknemers⁴⁵. De stijging van het aantal knelpuntberoepen verhoogt ook de behoefte aan opleidingen. De vraag naar opleidingen en andere vormen van arbeidsbegeleiding neemt ook toe doordat werkzoekenden meer en meer systematisch worden geactiveerd.

In België werd de vraag naar arbeidsbemiddeling verder gestimuleerd doordat een aantal cao's bedrijven sinds enkele jaren verplicht om outplacement te voorzien voor bepaalde werknemers in geval van ontslag (cf. supra). De groei van de arbeidsbemiddeling werd verder in de hand gewerkt door het grote succes van de dienstencheques. Eind 2009 waren er in dit systeem 89.466 werknemers actief. Het gebruik en de externalisering van opleidingen werd aangemoedigd door stimuleringsstelsels zoals dat van de opleidingscheques. Ook de toenemende complexiteit in de HR-gerelateerde wet- en regelgeving heeft ertoe geleid dat nogal wat bedrijven zich genoodzaakt zien om hun HR in samenwerking met gespecialiseerde dienstverleners te organiseren (Delmotte et al., 2005, blz. 23).

Productiefactoren

We zagen al dat de selectie en terbeschikkingstelling van personeel een zeer arbeidsintensieve sector is. Een hoofdactiviteit van de sector is immers om hun eigen werknemers uit te zenden naar klanten. Het kapitaal dat deze werknemers tijdens die "zending" gebruiken behoort toe aan de klant. De kapitaalvoorraad van het uitzendbedrijf blijft bijgevolg beperkt tot het kapitaal dat gebruikt wordt bij de bemiddelingsactiviteit zelf. De belangrijkste productiefactor van de uitzendkantoren zijn dus de uitzendkrachten. Dat de industrie meer gebruik maakt van uitzendkrachten dan de dienstensector (cf. supra) illustreert dat flexibiliteit een belangrijk motief is voor de klanten, aangezien flexibiliteit in de industrie vanwege de sterke internationale concurrentie meer van belang is dan in de diensten. Doordat de industrie relatief veel arbeiders tewerkstelt verklaart dit deels waarom een meerderheid van de uitzendkrachten arbeider is⁴⁶. Een andere reden voor het grote aantal uitzendarbeiders is dat deze doorgaans over minder gespecialiseerde kennis beschikken zodat het voor de werkgevers minder noodzakelijk is om deze werknemers aan hun bedrijf te binden. Volgens een enquête die IDEA consult in 2009 afnam bij 4.880 Belgische uitzendkrachten was 31,6% van de ondervraagden werkzoekend alvorens als uitzendkracht aan de slag te gaan, wat aangeeft dat uitzendarbeid vaak uit noodzaak wordt verricht. Dit blijkt ook uit de vaststelling dat 80% van de ondervraagden vond dat het ontsnappen aan werkloosheid een belangrijke tot zeer belangrijke motivatie was om uitzendarbeid te verrichten. Ook de opstapmogelijkheid naar vast werk was voor een groot deel van de ondervraagden (72%) een belangrijk motief en 79,5% die uitzendarbeid als hoofdactiviteit uitvoeren zijn op zoek naar vast werk. Uitzendarbeid wordt dus zelden beschouwd als een volwaardig alternatief voor een vaste baan. Dit is zorgwekkend, gegeven dat dit voor 81,6% van de ondervraagden hun hoofdactiviteit was. Het is wel

⁴⁵ Zo was 11% van de vacatures die de VDAB in 2009 ontving voor knelpuntberoepen afkomstig van de zakelijke dienstverlening.

⁴⁶ Volgens het administratief bestand van het sociaal fonds voor uitzendkrachten was 57,8% van de tewerkgestelden in 2009 arbeider.

hoopgevend dat meer positieve motivaties, zoals een flexibele tijdsinvulling en een afwisselende jobinhoud, aan belang winnen (IDEA consult, 2010). Toch kunnen we concluderen dat het imago van uitzendarbeid over het algemeen vrij negatief is waardoor er relatief weinig veelgevraagde profielen via dit kanaal worden tewerkgesteld. Nochtans blijkt het grootste deel van de gebruikers (78%) wel tevreden te zijn om te werken als uitzendkracht.

Een groot deel van de intermediaire consumptie gaat naar vastgoed; post en reclame (Tabel 1-17). Dit zijn vanzelfsprekende investeringen voor de selectie van personeel. Het intensieve gebruik van adviesverlening geeft evenwel aan dat ook de selectie en terbeschikkingstelling van personeel heel wat kennis vereist. Vermoedelijk is deze kennis vooral nodig voor minder operationele taken. Het intense gebruik van ICT wijst zowel op het belang van dit instrument om informatie uit te wisselen met klanten als op het aanzienlijke gebruik van geïntegreerde IT toepassingen om de eigen bedrijfsvoering te verbeteren. Dergelijke toepassingen dienen niet enkel om de administratie te optimaliseren maar ook om de rol van strategische partner te ondersteunen (EC, 2004b, blz. 47; Delmotte et al., 2005, blz. 39).

Er lijkt dus binnen het segment van de arbeidsbemiddeling een onderscheid te bestaan tussen breed inzetbare werknemers en gespecialiseerde, kennisintensieve werknemers. De eerste categorie vinden we vnl. terug onder de uitzendkrachten en de werknemers die via dienstencheques worden aangesteld. Zij doen dit vaak uit noodzaak. De tweede categorie bevindt zich in de groep van interim-management; opleider of bemiddelaar. We kunnen ook een groep van professionele werknemers onderscheiden zoals de uitzendconsultanten. Net zoals voor de interim-managers is ICT voor deze laatste categorie een belangrijk hulpmiddel.

Aanverwante industrieën, strategie en rivaliteit

Net zoals bij de advies- en bijstandsverleners ontstaat er door de concurrentie tussen leveranciers van personeelsdiensten een competitieve omgeving die aanzet tot een hogere efficiëntie van de geleverde diensten dan wanneer deze binnen een bedrijf worden uitgevoerd. Zo leidt de uitbesteding van opleidingen vaak tot kostenbesparingen omdat het grote aantal leveranciers de marktprijzen drukt (Delmotte et al., 2005, blz. 53). Er was de voorbije jaren ook een stijging van de concurrentie in de sector. Wanneer de diensten meer gespecialiseerd en bedrijfsspecifiek zijn, heerst er weliswaar een minder intense concurrentie. We zien evenwel een toenemende vervaging tussen de activiteiten van de verschillende soorten dienstverleners, zodat ook gespecialiseerde arbeidsbemiddelaars steeds meer concurrentie ondervinden (Van den Berghe, 2007, blz. 22).

We wezen er al op dat arbeidsbemiddelaars schaalvoordelen kunnen realiseren t.o.v. hun klanten doordat zij diensten op een regelmatige basis aan verschillende klanten leveren. Door hun activiteiten uit te breiden gaan zij hun schaalvoordelen verder opdrijven doordat bepaalde kosten zoals reclame, vastgoed en administratief personeel zo over nog meer activiteiten kunnen worden verdeeld. Tegelijkertijd genereert de uitbreiding van activiteiten breedtevoordelen. Doordat éénzelfde arbeidsbemiddelaar meerdere diensten kan aanbieden (zoals (pre)selectie van kandidaten voor aanwerving; terbeschikkingstelling van personeel; opleiding...), bieden arbeidsbemiddelaars m.a.w. een breder dienstenassortiment.

Selecteurs en leveranciers van personeel kunnen ook minder standaardiseerbare diensten leveren zoals adviesverlening. Hoewel schaalvoordelen hier minder spelen, bieden externe leveranciers hier het voordeel dat zij doorgaans meer expertise in huis hebben omdat dit hun hoofdactiviteit is. Steeds meer adviesverleners specialiseren zich in specifieke beroepsgroepen en sectoren (Van den Berghe, 2007, blz. 22). We zien dus dat arbeidsbemiddelaars een dubbele strategie hanteren: enerzijds gaan

ze zich verder specialiseren in nichemarkten zodat zij hier meer expertise opbouwen en minder concurrentie ondervinden; anderzijds gaan zij binnen deze markten een breed gamma diensten aanbieden om daarbij zoveel mogelijk schaal- en breedtevoordelen te genereren. De strategie van specialisatie blijkt de afgelopen jaren het sterkst te hebben gespeeld aangezien Tabel 1-21 aangeeft dat de gemiddelde schaalgrootte in de selectie en terbeschikkingstelling van personeel gedaald is.

Heel wat arbeidsbemiddelende diensten vereisen gespecialiseerde kennis. We denken bv. aan interim-management of de plaatsing van directieleden. Het intermediair gebruik van de sector geeft aan dat hierbij intens wordt samengewerkt met externe adviesverleners. De rol van kennis en van netwerkvorming met externe kenniswerkers neemt ook sterk toe doordat HR steeds meer een strategische rol krijgt toebedeeld en doordat de arbeidsbemiddelaars zich in toenemende mate specialiseren en een groter aantal taken op zich nemen.

Opnieuw zien we dat langdurige, vertrouwelijke relaties doorgaans een belangrijke factor zijn in de klantenrelaties. Vaak vergt de levering van een personeelsdienst immers vertrouwelijke informatie. Doordat de kosten om te veranderen van leverancier heel hoog kunnen oplopen, moeten klanten kunnen vertrouwen op een correcte dienstverlening vanwege hun leverancier op lange termijn. Bovendien zijn een goed begrip van de bedrijfscultuur en van de strategische oriëntatie van de klant vaak noodzakelijk om tot een goed resultaat te komen. In sommige gevallen wordt daarom ook gewerkt met inhouse-arbeidsbemiddelaars, waarbij werknemers van de leverancier op de locatie van de klant werken. Een bijkomend voordeel is de kortere communicatielijns met de klant (Delmotte et al., 2005, blz. 51). Het belang van directe communicatie bij de selectie en terbeschikkingstelling van personeel kan verklaren waarom er in dit segment slechts een klein deel van de werknemers in exporterende bedrijven werkt (cf. Tabel 1-14). Een tweede reden voor de lage export onder de arbeidsbemiddelaars is de sterke nationale segregatie van de arbeidsmarkten. Vanwege culturele en wettelijke verschillen is er in de EU een zeer lage internationale arbeidsmobiliteit.

Concurrentiële dynamiek

De selectie en terbeschikkingstelling van personeel omvat een veelheid aan diensten waarbij een belangrijk onderscheid bestaat tussen de uitzendactiviteiten, waarbij doorgaans wordt gewerkt met breed inzetbare werknemers, en meer gespecialiseerde, kennisintensieve diensten. Om verschillende redenen winnen beide groepen aan belang. Bedrijven doen steeds meer beroep op de eerste categorie omwille van de groeiende aandacht voor flexibiliteit en eventuele kostenbesparingen die een variabel werknemersbestand met zich meebrengt. Daarnaast wordt ook meer gebruik gemaakt van gespecialiseerde arbeidsbemiddeling omdat het steeds moeilijker wordt om de juiste profielen aan te trekken en omdat HR binnen bedrijven steeds meer een strategische rol speelt. Deze strategische oriëntatie van HR verhoogt niet enkel de vraag naar HR-adviesverlening maar zij leidt ook tot de uitbesteding van eerder operationele personeelsdiensten zoals opleidingen. Arbeidsbemiddelaars zijn doorgaans ook efficiënter in deze operationele diensten doordat er tussen hen meer concurrentie heerst en door de schaal- en leereffecten die zij realiseren.

De arbeidsbemiddelaars trekken profijt van deze beide tendensen door steeds meer verschillende vormen van dienstverlening aan te bieden. Naast het uitzenden van werknemers leggen zij zich bv. ook toe op de selectie van geschikte kandidaten met het oog op aanwerving. Zo worden de gemiddelde kosten gereduceerd; het dienstenassortiment uitgebreid en tegelijkertijd verbetert hierdoor het imago van uitzendkantoren, aangezien deze meer zicht bieden op vast werk. Om een meerwaarde te kunnen bieden t.o.v. de concurrenten en om meer expertise te verwerven, wat ook belangrijker wordt naarmate er meer diensten worden aangeboden, gaan arbeidsbemiddelaars zich vaker specialiseren in bepaalde

segmenten. We zien dus een vervaging van de grenzen tussen vrij gestandaardiseerde uitzendactiviteiten en de meer gespecialiseerde, kennisintensieve dienstverlening. Om de noodzakelijke kennis te verwerven wordt ook veel samengewerkt met externe adviesverleners.

De vroege ontwikkeling van de selectie en terbeschikkingstelling van personeel in België (cf. Grafiek 1-18) kan mee worden verklaard doordat de sterke internationale concurrentie, de hoge arbeidskosten en een relatief rigide arbeidsmarkt de bedrijven hier reeds vroeg aanzetten tot de inschakeling van tijdelijke werknemers. Terwijl andere landen vandaag ook deze beweging maken, wat gepaard gaat met een grote stijging van de sectorale werkgelegenheid, is er in België een beweging naar een verdere specialisatie in activiteiten met een hoge toegevoegde waarde. Dit uit zich in een lagere groei van de werkgelegenheid en een hogere groei van de toegevoegde waarde dan in de buurlanden (cf. Grafiek 1-19) en in een daling van de gemiddelde bedrijfsomvang in België. Terwijl de standaard uitzendactiviteiten weinig exportmogelijkheden bieden vanwege de internationaal gesegmenteerde arbeidsmarkten, valt te verwachten dat de exportmogelijkheden toenemen naarmate de dienstverlening beantwoordt aan een meer strategisch oogmerk en naarmate zij bemiddelt voor (meer internationaal mobiele) gespecialiseerde arbeid. Vanwege het belang van vertrouwensrelaties voor de uitwisseling van confidentiële informatie en voor een goed begrip van de gewenste dienst blijven de exportmogelijkheden evenwel beperkt.

2.3.4 Reclamewezen

De reclamesector biedt informatie aan potentiële klanten over producten en diensten met als doel de consumptie hiervan te stimuleren. Het betreft een onderdeel van het marketingbeleid, dat erop gericht is de productie optimaal af te stemmen op het aanbod en naast promotie dus ook gaat over bv. de positionering op de markt via het product- en prijsbeleid. Eind 2007 was 75,4% van de tewerkstelling in de reclamesector ondergebracht bij publiciteitsagentschappen⁴⁷. Het betreft zowel bedrijven die reclamecampagnes opzetten (via traditionele media of via directe, promotionele acties) als over mediacentrales, die bepalen welke media hiervoor het beste zijn aangewezen (mediaplanning) en die reclameruimte aankopen (media buying) in de gekozen media (Lambrechts, 2003, blz. 2). Daarnaast bevond 22,9% van de sectorale tewerkstelling zich in een bedrijf dat het beheer van publiciteitsdragers verricht. Ten slotte is een zeer klein deel van de sector werkzaam als etaleur.

Vraag

Gedifferentieerde producten worden sterker geadverteerd dan meer gestandaardiseerde producten (Horsky et al., blz. 12). De vraag naar reclame past dus binnen een strategie van productdifferentiatie, waarbij bedrijven trachten om hun marktaandeel en omzetmarge te maximaliseren door (de perceptie van) een uniek en superieur product te creëren. De vraag naar reclame komt dus vooral van grote bedrijven aangezien deze over voldoende middelen beschikken om een eigen merknaam te creëren. Een andere reden waarom vooral grote bedrijven beroep doen op de reclamesector is dat deze minder vaak reclame internaliseren dan kleinere bedrijven. Dit komt omdat de schaalvoordelen van uitbesteding hier groter zijn terwijl de transactiekosten hier lager zijn (Horsky et al., blz. 23). Het zijn vooral de grote publiciteitsagentschappen die deze grote klanten kunnen aantrekken omdat zij grotere schaalvoordelen realiseren, niet in het minst dankzij de efficiëntere coördinatie van hun menselijk kapitaal bij grote projecten, en doordat zij goedkoper advertentieruimte in de media kunnen aankopen

⁴⁷ Bron: RSZ, gedecentraliseerde statistieken

(cf. infra). Er is dan ook een sterke correlatie tussen de grootte van publiciteitsagentschappen en de grootte van hun klanten (von Nordenflycht, 2009a, blz. 7).

Met de globalisering worden de grote publiciteitsagentschappen en holdings verder bevoordeeld omdat de adverteerders steeds meer wereldwijd actief worden. Dit dwingt de reclamebedrijven nl. om op hun beurt meer internationaal actief te zijn om competitief te blijven (Quadrani et al., 2009, blz. 65). Zo verkiezen vele MNO's om hun mediaplanning (i.e. het identificeren van de media die de boodschap op de meest effectieve en kostefficiënte manier bij de klant kunnen brengen) bij één regionaal reclamebureau onder te brengen, omdat dit het productimago en –plaatsing zou ten goede komen. Eén van de voornaamste tendensen in de reclamesector is bijgevolg de groeiende vraag naar geïntegreerde marketing diensten en transnationale consistentie in merkgerelateerde communicaties (Silk et al., 2003, blz. 10). Zo wordt de Belgische advertentiemarkt gedomineerd door enkele grote, meestal internationale spelers zoals Procter & Gamble, Reckitt & Benckiser, Danone, PSA Peugeot... die een globale marketingstrategie hanteren (Berte, 2010, blz. 91). Dat Belgische reclamebureaus weinig ontwikkeld zijn kan bijgevolg liggen aan de ontbrekende vraag naar grote projecten vanwege Belgische ondernemingen, die zelden doorgroeien tot grote internationale spelers⁴⁸. Ook hier lijkt dus een zwak punt van de advies- en bijstandsverlening, nl. het ontbreken van Belgische beslissingscentra, op te duiken. Dit kan mee verklaren waarom er, zoals Tabel 1-19 en Tabel 1-21 aanduiden, geen grote Belgische reclamebedrijven zijn.

Er zijn dus steeds meer globale producten waarbij er via marketing campagnes wordt gestreefd naar de creatie van wereldwijde merken. Hoewel deze campagnes een transnationale aanpak vergen, moet de communicatie afgestemd worden op de lokale cultuur. De technologie en economische groei hebben er zelfs toe geleid dat cultuur de jongste jaren een grotere invloed heeft gekregen op het consumentengedrag (De Mooij, blz. 4; 10). Volgens Marc Fauconnier, CEO van het Belgisch onafhankelijke reclamebureau Famous, beslissen de meeste MNO's bijgevolg haast per land met welk reclamebureau ze samenwerken. Ook vestigingen van internationale bureaus leven voor 70 à 80 procent van lokale opdrachten. Het is dan ook in de eerste plaats de kwaliteit op de eigen markt die de concurrentiekracht bepaalt. Zo zou in België de krachtsverhouding de voorbij 15 à 20 jaar zijn verschoven van internationale naar lokale, onafhankelijke reclamebureaus omdat deze meer talent, en daardoor grote klanten, kunnen aantrekken⁴⁹. De sterke positie en focus van de Belgische reclamebedrijven op de lokale markt wordt ook bevestigd door de dominantie van lokale bedrijven binnen de reclamesector in België (cf. Tabel 1-19). De focus van de Belgische reclamesector op de lokale markt verklaart meteen de kleine schaalgrootte binnen de sector. Dit wordt verder in de hand gewerkt door de culturele verschillen tussen Vlaanderen en Wallonië.

Productiefactoren

De reclamesector is een creatieve sector, waarin intensief gebruik wordt gemaakt van gespecialiseerde arbeid. Vanwege de centrale rol van menselijk kapitaal maken de personeelskosten zowat twee derde tot drie vierde uit van de totale kosten van publiciteitsagentschappen (Horsky et al., 2008, blz. 10). Het is cruciaal voor reclameagentschappen om creatief talent te kunnen aantrekken. Florida en Tinagli hebben enkele goede indicatoren voor de creativiteit binnen een populatie opgesteld (2004). Uit hun analyse blijkt dat België de Europese koploper is wat betreft het deel van de arbeidspopulatie dat actief

⁴⁸ In de Forbes lijst met de grootste 2000 ondernemingen ter wereld van 2005 waren er bv. 12 Belgische ondernemingen t.ov. 33 uit Nederland; 37 uit Zwitserland; 62 uit Frankrijk; 63 uit Duitsland; 140 uit het VK en 711 uit de VS.

⁴⁹ Bron: Interview in 'De Tijd' op 4 november 2010.

is binnen een creatieve sector. Dit geeft aan dat er hier heel wat creatief talent aanwezig is. Wat betreft de 'tolerantie' binnen de samenleving⁵⁰, scoorde België echter onder het Europese gemiddelde. Deze laatste factor blijkt nochtans sterk samen te hangen met de capaciteit om creatief talent aan te trekken. Het lijkt erop dat België over voldoende creatief talent beschikt maar dat het klimaat niet optimaal is om bijkomend talent aan te trekken. Een gebrek aan talent lijkt evenwel niet aan de basis liggen van de zwakkere prestaties van de Belgische reclamesector.

De opzet van reclamecampagnes vereist zowel een goede kennis van het reclamewezen als van de klant. Er zijn dus heel wat overeenkomsten met de advies- en bijstandsverlening, waar menselijk kapitaal en nauwe samenwerking met de klant zeer belangrijk zijn voor een goede dienstverlening. Ondanks het cruciale belang van deze immateriële productiefactoren zou ook financieel kapitaal een belangrijke rol spelen in het reclamewezen (von Nordenflycht, 2009a, blz. 14-16). Vooreerst is er voldoende financieel kapitaal nodig om de liquiditeit in de sector te garanderen. Ondernemers uit de reclamesector moeten immers toegang hebben tot financiële middelen om hun aandeel in reclamebedrijven te kunnen valoriseren⁵¹. Daarnaast hebben publiciteitsagentschappen ook financieel kapitaal nodig om hun activiteiten voldoende te kunnen diversifiëren. Meer bepaald moeten reclamebedrijven hun bereik uitbreiden naar zoveel mogelijk media over meerdere landen om de noodzakelijke schaal- en breedtevoordelen te kunnen realiseren. Zoals we hieronder zullen zien spelen holdings hierin een zeer belangrijke rol.

Aanverwante industrieën, strategie en rivaliteit

Terwijl het grootste deel van het reclamebudget zich vroeger concentreerde op de traditionele media (TV; radio; kranten en magazines) zien we een groeiende diversificatie van de publicitaire kanalen. Een voor de hand liggende reden is de opkomst van het internet, dat een steeds groter deel van de reclame-uitgaven aantrekt. Dit kanaal heeft ook het belang van gepersonaliseerde publiciteit aanzienlijk versterkt.

De nood aan diversificatie door publiciteitsagentschappen is niet nieuw. Zo tonen verschillende studies aan dat de reclamesector in de V.S. reeds decennialang onderhevig is aan schaal- en breedtevoordelen (gemeten via het aandeel van verschillende mediakanalen in de totale afzet). Deze voordelen zijn evenwel beperkt en ze worden al bij een vrij kleine omvang gerealiseerd (Silk et al., 2003, blz. 34). Tegelijkertijd ondervinden publiciteitsagentschappen groeibarrières door de beperkte mogelijkheden om diensten te bundelen en om reclame voor concurrerende bedrijven te verzorgen. Dit euvel kan worden overkomen door het oprichten van holdings (Quadrani et al., blz. 45). Doordat de schaal- en breedtevoordelen reeds grotendeels worden gerealiseerd op het niveau van de individuele publiciteitsagentschappen, zouden deze holdings evenwel slechts zeer weinig schaalvoordelen realiseren. De empirische vaststelling door Silk en Berndt dat de internationale holdings in de reclamesector niet veel schaalvoordelen kunnen creëren, duidt er ook op dat er in deze sector een hoge concurrentie heerst met lage vaste kosten. (Silk et al., 2003, blz. 36). De reden dat holdings sinds

⁵⁰ Het betreft een enquête waarin de openheid van de bevolking t.o.v. minderheden (immigranten, vrouwen en homo's) werd onderzocht evenals de houding m.b.t. religie; vrije meningsuiting en andere individuele vrijheden.

⁵¹ De inschatting van de waarde van een publiciteitsagentschap wordt bemoeilijkt door de grotendeels immateriële aard hiervan.

de jaren tachtig wereldwijd zo sterk aan belang winnen binnen de reclamesector⁵² zou eerder te maken hebben met hun rol als financieel intermediair. Von Nordenflycht (2009a) verklaart dat de financiële expertise van holdings in combinatie met hun gespecialiseerde kennis van reclame hen in staat stelt om meer geld op te halen op publieke markten en deze rendabel te investeren in publiciteitsagentschappen. Hierbij overkomen zij belangrijke hindernissen die individuele publiciteitsagentschappen ervan weerhouden om kapitaal te vergaren voor hun groei; liquiditeit of diversificatie, zoals de grote risico's⁵³ en de moeilijkheid om de (immateriële) waarde van het agentschap in te schatten.

In de reclamesector zijn holdings dus steeds belangrijker om kapitaal te mobiliseren en in te schakelen waar deze de hoogste rendabiliteit kunnen genereren. Het is zeer waarschijnlijk dat de Belgische reclamebedrijven weinig voordeel van deze kapitaalmobilisatie ondervonden vanwege de weinig ontwikkelde (publieke) kapitaalmarkt in België⁵⁴. Dit kan mee verklaren waarom de Belgische publiciteitsagentschappen zo weinig groeiden tussen 1997 en 2005. Von Nordenflycht (2009a, blz. 27) suggereert overigens dat er om gelijkaardige redenen ook in de advies- en bijstandsverlening nood kan zijn aan gespecialiseerde financiële intermediairen, wat dan weer mee zou kunnen verklaren dat er in dit segment zo weinig Belgische multinationals aanwezig zijn (cf. supra).

Reclamebedrijven halen niet enkel voordeel uit een voldoende grote schaal maar ook uit de ligging binnen een reclamecluster. We zagen immers dat ruim één vierde van de inputs van reclamebedrijven afkomstig is van sectorgenoten en dat ruim één vijfde van hun afzet gerealiseerd wordt bij sectorgenoten (Tabel 1-18 en Tabel 1-28). Dit geeft aan dat er hier netwerkeffecten bestaan. Dit wordt ook bevestigd doordat zowat twee derde van de tewerkstelling in de reclamesector in Brussel geconcentreerd is⁵⁵. Zo kan samenwerking tussen reclamebedrijven leiden tot een betere integratie van de verschillende productieschakels zoals het ontwerp; de mediaplanning en -buying; de productie van de reclamecampagne en de strategische planning (i.e. het zoeken van informatie over een merk of product om een aangepaste communicatie- en reclamestrategie te ontwikkelen) (Lambrechts, 2003, blz. 13-17). Vanwege de kleine omvang van de Belgische reclamesector is het onwaarschijnlijk dat deze kan genieten van omvangrijke clustervoordelen.

Concurrentiële dynamiek

Hoewel er in België voldoende creatief talent aanwezig is, ondervindt de reclamesector in België een aantal hindernissen die zijn ontwikkeling belemmeren. Zo gaat de vraag naar reclame in de eerste plaats uit van grote producenten van gedifferentieerde producten. Er zijn echter weinig van deze

⁵² Zo steeg het wereldwijde marktaandeel (naar omzet) van de vier grootste holdings in de reclamesector van 11% in 1971 tot 38% in 2001. Het marktaandeel van de vier grootste publiciteitsagentschappen steeg over dezelfde periode van 11% naar 19% (Von Nordenflycht, 2009a, blz. 38).

⁵³ Deze komen bv. voort uit problemen van moral hazard, waarbij cruciaal menselijk kapitaal vertrekt na de verkoop van een agentschap, of uit het mogelijke vertrek van een grote klant.

⁵⁴ We geven enkele indicatoren die dit aanwijzen: de beurskapitalisatie op de secundaire aandelenmarkt bedroeg in België 0,2% van het bbp in 2000 t.o.v. 36,9% in de VS; 1,7% in Frankrijk; 6% in Duitsland en 0,2% in Nederland; de hoeveelheid risicokapitaal voor bedrijfsexpansies bedroeg in 2005 0,017% van het bbp in België t.o.v. 0,147% in de VS; 0,055% in Frankrijk; 0,043% in Duitsland en 0,096% in Nederland; over de periode 1978-2003 waren de uitstaande private kredieten gemiddeld gelijk aan 78% van het bbp in België t.o.v. 146% in de VS; 87% in Frankrijk; 118% in Duitsland en 142% in Nederland (bronnen: *Science, technology and industry. Venture capital: trends and policy recommendations* van de OESO en *Private Credit in 129 countries* door Djankov, McLiesh en Shleifer, Journal of Financial Economics, Mei 2007)

⁵⁵ Bron: CEVORA

producenten in België zodat er geen significante lokale vraag bestaat naar de ontwikkeling van grote, transnationale reclamecampagnes. De vraag naar reclame in België is dan ook vooral gericht op de Belgische markt. Reclamecampagnes moeten immers afgestemd worden op de lokale cultuur zodat de reclameagentschappen in België, waar er bovendien een onderscheid is tussen de Franstalige en de Nederlandstalige cultuur, moeilijk publiciteit voor de buitenlandse markt kunnen ontwikkelen. Dit euvel zou kunnen overkomen worden indien Belgische reclamebureaus afdelingen in het buitenland zouden kunnen oprichten maar ook hier legt de Belgische omgeving beperkingen op. Reclameagentschappen hebben vanwege hun immateriële en complexe aard immers nood aan gespecialiseerde financiële bemiddeling, idealiter via een holding structuur, om kapitaal te kunnen aantrekken. De financiële markt lijkt in België evenwel niet geschikt om deze intermediaire rol te vervullen. De moeilijkheid om kapitaal aan te trekken en de kleine markt liggen vermoedelijk aan de basis van de zeer lage bedrijfsdynamiek in de sector (cf. Tabel 1-22), waardoor de reclamebedrijven in België ook weinig concurrentie ondervinden die hen dwingt om hun concurrentievermogen voortdurend op te drijven.

We zien dus dat het gebrek aan Belgische MNO's; de beperkte omvang van de Belgische cultuurgemeenschappen en de weinig ontwikkelde kapitaalmarkt de doorgroei van Belgische reclamebureaus sterk verhinderen. De jongste jaren is de schaal evenwel een nog belangrijkere factor geworden om reclameopdrachten te kunnen aantrekken. Doordat er met de internationalisering steeds meer globale producten opduiken is er nl. een groeiende vraag naar internationaal geïntegreerde reclamecampagnes ter promotie van wereldwijde merken. Door de kleine omvang van de Belgische reclamebureaus en het ontbreken van een competitieve cluster slaagt de reclamesector in België er zelden in om deze opdrachten binnen te rijden. We zien bijgevolg een kloof tussen de weinig ontwikkelde reclamesector in België en de grote reclamebedrijven in het buitenland die wel over de vereiste schaal en kennis beschikken om grote internationale reclameprojecten op te zetten. De Belgische reclamebedrijven leggen zich dan vooral toe op lokale opdrachten. Doordat de lokale cultuur een sterke invloed behoudt op het consumptiegedrag, zal reclame steeds op een lokaal niveau moeten worden gecommuniceerd zodat het voortbestaan van de Belgische reclamesector niet echt bedreigd is.

3 Identificatie van de strategische aandachtspunten voor de zakelijke dienstverlening via een confrontatieanalyse

In de vorige hoofdstukken hebben we gezien wat de essentiële kenmerken van de ZD zijn en hoe de omgeving waarin hij opereert aan het wijzigen is. Door een analyse van deze factoren hebben we het succes van de sector en de belangrijkste deelsectoren verklaard. In dit hoofdstuk willen we, rekening houdende met de sterkten en zwakten van de sector, achterhalen welke strategische uitdagingen uitgaan van de wijzigende omgevingsfactoren die vandaag een invloed op de sector uitoefenen en dit de komende jaren zullen blijven doen. Om de strategische uitdagingen te identificeren zullen we een confrontatieanalyse hanteren. Gebruikmakend van de informatie uit de vorige hoofdstukken sommen we eerst de voornaamste sterkten en zwakten op van de Belgische ZD en zijn deelsectoren. Vervolgens beschrijven we de opportuniteiten en bedreigingen die zich vandaag vanuit de omgeving aan de sector voordoen en waarvan verwacht kan worden dat zij zich de komende jaren zullen doorzetten. Tot slot bekijken we hoe deze externe kansen en bedreigingen zich vertalen in strategische uitdagingen door na te gaan hoe de sterkten kunnen helpen bij het benutten van de opportuniteiten en welke zwakten het meest de aandacht verdienen in het licht van de externe bedreigingen. Dit moet ons een idee geven van de voornaamste problemen die geneutraliseerd zullen moeten worden en van de groeimogelijkheden voor de bedrijven uit de ZD.

Sterkten

Internationale netwerken: Mede dankzij haar centrale ligging en meertalige bevolking heeft België een zeer geïnternationaliseerde economie. De Belgische zakelijke dienstverleners zijn daarom goed gepositioneerd om kennis over internationale markten te verwerven. Het grootste deel van de sectorale tewerkstelling en toegevoegde waarde bevindt zich ook bij MNO's (cf. Tabel 1-19). Deze vlotte toegang tot internationale economische intelligentie vormt een belangrijk concurrentievoordeel.

Concurrentieel aangepast: Factoren als de internationale concurrentie en de politieke rol van Brussel hebben geleid tot een vroege specialisatie van België in de ZD. Daardoor ondervindt deze sector in België reeds jarenlang een stevige concurrentiële druk met als gevolg dat zij reeds vroeg is aangepast aan nieuwe concurrentiële ontwikkelingen en dat zakelijke dienstverleners in België kunnen samenwerken met een uitgebreid netwerk van gespecialiseerde (zakelijke) dienstverleners. Dit geeft de zakelijke dienstverleners in België een voorsprong op hun concurrenten in landen waar de ZD zich pas later heeft ontwikkeld. Zo zien we dat Belgische arbeidsbemiddelaars zich sneller zijn gaan specialiseren en diversifiëren. Dankzij de aanwezigheid van een ontwikkelde zakelijke dienstensector hebben de zakelijke dienstverleners die in België actief zijn m.a.w. meer expertise opgebouwd dan hun buitenlandse sectorgenoten en zijn zij in staat om zich sneller aan te passen aan nieuwe concurrentiële ontwikkelingen. Doordat zakelijke dienstverleners in België opereren in een competitieve omgeving worden zij ook eerder gedwongen om zich aan te passen waardoor zij concurrentievoordelen verwerven op hun buitenlandse concurrenten, wat op zijn beurt opportuniteiten biedt om te internationaliseren.

Hooggeschoold, meertalig personeel: De zakelijke dienstverleners beschikken in de Belgische context over een groot reservoir aan hooggeschoolde en meertalige werknemers. Dit maakt de communicatie met buitenlandse partners vlotter en versterkt de internationale netwerken van de zakelijke dienstverleners in België.

Zwakten

Afhankelijkheid van buitenlandse beslissingscentra: Zowat de helft van de ZD in België wordt verstrekt door buitenlandse MNO's. Belangrijke strategische beslissingen zoals de bestemming van internationale investeringen worden daardoor in het buitenland genomen. Belgische belangen spelen daarin een beperkte rol, zodat de ontwikkeling van de sector sterk afhankelijk is van lokale troeven zoals de relatief grote vraag naar zakelijke diensten of een gunstige fiscale behandeling. Indien deze troeven verdwijnen, kan er snel een negatieve spiraal ontstaan waarbij het verdwijnen van enkele zakelijke dienstverleners het concurrentievermogen van overblijvende sectorgenoten naar omlaag trekt evenals de aantrekkingskracht van de Belgische markt. De vraag stelt zich ook in welke mate Belgische zakelijke dienstenfilialen over voldoende autonomie beschikken om hun structuur af te stemmen op de behoeften van de lokale markt.

Opportuniteiten

Dienstenrichtlijn: Op 27 december 2006 werd de Richtlijn 2006/123/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 betreffende diensten op de interne markt (hierna "dienstenrichtlijn") gepubliceerd (zie ook bijlage 2). Deze Richtlijn heeft tot doel een juridisch kader te creëren om belemmeringen van het vrije dienstenverkeer in de Europese Unie uit de weg te ruimen en een echte interne dienstenmarkt tegen het jaar 2010 te verwezenlijken. De lidstaten moesten de omzetting van de dienstenrichtlijn voltooid hebben op 28 december 2009. Naast bepalingen die ongerechtvaardigde

belemmeringen voor de vrijheid van vestiging en de vrijheid van dienstverlening in de EU moeten wegnemen, omvat de dienstenrichtlijn ook een luik "Administratieve vereenvoudiging". Zo moeten procedures of formaliteiten die van toepassing zijn voor de toegang tot en de uitoefening van dienstenactiviteiten, waar mogelijk, vereenvoudigd worden. Er dient onderzocht te worden of bepaalde procedures niet vereenvoudigd of afgeschaft kunnen worden door optimaal gebruik te maken van de gegevens die reeds beschikbaar zijn. Wat de vergunningen betreft, moeten lidstaten de mogelijkheid onderzoeken om die te vervangen door een stilzwijgende vergunning. Daarnaast zien de lidstaten erop toe dat een dienstverrichter alle procedures en formaliteiten die nodig zijn voor de toegang tot zijn dienstenactiviteiten, en alle vergunningsaanvragen die nodig zijn voor de uitoefening van deze activiteiten, kan afwikkelen via een één-loket. Bovendien moeten de lidstaten aan dienstverrichters vlot toegang verlenen via het één-loket en elektronisch tot de volgende informatie: eisen die voor de op hun grondgebied gevestigde dienstverrichters gelden, adresgegevens van de bevoegde instanties, rechtsmiddelen, adresgegevens van de verenigingen of organisaties waarvan dienstverrichters of afnemers praktische bijstand kunnen krijgen,... Door de toetredingsbarrières te verlagen zou deze richtlijn dus vanaf 2010 een sterke impuls kunnen geven aan de export en buitenlandse directe investeringen van de ZD in de EU. Volgens een schatting van Kox en Lejour zou de dienstexport in de EU stijgen met 30% tot 62% terwijl de intra-Europese buitenlandse directe investeringen in de dienstensector zou toenemen met 18% tot 36% (2007, blz. 247). Uiteraard zal hiermee ook de concurrentiedruk binnen de ZD toenemen, waardoor weinig concurrentiële dienstverleners uit de markt kunnen worden gedreven.

Toenemende behoefte aan flexibiliteit: O.i.v. de aanhoudende internationale specialisatie en versnelling van productcycli mag er worden van uitgegaan dat flexibiliteit de komende jaren aan belang zal blijven toenemen op de arbeidsmarkt. Een Federgon-enquête bij bedrijven en andere werkgevers bevestigt deze verwachting (Van den Berghe, 2007, blz. 16). Er wordt verwacht dat ook de wetgeving rond interim-arbeid zal versoepelen. Momenteel kunnen tijdelijke werknemers bv. enkel aangeworven worden ter vervanging van een vaste werknemer; om een tijdelijke vermeerdering van werk op te vangen of bij de uitvoering van een uitzonderlijk werk. Het is ook aannemelijk dat de overheid, in tegenstelling tot vandaag, zal beroep doen op interim-arbeid.

Krapte op de arbeidsmarkt: Met de vergrijzing en de toenemende nood aan gespecialiseerde arbeid zullen er meer kraptes op de arbeidsmarkt optreden. Ook deze verwachting wordt gedeeld door de werkgevers (Van den Berghe, 2007, blz. 16). Dit zal de behoefte aan arbeidsbemiddeling voor de reclutering van geschikt personeel verhogen. Daartegenover staat dat het voor de zakelijke dienstverleners zelf ook moeilijker zal worden om geschikt personeel aan te trekken.

Opkomst kenniseconomie: In de zeer concurrentiële internationale omgeving worden producten al snel gestandaardiseerd en met een lage toegevoegde waarde geproduceerd op lage kostenlocaties, typisch lagelonenlanden. Om in deze omgeving een hoog bbp te kunnen behouden, moeten rijkere landen productieve clusters ontwikkelen en zich specialiseren in innovatieve producten met een hoge toegevoegde waarde. Daarbij zal ook voldoende aandacht moeten gaan naar milieuvriendelijke productieprocessen. We zien bijgevolg een steeds meer innovatiegedreven concurrentie in België met daarin een groeiende rol van de creatieve processen: internationalisatie; ondernemerschap en innovatie. We zagen dat de ZD op deze drie terreinen een zeer belangrijke actor is zodat het belang van deze sector in de komende jaren enkel kan toenemen.

Bedreigingen

Toenemende concurrentie: Naarmate de ZD zich ontwikkelt, valt te verwachten dat de concurrentie binnen deze sector nog sterker zal toenemen. Deze overtuiging leeft o.m. heel sterk bij de arbeidsbemiddelaars (Van den Berghe, 2007, blz. 23). Hoewel dit de gemiddelde productiviteit in de sector kan opdrijven, zal dit de verkoopsmarges van individuele bedrijven onder druk zetten. We zagen al dat er binnen de ZD een gesegmenteerde markt is, waardoor kleine bedrijven zelden in directe concurrentie staan met grotere sectorgenoten. Een te intensieve concurrentie tussen de kleinere spelers zou deze bedrijven ervan kunnen weerhouden om door te groeien en de concurrentie met grotere spelers aan te gaan.

Verdwijning knooppuntfunctie van Brussel: Hoewel de rol van Brussel als politieke hoofdstad van de EU vandaag niet in twijfel wordt getrokken, is het best mogelijk dat deze de komende jaren een minder centrale rol zal krijgen. Met de uitbreiding van de EU naar het Oosten verschuift het geografische en economische zwaartepunt van de EU immers steeds meer naar het Oosten. Er wordt ook sterk gelobbyd tussen lidstaten voor de vestiging van nieuwe politieke organisaties zoals het Europees patentenbureau of het Europees agentschap voor chemische stoffen. Daarnaast is het niet denkbeeldig dat het stabiele klimaat van Brussel in vraag wordt gesteld vanwege de politieke onzekerheid omtrent de Belgische staatsstructuur en de rol van Brussel daarin; waardoor Brussel minder politieke en economische hoofdkwartieren zou kunnen aantrekken. Ook de onzekerheid rond de notionele interestaftrek zou de economische aantrekkingskracht van Brussel (en België) kunnen reduceren.

Het is evenwel ook mogelijk dat de internationale rol van Brussel de komende jaren toeneemt. Door de uitbreiding van de EU vestigen zich heel wat nieuwe Europese burgers in de hoofdstad. Mede omwille van de uitbreiding zijn de Europese instellingen momenteel sterk aan het investeren in vastgoed in Brussel, wat hun intentie om in de hoofdstad te blijven bevestigt. Als Brussel erin slaagt om een sterker internationaal profiel te verwerven, dan zou deze stad mogelijks haar achterstand kunnen goedmaken in het aantrekken van wereldwijde hoofdzetels.

Desindustrialisatie: De ZD is sterk afhankelijk van de industriële sector. Hoewel het aandeel van de industrie binnen de Belgische tewerkstelling en in het bbp gevoelig is afgenomen, bleef hun totale productiewaarde wel sterk stijgen (cf. Grafiek 1-9). Een groot deel van de industriële productiewaarde wordt gerealiseerd door zakelijke dienstverleners, doordat industriebedrijven operationele diensten naar hen uitbesteden of in de vorm van juridische bijstand of adviesverlening met het oog op innovatie. Zoals we zagen is deze tussenkomst van zakelijke dienstverleners in de industriële productie ook sterk gestegen door hun rol in het opdrijven van de flexibiliteit (bv. via interim-werknemers) of van het innovatievermogen. Hoewel dit niet onmiddellijk blijkt uit zijn omvang; blijft de industrie dus zeer belangrijk binnen de Belgische economie waarbij er een groeiende afhankelijkheid van toeleverende bedrijven ontstaat. De recente terugval van enkele belangrijke industriële sectoren, o.m. als gevolg van de wereldwijde crisis die in België vooral de industriële sectoren trof, dreigt dus ook de vraag naar ZD sterk te beknootten. We denken bv. aan de automobiel- of de textielsector. Mede vanwege de industrialisering van China blijft de internationale concurrentie intussen sterk toenemen. Om in deze risico-omgeving te kunnen standhouden moeten industriebedrijven en zakelijke dienstverleners zich continu toeleggen op de markten, producten en niches waarin zij het meest competitief zijn.

Digitale media: In België hebben de digitale media en in het bijzonder de digitale televisie een nieuwe stimulans gegeven aan de (televisie)reclame. Volgens het CIM beschikt anno 2010 meer dan één op twee Belgische gezinnen over digitale televisie. Tegelijkertijd vormt dit een bedreiging voor de reclame over televisie aangezien deze de mogelijkheid biedt om de reclame over te slaan. Hierdoor zou de

reclame bv. minder via de klassieke zenders worden verspreid maar veeleer binnen de digitale media worden geïntegreerd. Dit zou ertoe kunnen leiden dat de reclame steeds vaker door de media (bv. via product placement) of operatoren zelf wordt ontwikkeld i.p.v. door de reclamebureaus (Berte, 2010, blz. 198), zoals reeds vaak het geval is bij reclame op het internet (bv. bij de zoekresultaten van Google). Door de digitale technologie ontstaat er ook een veel ruimer media-aanbod, zodat adverteerders meer kanalen moeten aanspreken om het beoogde publiek te bereiken. Tegelijkertijd bieden digitale media nieuwe opportuniteiten doordat het eenvoudiger wordt om reclame af te stemmen op het profiel van de gebruiker. Daarnaast laten de digitale media een hoge mate van interactiviteit toe.

Strategische aandachtspunten

Door nu de sterktes en de zwaktes te confronteren met de opportuniteiten en de bedreigingen die vandaag in de bedrijfsomgeving opduiken, kunnen we een beeld vormen van de voornaamste uitdagingen die zich vandaag voor de sector stellen. Nu zagen we al dat verschillende segmenten een verschillende concurrentiële dynamiek vertonen. Om te weten welke uitdagingen voor een bedrijf het meeste aandacht verdienen moet er dus nagegaan worden welke factoren hier het sterkst aanwezig zijn. In een eerste fase is het belangrijk om te vermijden dat een bedreiging nefaste gevolgen heeft en vervolgens kan er ook bekeken worden hoe groeiopportuniteiten kunnen benut worden. In Tabel 3-1 geven we alvast enkele indicaties van mogelijke aandachtspunten die uit zo'n vergelijking kunnen naar boven komen.

Tabel 3-1: Enkele strategische aandachtspunten voor de ZD in België

Bedreigingen	Sterkten	Zwakten
Toenemende concurrentie	<ul style="list-style-type: none"> Welke strategie laat het beste toe om competitief te blijven binnen een steeds meer concurrentiële omgeving? 	<ul style="list-style-type: none"> Is de bedrijfsstrategie voldoende flexibel en autonoom om zich te kunnen aanpassen aan een wijzigende omgeving?
Verdwijning knooppuntfunctie van Brussel	<ul style="list-style-type: none"> Welk potentieel biedt de Belgische economie voor de zakelijke dienstverlening? Welke industriële sectoren hebben het meeste toekomstpotentieel? Welke zakelijke diensten behoeven zij? 	<ul style="list-style-type: none"> Zijn er andere lokale concurrentiefactoren die de aanwezigheid in België rechtvaardigen?
Desindustrialisatie	<ul style="list-style-type: none"> In samenwerking met welke andere sectoren kan de ZD nog voldoende toegevoegde waarde genereren? Kunnen er vanuit België zakelijke diensten geleverd worden aan industriële sectoren in andere landen? 	<ul style="list-style-type: none"> Kunnen er lessen getrokken worden uit de ervaring in andere landen?
Opkomst digitale media	<ul style="list-style-type: none"> Kan het creatief talent in de Belgische reclamesector beter worden gevaloriseerd met gebruik van digitale media? 	<ul style="list-style-type: none"> Hoe kunnen de nodige fondsen worden aangetrokken om te investeren in (interactieve) digitale reclametoepassingen?
Opportuniteiten	Sterkten	Zwakten
Dienstenrichtlijn	<ul style="list-style-type: none"> Hoe kunnen de Belgische zakelijke dienstverleners binnen een vrijgemaakte markt hun concurrentievoordelen het best in het buitenland exploiteren? 	<ul style="list-style-type: none"> Zou een intensifiëring van de internationale concurrentie het ondernemerschap in de Belgische ZD kunnen drukken doordat de risico's toenemen?
Toenemend belang van flexibiliteit	<ul style="list-style-type: none"> Op welke manier kunnen de zakelijke dienstverleners hun klanten helpen om nog flexibeler te produceren? Kunnen de internationale netwerken hierbij worden aangesproken? 	<ul style="list-style-type: none"> Is een nieuwe organisatiestructuur aangewezen om nog flexibeler diensten te kunnen verlenen?
Krapte op de arbeidsmarkt	<ul style="list-style-type: none"> Welke competenties zullen de komende jaren aan belang winnen? Hoe kan deze groep het beste bereikt worden? 	<ul style="list-style-type: none"> Zijn er lokale arbeidsmarktomstandigheden waarmee onvoldoende is rekening gehouden?
Opkomst kenniseconomie	<ul style="list-style-type: none"> Beschikken we over voldoende absorptiecapaciteit in de juiste domeinen om ook in de komende jaren voldoende kennis te kunnen verwerven en overdragen? 	<ul style="list-style-type: none"> Zal de organisatie zich voldoende kunnen aanpassen aan de Belgische context in een omgeving waar landen zich steeds sterker gaan specialiseren?

4 Beleidsuitdagingen

Uit deze studie is gebleken dat het concurrentievermogen van de zakelijke dienstverleners in België afhankelijk is van de interactie tussen vele factoren. Rechtstreeks of onrechtstreeks beïnvloedt de

overheid zowat alle concurrentiefactoren die deel uitmaken van de concurrentiële dynamiek van de ZD. Voor een efficiënt en effectief beleid is het noodzakelijk dat de beleidsmakers oog hebben voor dit geheel aan factoren die gezamenlijk vorm geven aan de competitiviteit van de sector. Er moet dus vermeden worden dat de publieke inspanningen worden geconcentreerd op één bepaalde concurrentiefactor zonder daarbij rekening te houden met aanverwante factoren. Het voorzien van gespecialiseerde opleidingen voor zakelijke dienstverleners zal bv. veel minder nut hebben wanneer tegelijkertijd de industriesector delokaliseert. In de plaats daarvan moet het overheidsbeleid passen binnen een strategie die op een coherente manier inspeelt op de verschillende concurrentiefactoren. Om de beschikbare middelen zo goed mogelijk te besteden, moeten de beleidsmakers dus bepalen welke hun doelstellingen zijn en vervolgens nagaan welke aspecten van de concurrentiële dynamiek hiervoor gewijzigd dienen te worden. In eerste instantie moet gewerkt worden aan het verwijderen of ondersteunen van de zwakkere schakels in het competitiviteitssysteem. Vervolgens kan er ook aandacht gaan naar het versterken van de troeven van de ZD in België. Een proactief beleid zou daarbij ook aandacht kunnen hebben voor de wijzigingen die zich vandaag in de omgeving voordoen.

We hebben gezien dat de ZD in België het concurrentievermogen van andere bedrijven stimuleert doordat zij o.m. de flexibiliteit; het innovatievermogen en de efficiëntie bevordert. Aldus verhoogt deze sector de productiviteit van andere sectoren. Daarenboven stijgt de productiviteit van de ZD zelf aanzienlijk dankzij de lage toetredingsbarrières en de exploitatie van schaal- en breedtevoordelen. Vanwege de positieve invloed van de ZD op de nationale productiviteit en haar belangrijke bijdrage aan de groei van het bbp en de werkgelegenheid verdient de ZD voldoende aandacht vanwege de beleidsmakers. Zo moeten beleidskeuzes voldoende rekening houden met de invloed van de ZD op andere sectoren en met het groeipotentieel van de sector zelf. De ZD is een sterke groeisector met een belangrijke impact op het Belgische structurele concurrentievermogen en dus moeten er voldoende infrastructuur en beleidsinstrumenten worden ingezet om dit te ondersteunen. De achterstand van de ZD in België op beter presterende landen zoals Nederland geeft aan dat er meer inspanningen moeten worden geleverd om haar potentieel ten volle te realiseren.

Daarnaast zagen we dat er sterke netwerkeffecten heersen binnen de ZD. De aanwezigheid van een zakelijke dienstencluster in Brussel levert een sterke bijdrage aan het concurrentievermogen van elke onderneming binnen die cluster. Deze cluster verleent toegang tot een internationaal kennisnetwerk en ze maakt een doorgedreven specialisatie en integratie van zakelijke diensten mogelijk waarbij de betrokken ondernemingen vanwege de intense concurrentie tot een maximale efficiënte gedwongen worden. Het belang van de zakelijke dienstencluster in Brussel kan dus moeilijk overschat worden. Er moet over gewaakt worden dat de omgeving geen hindernis vormt voor de verdere ontwikkeling van deze cluster. Daarvoor is er nood aan een uitgebreide zachte en harde infrastructuur. Zo zijn een goede regelgeving en ICT-infrastructuur onmisbaar. Verder moeten het onderwijs en opleidingen de nodige competenties voor de ZD bijbrengen. Naast een goede infrastructuur is de sterkte van de ZD in Brussel ook afhankelijk van de aanwezigheid van internationale beslissingscentra. Het politiek en economisch klimaat dient de verankering van deze centra in Brussel zoveel mogelijk veilig te stellen. Het is daarnaast ook nuttig om te bekijken hoe de vestiging van hoofdkwartieren van wereldwijde organisaties kan worden bevorderd. Eén belangrijk element hierin vormt de transportinfrastructuur. In België werd hier de jongste jaren relatief weinig geïnvesteerd. Het succes van de ZD in Nederland staat vermoedelijk niet los van de zeer sterke uitbreiding van de transportinfrastructuur in dit land. We vermelden enkele aandachtspunten die uit de voorgaande analyse naar boven kwamen:

- Hoe kan de politieke en economische knooppuntfunctie van Brussel behouden, en zo mogelijk versterkt, worden?

- Welke factoren kunnen de vestiging van wereldwijde hoofdkwartieren van MNO's in België stimuleren?
- Laat het regelgevend kader, zonder afbreuk te doen aan het oogmerk hiervan, voldoende ruimte voor concurrentie tussen de zakelijke dienstverleners?
- Zijn de toegangsbarrières binnen de ZD voldoende laag en laat het Belgische kader voldoende ruimte voor nieuwe spelers om door te groeien?
- Welke rol is binnen het arbeidsmarktbeleid weggelegd voor de zakelijke dienstverleners?
- Houdt het industriebeleid voldoende rekening met de interactie tussen de industrie en de ZD?
- In welke mate is het onderwijs afgestemd op de behoeften van de ZD?

Sommige van deze aandachtspunten vallen binnen de bevoegdheid van de Europese overheden; andere zijn federaal of regionaal en meestal worden ze beïnvloed door verschillende overheidsniveaus. Bepaalde uitdagingen hebben een impact op heel de economie terwijl andere zich enkel richten op (delen van) de ZD. Het is echter duidelijk dat een effectief economisch beleid zich niet mag beperken tot één enkel beleidsdomein. Een effectieve strategie ter versterking van de ZD moet rekening houden met alle factoren die de concurrentiële dynamiek van de sector vormgeven. Een visie op de dynamiek van de zakelijke dienstverleners; hun onderlinge interactie en de macro-omgeving moet dus als leidraad dienen bij de coördinatie van een overheidsbeleid dat het concurrentievermogen van de ZD in België wil vrijwaren.

5 Samenvatting

De ZD heeft de afgelopen jaren sterk aan belang gewonnen binnen de Belgische economie. Een groot deel van de Belgische economische en werkgelegenheidsgroei werd in deze sector gerealiseerd, waardoor de ZD vandaag zowel inzake werkgelegenheid als inzake toegevoegde waarde de grootste sector is van het land. De ontwikkeling van deze sector staat evenwel niet los van de rest van de economie aangezien het grootste deel van zijn output naar andere Belgische sectoren gaat. Hoewel slechts een klein deel van de output wordt geëxporteerd, realiseert de Belgische ZD toch een aanzienlijk handelsbalansoverschot en heeft zij een groter aandeel in de Belgische dienstenexport dan in de belangrijkste concurrerende landen. Ondanks de lage export is de ZD sterk geïnternationaliseerd daar meer dan de helft van de werkgelegenheid en toegevoegde waarde wordt gerealiseerd door MNO's, en dan vooral buitenlandse MNO's.

Het hogere gewicht van de sector in de dienstenexport en in de nationale economie in België dan in concurrerende landen geeft aan dat België gespecialiseerd is in de ZD. Deze sector presteert in België beduidend beter dan in de concurrerende landen, uitgezonderd Nederland, zoals blijkt uit de grotere groei van de toegevoegde waarde en, in mindere mate, van de werkgelegenheid en uit de hogere TWP. Deze goede prestaties verbergen evenwel sterke verschillen tussen de verschillende subsectoren. Zo zetten de subsectoren advies- en bijstandsverlening en selectie en terbeschikkingstelling van personeel uitzonderlijk sterke prestaties neer. De reclamesector en de diverse dienstverlening blijken dan weer aanzienlijk zwakker te presteren in België dan in de buurlanden. Dit illustreert de diversiteit binnen de sector en, daaruit volgend, de verschillende mate waarin elk segment kon profiteren van de vele ontwikkelingen die zich de jongste jaren in de macro-omgeving voordeden.

Belangrijke wijzigingen in de omgevingsfactoren waren de internationalisatie en de technologische vooruitgang. Door de internationale concurrentie werden bedrijven gedwongen om voortdurend hun kosten te minimaliseren en om zich toe te leggen op hun kernactiviteiten. In combinatie met de technologische vooruitgang leidde dit tot een steeds verdere opsplitsing van de productieketens waarbij elk land zich toelegt op de productieprocessen waarin die het meeste concurrentievoordelen bezit. In de hand gewerkt door de snel wijzigende en gepersonaliseerde consumentvoorkeuren leidde dit tot een toenemend belang van kennis; flexibiliteit en dienstverlening binnen de Belgische economie.

Deze wijzigende context gaf een sterke stimulans aan de ZD. In de eerste plaats omdat de zoektocht naar kostenreducties leidt tot de uitbesteding van zeer veel activiteiten naar zakelijke dienstverleners. Dit komt doordat de ZD deze activiteiten efficiënter kan uitvoeren dan hun klanten omdat zij genieten van schaalvoordelen en/of omdat de hoge concurrentiedruk binnen deze sector als gevolg van de lage toetredingsbarrières de bedrijven voortdurend aanzet tot het opdrijven van hun productiviteit. Ook het toegenomen belang van kennis stimuleerde de ZD omdat zij ideaal geschikt is om kennis over te brengen tussen verschillende economische actoren en omdat de ZD heel wat opportuniteiten biedt voor kennisgedreven ondernemerschap. De ZD kon ook profiteren van de stijgende behoefte aan flexibiliteit en dienstverlening omdat deze sector bedrijven in staat stelt om hun productiecapaciteit tijdelijk uit te breiden of om op ad hoc basis diensten toe te voegen aan hun producten. We mogen niet vergeten dat ook de algemene transformatie van de economie een bijkomende vraag naar ZD creëerde omdat bedrijven behoefte hadden aan advies en bijstand in hun zoektocht naar een meer concurrentiële productiestructuur.

Zoals opgemerkt waren niet al de segmenten van de zakelijke dienstverlening even sterk bevoordeeld door deze wijzigende omgevingsfactoren. De advies- en bijstandsverleners konden ten volle profiteren van de nieuwe omgeving. De vraag naar hun diensten steeg immers zeer sterk voor de toevoeging van kennis in de werking van bedrijven uit andere sectoren. Doorgaans zijn er geen grote schaal- of kapitaalvereisten binnen dit segment zodat de toegangsbarrières hier vrij laag zijn. Zo duiken er in dit segment heel wat bedrijven op die participeren in een proces van open innovatie. Met behulp van hun kleine omvang; hun gespecialiseerde werknemers en hun contacten met verschillende bedrijven gaan deze bedrijven m.a.w. kennis doorgeven aan hun klanten teneinde het innovatievermogen van deze laatsten op te drijven. Door de steeds complexere aard van de productie zijn bedrijven ook steeds meer gedwongen om aan open innovatie te doen om voldoende competitief te kunnen blijven. Op dit vlak ontstaan er ook sterke clustervoordelen doordat verschillende advies- en bijstandsverleners gaan samenwerken rond bepaalde projecten waarbij zij hun expertise gaan samenvoegen wat de innovatie- en specialisatiemogelijkheden verder opdrijft. Het belang van deze clustervoordelen komt tot uiting in het zeer grote en sterk gestegen aandeel van sectorgenoten in de intermediaire consumptie van de zakelijke dienstverleners. De ICT speelt hierin een belangrijke rol omdat deze de informatieoverdracht van zakelijke dienstverleners met hun klanten en leveranciers faciliteert.

Binnen de advies- en bijstandsverlening wordt ICT evenwel nog meer gebruikt om de interne informatieverwerking te bevorderen. De advies- en bijstandsverleners maken m.a.w. intensief gebruik van ICT om de informatieoverdracht tussen hun werknemers te faciliteren. Op die manier kan de kennis die bij de bedrijfsvoering wordt verworven snel binnen de organisatie worden verspreid. Kennis die een organisatie op één plek opdoet zal dus onmiddellijk het innovatiepotentieel van al haar projecten opdrijven. Hierdoor verwerven grote ondernemingen, en in het bijzonder MNO's, een belangrijk concurrentievoordeel. Zo worden MNO's belangrijke vehikels om kennis uit buitenlandse markten over te brengen naar de binnenlandse economie. Daarnaast worden grote bedrijven ook bevoordeeld door het bestaan van reputatie-effecten. Omdat de kwaliteit van advies en bijstand vaak moeilijk valt in te schatten, vormt reputatie een belangrijke indicator van de kwaliteit. Het belang van interne

kennisoverdracht en reputatie-effecten leidt tot een tweedeling binnen de advies- en bijstandsverlening tussen, enerzijds, gevestigde MNO's en, anderzijds, kleinere, gespecialiseerde bedrijven. Voor deze laatste categorie bestaat de uitdaging erin om zich aan te sluiten bij de kennisnetwerken van de MNO's.

De sterke prestatie van de advies- en bijstandsverlening in België is grotendeels te danken aan de sterke vraag naar advies en bijstand vanwege de economische en politieke knooppuntfunctie van Brussel. Hierdoor kwam deze sector hier al snel tot ontwikkeling en kan zij aansluiten met kennisnetwerken in andere landen. Zo ontstond er in Brussel een sterke, competitieve cluster van advies- en bijstandsverlenende bedrijven. Deze cluster wordt wel gedomineerd door buitenlandse MNO's, waardoor er een sterke afhankelijkheid is van buitenlandse beslissingscentra. Het gebrek aan Belgische MNO's in deze sector komt vermoedelijk door het ontbreken van wereldwijde hoofdkwartieren in België en mogelijks ook door de moeilijkheid om voldoende kapitaal aan te trekken.

De positieve invloed van de wijzigende omgeving op de advies- en bijstandsverlening kwam niet enkel van het toenemend belang van kennis maar ook van de nood aan kostenminimalisatie. Vele operationele taken worden immers efficiënter uitgevoerd door advies- en bijstandsverleners doordat de uitbesteding naar dit segment meer concurrentie omtrent deze activiteiten creëert en omdat deze bedrijven schaal- en specialisatievoordelen kunnen genereren. Het segment selectie en terbeschikkingstelling van personeel was nog meer gebaat bij de doorgedreven zoektocht naar kostenminimalisatie. Ook zij realiseren immers belangrijke schaalvoordelen doordat zij de vaste kosten die gepaard gaan met de aanwerving van (tijdelijk) personeel kunnen verdelen over een groter personeelsbestand. Daarnaast steeg de vraag naar uitzendkrachten omdat bedrijven kosten kunnen besparen door werknemers enkel aan te werven gedurende de periodes dat er voldoende werk voorhanden is. Tegelijkertijd stijgt de vraag naar interim-kantoren omdat deze een flexibelere productieorganisatie mogelijk maken. Doordat er binnen de open Belgische economie een sterke internationale concurrentie heerst, vanwege de relatief hoge loonkosten en mogelijks ook door andere institutionele factoren kwam de selectie en terbeschikkingstelling van personeel al vroeg tot ontwikkeling in België. Om bijkomende toegevoegde waarde te creëren zijn de arbeidsbemiddelaars de jongste jaren steeds meer taken gaan vervullen. Zo gaan zij zich meer toeleggen op het selecteren van werknemers voor gespecialiseerde functies met het oog op tewerkstelling bij de klant of om zelf uit te zenden; het verschaffen van opleidingen; bedrijven bijstaan in de uitoefening van hun HR-activiteiten... Zo worden er tegelijkertijd schaal- en breedtevoordelen gecreëerd. Om over de nodige expertise te kunnen beschikken die deze meer gerichte arbeidsbemiddeling vereist, gaan vele arbeidsbemiddelaars zich toeleggen op specifieke werknemerscategorieën, wat leidt tot een daling van de gemiddelde schaalgrootte in dit segment. Vanwege de toenemende specialisatie en kennisintensiteit binnen de Belgische economie hebben bedrijven ook steeds meer behoefte aan deze bemiddelende rol om geschikte werknemers aan te kunnen trekken. De jongste jaren kreeg de selectie en terbeschikkingstelling van personeel een extra duw in de rug door de invoering van de dienstencheques in 2004, die over een korte periode veel bijkomende werkgelegenheid in de sector creëerde.

De reclamesector kon minder profiteren van het wijzigende concurrentiële landschap. Hoewel deze sector, net zoals de advies- en bijstandsverleners, voordeel haalt uit de aanwezigheid van hooggeschoolde, creatieve werknemers in België, hebben een onderontwikkelde kapitaalmarkt en een gebrekkige vraag naar reclame in België de ontwikkeling van hun activiteiten belemmerd. De lage lokale vraag volgt uit de kleine omvang van de markt en het gebrek aan grote Belgische bedrijven die een behoefte hebben aan transnationale campagnes. Aangezien ook dit segment onderhevig is aan sterke clustereffecten, omdat samenwerking tussen reclamebedrijven nodig is om de verschillende productieschakels te kunnen integreren en te komen tot een creatief resultaat, ontstond er een

concurrentienadeel in de relatief kleine Belgische reclamesector tegenover concurrenten in landen die wel voldoende groeimogelijkheden hadden om een competitieve reclamecluster te ontwikkelen. Deze kloof wordt verder verdiept door de internationalisering. Deze leidt immers tot een grotere vraag naar de ontwikkeling van transnationale reclamecampagnes en deze opdrachten kunnen de Belgische reclamebedrijven, vanwege hun kleine omvang, bijna onmogelijk verwerven. De Belgische reclamesector blijft wel belangrijk voor opdrachten gericht op de lokale markt.

Niet alle segmenten van de ZD gedijen dus even goed in de Belgische omgeving. Toch laat onze analyse toe om enkele globale conclusies te formuleren. In de eerste plaats valt het enorme belang van Brussel op. Deze stad versterkt het concurrentievermogen van de zakelijke dienstverleners op vele manieren: de zakelijke dienstencluster is hier sterk geconcentreerd waardoor het concurrentievermogen van elk bedrijf in deze sector aanzienlijk versterkt wordt; deze metropool beschikt over een goed opgeleide, multiculturele, meertalige bevolking en zij trekt deze ook aan uit verder gelegen regio's; door haar politieke en economische knooppuntfunctie heeft deze stad vele internationale vertakkingen zodat de zakelijke dienstverleners gemakkelijk informatie over buitenlandse markten kunnen verwerven en zelf activiteiten in het buitenland kunnen opzetten; de beslissingscentra in Brussel zijn belangrijke afnemers van complexe zakelijke diensten zodat de zakelijke dienstenbedrijven hier gedwongen worden om voortdurend samen te werken om snel kennisintensieve projecten te realiseren... Beleidsmakers die het concurrentievermogen van de ZD willen versterken kunnen niet voorbijgaan aan de cruciale rol van Brussel. De sterke clustereffecten verhogen ook het belang van een goede zachte (bv. ICT en regelgeving) en harde infrastructuur (bv. transportinfrastructuur). De betere prestaties van de ZD in Nederland geven dat het potentieel van de ZD in België nog niet ten volle benut is.

Een tweede weerkerend element betreft de lokale aanwezigheid van wereldwijde hoofdkwartieren. Omdat fysieke nabijheid belangrijk is voor een goede communicatie en kennisoverdracht, worden zakelijke dienstopdrachten doorgaans uitbesteed aan nabij gelegen ondernemingen. Door het gebrek aan hoofdkwartieren van wereldwijd actieve ondernemingen in België krijgen de Belgische zakelijke dienstverleners zelden grote opdrachten van deze beslissingscentra. Dit, in combinatie met de weinig ontwikkelde kapitaalmarkt, maakt dat weinig Belgische zakelijke dienstverleners doorgroeien tot MNO's en dat de ZD in België sterk afhankelijk is van buitenlandse beslissingscentra.

Ten slotte staan we ook stil bij de belangrijke rol die de ZD volgens onze analyse vervult binnen de economie. De ZD wordt er soms van verdacht om te lijden aan de Baumol ziekte, t.t.z. dat deze de groei van de economie zou vertragen doordat een steeds groter deel van de werkgelegenheid in een sector met een lage en weinig groeiende productiviteit zou actief zijn. Onze analyse heeft echter verduidelijkt dat een groot deel van de gecreëerde tewerkstelling activiteiten uitvoert die voorheen op een minder productieve wijze binnen andere sectoren werd uitgevoerd. Door de dynamiek van de sector zal de productiviteit van deze activiteiten hier ook sneller toenemen dan waar zij vroeger werden verricht. De centrale rol van zakelijke dienstverleners voor de overdracht van kennis en de opportuniteiten die deze sector biedt voor kennisgedreven ondernemerschap verhogen daarnaast sterk het innovatievermogen van de economie. Hierdoor, en omdat zij hun klanten toelaten om kosten te minimaliseren en flexibeler te produceren, versterken zij de productiviteit en het concurrentievermogen van alle bedrijven in België. De ZD kan bijgevolg niet los worden gezien van de rest van de economie, die uiteindelijk de bestaansreden is van deze sector. Dankzij de schakelfunctie van de ZD kan zij wel degelijk een sterke bijdrage leveren aan de economische groei, zoals in België de laatste jaren ook het geval was. Deze sector verdient dus voldoende aandacht vanwege zowel het bedrijfsleven als van de beleidsmakers. Daarbij moet elk voor zich nagaan welke elementen uit zijn concurrentiële dynamiek van belang zijn voor de realisatie van hun doelstellingen.

Bijlage 1 : Indicatoren over de prestaties en structuur van de Belgische zakelijke dienstverlening

Kerncijfers

	Toegevoegde waarde (miljoen euro, tegen basisprijzen)		Productiewaarde (miljoen euro)		Tewerkstelling		Investerings (miljoen euro)		Export (miljoen USD)	
	ZD	Totale economie	ZD	Totale economie	ZD	Totale economie	ZD	Totale economie	ZD	Belg. marktdiensten
1998	18.870,9	205.314,7	43.772,0	469.648,3	270.118		1.843,8	47.348,7		
2003	24.760,3	246.908,7	52.015,0	561.172,3	296.989	3.197.948	3.098,7	51.925,8	14.694,7	44.601,0
2007	33.186,2	298.452,7	71.385,5	714.163,5	383.643	3.292.209	4.103,7	72.747,2	20.546,4	74.428,1
2008	35.372,2	308.337,2	75.478,3	750.203,8	365.205*	3.367.228	4.395,9	77.260,9	27.338,0	86.246,0

* Gemeten volgens NACEBEL 2008. Hierdoor verschuift een groot deel van de tewerkstelling via dienstencheques naar andere nace-categorieën

Bron: NBB; RSZ (gecentraliseerde statistieken); OESO

1.1. SLEUTELINDICATOREN	1997	2005	2007	2005/1997	2007/1997
-------------------------	------	------	------	-----------	-----------

Indexcijfer van de afzetprijzen (1995=100)

Zakelijke dienstverlening	100%	119%		119%	
Totale economie	100%	120%		120%	
Zakelijke Dienstverlening / Totale economie	100%	99%		99%	

Werkgelegenheidsvolume¹ (duizenden gewerkte uren)

Zakelijke dienstverlening	604.570	830.400		137%	
Marktdiensten	2.322.000	2.649.515		114%	
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	26,0%	31,3%		120%	

Werkgelegenheidsvolume zakelijke dienstverlening (duizenden gewerkte uren)

België	604.570	830.400		137%	
EU-25	21.644.603	29.757.879		137%	

Kwalificatiegraad

Zakelijke dienstverlening	50% in 1996	58%	54%	116% (2005/1996)	110% (2007/1996)
Marktdiensten	26% in 1996	34%	35%	129% (2005/1996)	131% (2007/1996)
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	187%	169%	157%	86%	84%

Uurloonkosten (euro per persoon)²

Zakelijke dienstverlening	24,8	28,4		115%	
Marktdiensten	24,4	29,6		122%	
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	102%	96%		94%	

Uurloonkosten zakelijke dienstverlening

België	24,8	28,4		115%	
EU-25	15,6	19,3		124%	
België % EU-25	159%	147%		93%	

1 Geharmoniseerd concept EUROSTAT

2 X-M

3 X/M (geharmoniseerd concept EUROSTAT)

4 Privésector

5 Gehele economie

	1997	2005	2007	2005/1997	2007/1997
--	------	------	------	-----------	-----------

Productiewaarde⁴ (milj. €)

Zakelijke dienstverlening	40.098	61.917	71.550	154%	178%
Marktdiensten	190.261	287.379	319.127	151%	168%
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	21,1%	21,5%	22,4%	102%	106%

Productiewaarde zakelijke dienstverlening: NACE 71-74 (milj. €)

België	48.068	77.175	90.279	161%	188%
EU-25	1.217.037	1.923.923	2.164.464	158%	178%
België % EU-25	3,9%	4,0%	4,2%	102%	106%

Toegevoegde waarde⁴ (milj. €)

Zakelijke dienstverlening	17.061	28.242	32.955	166%	193%
Marktdiensten	93.858	139.267	155.447	148%	166%
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	18,2%	20,3%	21,2%	112%	117%

Toegevoegde waarde zakelijke dienstverlening (milj. €)

België	17.061	28.242	32.955	166%	193%
EU-25	463.627	737.586	856.382	159%	185%
België % EU-25	3,7%	3,8%	3,8%	104%	105%

	2002	2005	2007	2005/2002	2007/2002
--	------	------	------	-----------	-----------

Aandeel zakelijke diensten (incl. handelsgerelateerde activiteiten en operationele leasingdiensten) in uitvoer marktdiensten

België	32,4%	31,3%	28,9%	96%	89%
BE; DE; ES; FR; IT; NL; UK; US	24,7%	26,0%	26,4%	106%	107%
België % EU7 + US	131%	120%	110%	91%	83%

Handelssaldo (milj. \$)^{1,2}

Zakelijke dienstverlening (incl. handelsgerelateerde activiteiten en operationele leasingdiensten)	2179	3967	4343	182%	199%
Marktdiensten	2016	4976	6601	247%	327%
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	108,1%	79,7%	65,8%	74%	61%

Handelssaldo^{1,3} textielsector

België	106%	110%	109%	104%	103%
BE; DE; ES; FR; IT; NL; UK; US	117%	127%	122%	109%	104%
België % EU7 + US	90%	86%	90%	95%	99%

Intensiteit O&O-inspanning

Zakelijke dienstverlening	1,6%	1,2%	1,1%	75%	67%
Marktdiensten	1,0%	1,0%	1,0%	95%	99%
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	160%	126%	109%	79%	68%

1 Geharmoniseerd concept EUROSTAT

2 X-M

3 X/M (geharmoniseerd concept EUROSTAT)

4 Privésector

5 Gehele economie

1.2. STRUCTUUR	1997	2005	2007	2005/1997	2007/1997
Intensiteit opleidingsinspanning					
Zakelijke dienstverlening	0,60%	0,74%	0,66%	123%	110%
Niet-financiële ondernemingen	1,00%	0,97%	1,06%	98%	106%
Zakelijke Dienstverlening / Niet-financiële ondernemingen	60%	76%	62%	126%	104%
Kapitaalintensiteit					
Zakelijke dienstverlening (NACE 2003: 71-74)	53	67		125%	
Marktdiensten	79	92		116%	
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	68%	72,8%		108%	
Bruto-investeringen in vast kapitaal (miljoen €)					
Zakelijke dienstverlening	1513	3678	4273	243%	282%
Marktdiensten (uitgezonderd 70)	15.239	24.221	26.076	159%	171%
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	9,9%	15,2%	16,4%	153%	165%
Gemiddelde kapitaalvernieuwing (over periodes 1995-1999 en 2001-2005)					
Zakelijke dienstverlening (Nace 71-74)	9,4%	10,8%		115%	
Marktdiensten (uitgezonderd 70)	8,6%	9,7%		113%	
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	110,0%	111,8%		102%	
Intermediair verbruik (miljoen €)					
Zakelijke dienstverlening	23.148	33.106	38.199	143%	165%
Marktdiensten	96.865	147.402	162.985	152%	168%
Zakelijke dienstverlening / Marktdiensten	23,9%	22,5%	23,4%	94%	98%
Intermediair verbruik zakelijke dienstverlening, nace-bel 2003 71-74 (miljoen. €)					
België	27.709	42.324	49.113	153%	177%
EU-25	502.938	820.094	930.337	163%	185%
België % Unie met vijftien	5,5%	5,2%	5,3%	94%	96%
Productieaandeel⁵ zakelijke dienstverlening					
België	8,7%	10,0%	11,0%	115%	127%
BE, DE, ES, FR, IT, NL, US	8,8%	9,7%	10,1%	111%	115%
België % EU6 + VS	99%	102,4%	109,3%	104%	111%
Aandeel werkgelegenheid zakelijke dienstverlening in marktdiensten					
België	8,0%	9,7%	10,7%	121%	134%
BE, DE, ES, FR, IT, NL, UK, US	9,6%	10,6%	11,0%	110%	115%
België % EU7 + US	83%	92%	97%	110%	117%
	2002	2005	2007	2005/2002	2007/2002
Invoer¹ (milj. \$)					
Zakelijke dienstverlening (incl. handelsgerelateerde activiteiten en operationele leasingdiensten)	10.048	13.611	18.456	135%	184%
Marktdiensten	35.680	51.190	72.294	143%	203%
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	28,2%	26,6%	25,5%	94%	91%

1 Geharmoniseerd concept EUROSTAT

2 X-M

3 X/M (geharmoniseerd concept EUROSTAT)

4 Privésector

5 Gehele economie

	2002	2005	2007	2005/2002	2007/2002
--	------	------	------	-----------	-----------

invoer zakelijke dienstverlening¹ (milj. \$)

België	12.095	13.611	18.456	113%	153%
EU-15	183.165	273.474		149%	
België % EU-15	6,6%	5,0%		75%	

Aandeel zakelijke dienstverlening in invoer marktdiensten

België	32,4%	31,3%	28,9%	96%	89%
EU-15	25,4%	26,1%		103%	
België % EU-15	128,0%	119,7%		94%	

Uitvoer¹ (milj. \$)

Zakelijke dienstverlening (incl. handelsgerelateerde activiteiten en operationele leasingdiensten)	12.227	17.578	22.799	144%	227%
Marktdiensten	37.696	56.166	78.895	149%	221%
Zakelijke dienstverlening / Marktdiensten	32,4%	31,3%	28,9%	96%	103%

Relatieve uitvoer zakelijke dienstverlening¹ (milj. \$)

België	12.227	17.578	22.799	144%	186%
BE; DE; ES; FR; IT; NL; UK; VS	194.123	300.978	392.665	155%	202%
België % EU7+VS	6,3%	5,8%	5,8%	93%	92%

Binnenlandse vraag (milj. €)²

Zakelijke dienstverlening	47.670	58.717	68.650	123%	144%
Marktdiensten	246.260	283.379	314.927	115%	128%
Zakelijke Dienstverlening / Marktdiensten	19,4%	20,7%	21,8%	107%	113%

Aandeel binnenlandse vraag zakelijke dienstverlening³

België	8,8%	9,4%	9,7%	107%	110%
BE+DE+FR+IT+NL+VS	8,3%	8,3%	8,6%	100%	104%
België % EU-25	106%	113,3%	113%	107%	106%

Binnenlandse vraag per inwoner

Zakelijke dienstverlening	4613	5603	6461	121%	140%
Marktdiensten	23.833	27.044	29.638	113%	124%
Zakelijke dienstverlening / Marktdiensten	19,4%	20,7%	21,8%	107%	113%

Binnenlandse vraag zakelijke dienstverlening (milj. €)

België	47.670	58.717	68.650	123%	144%
BE+DE+FR+IT+NL (EU5)	775.224	858.659	982.218	111%	127%
België % EU5	6,1%	6,8%	7,0%	111%	114%

Binnenlandse vraag per inwoner zakelijke dienstverlening (€)

België	4613	5603	6461	121%	140%
EU5	3404	3719	4225	109%	124%
België % EU5	135,5%	150,7%	152,9%	111%	113%

1 Geharmoniseerd concept EUROSTAT

2 X-M (nationaal concept NBB)

3 X/M (geharmoniseerd concept EUROSTAT)

4 Privésector

5 Gehele economie

Definitie en bronnen van de indicatoren

- *Aandeel van de sectoriële uitvoer*
Bijdrage van de uitvoer van de sector aan de totale uitvoer van marktdiensten (bron : OESO)
- *Handelssaldo*
Verhouding van de uitvoer tot de invoer in waarde (bron : OESO)
- *Indexcijfer van de afzetprijzen* (bron : fod Economie)
- *Werkgelegenheidsvolume*
Duizenden gewerkte uren in de sector (bronnen : interne berekening, NBB, EUKLEMS)
- *Kwalificatiegraad*
Aandeel van de geschoolden (hoger diploma) in de totale werkgelegenheid (bron : Enquêtes naar de arbeidskrachten)
- *Uurloonkosten*
Verhouding van de loonmassa tot het aantal gewerkte uren (bronnen : interne berekening, NBB, EUKLEMS)
- *Productiewaarde* (bronnen : NBB, EUROSTAT, EUKLEMS)
- *Toegevoegde waarde* (bronnen : NBB, EUROSTAT)
- *Intensiteit opleidingsinspanning*
Aandeel van de opleidingsuitgaven in de loonmassa (bron : sociale balansen van de Balanscentrale)
- *Intensiteit van de O&O-inspanning*
Aandeel van de O&O-uitgaven in de nominale toegevoegde waarde (bron : pod Wetenschapsbeleid)
- *Kapitaalintensiteit*
Hoeveelheid kapitaal per gewerkt uur (bronnen : FPB, EUKLEMS)
- *Bruto-investeringen in vast kapitaal*
Investeringen in miljoenen euro's (bronnen : FPB, EUKLEMS)

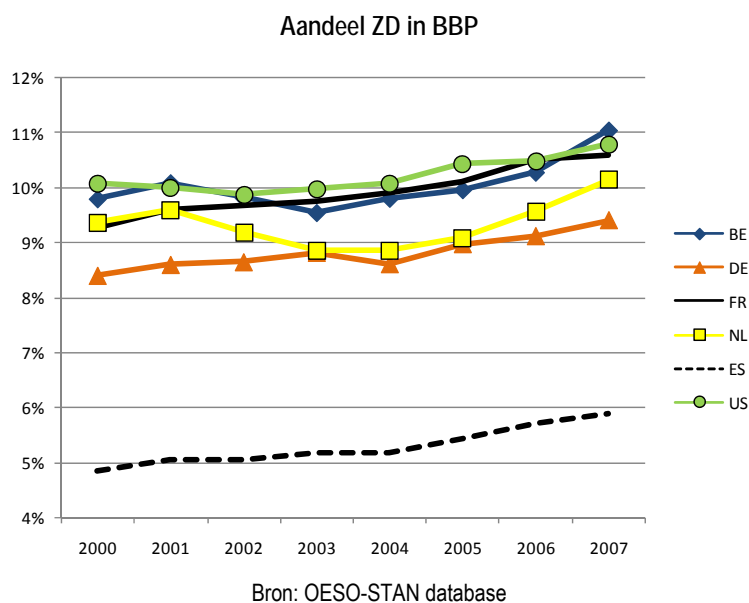
- *Gemiddelde vernieuwing van de kapitaalvoorraad*

Verhouding van de gemiddelde stroom van bruto-investeringen in vast kapitaal tot de gemiddelde voorraad vast kapitaal op 5 jaar (bronnen : NBB, FPB)

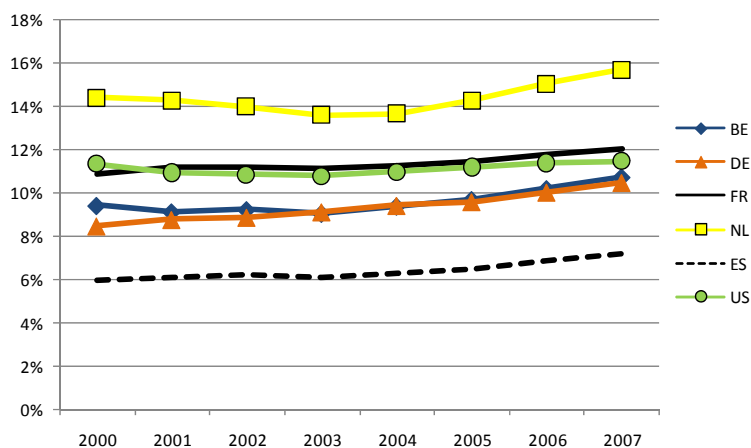
- *Intermediair verbruik (bron: NBB, EUKLEMS)*
- *Invoer (bron : OESO)*
- *Waarde van de binnenlandse vraag*

Productiewaarde – uitvoer + invoer (bronnen : interne berekening, OESO, Eurostat)

- *Uitvoer (bron : OESO)*

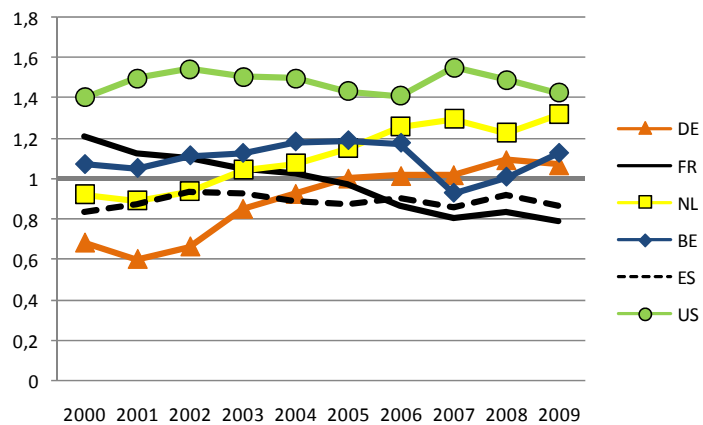


Aandeel ZD in totale tewerkstelling*



*Uitgezonderd zelfstandigen
Bron: OESO-STAN database

Dekkingsgraad (Export/Import) ZD*



* Het betreft categorie 273 van het 'Extended Balance of Payments Services Classification'
Bron: ITC - International Trade in Services Statistics

Bijdrage door uittreding, krimp, groei en toetreding aan de totale werkgelegenheidsevolutie tussen 1997 en 2005 naargelang de exportactiviteiten van de bedrijven

	Type	Uittreding	Inkrimping	Groei	Toetreding	Totaal
Zakelijke dienstverlening	Niet export	-20%	-9%	38%	29%	38%
	Export	-5%	-3%	21%	5%	19%
	Totaal	-25%	-12%	59%	34%	57%
Marktdiensten	Niet export	-14%	-7%	16%	19%	14%
	Export	-9%	-7%	20%	7%	11%
	Totaal	-23%	-14%	36%	26%	25%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen⁵⁶

Afname en toename van het aantal bedrijven tussen 1997 en 2005

Bedrijven	Uittreding	Inkrimping	Groei	Toetreding	Totaal
Zakelijke Dienstverlening	48%	17%	35%	58%	9%
Marktdiensten	44%	19%	37%	42%	-2%

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

Gemiddelde daling of stijging van de werkgelegenheid per onderneming door uittreding, inkrimping, groei en toetreding in de periode 1997-2005

Bedrijven	Uittreding	Inkrimping	Groei	Toetreding
Zakelijke Dienstverlening	-7	-10	24	8
Marktdiensten	-5	-8	10	6

Bron: VIO databank en eigen berekeningen

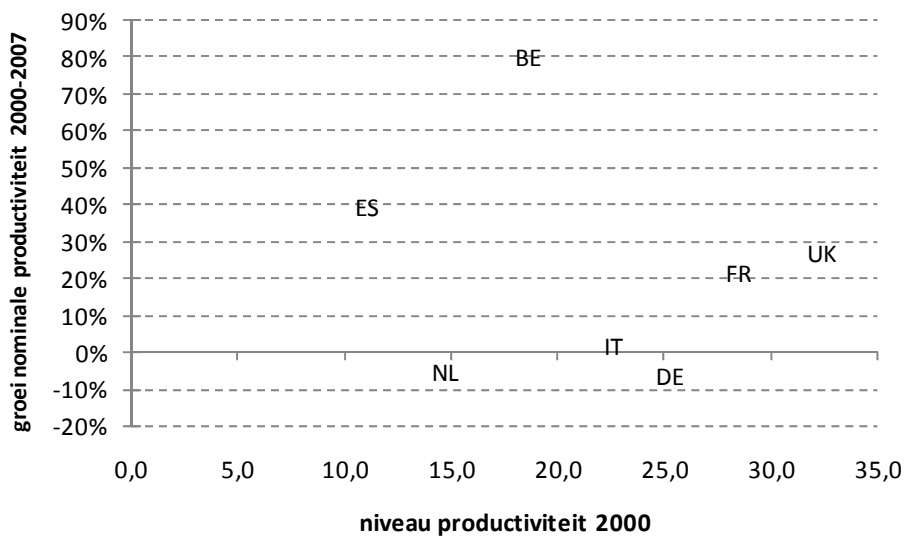
⁵⁶ Toetredende bedrijven, zijn in deze studie bedrijven die in de periode 1997-2005 voor de eerste keer tewerkstelling gegenereerd hebben en die in 2005 nog steeds werknemers hadden. Uittredende bedrijven zijn bedrijven waarvan de tewerkstelling in de periode 1997-2005 op nul valt en nul blijft over de verdere periode. Krimpnde bedrijven zijn bedrijven waarvan het aantal jobs in de periode 1997-2005 afneemt, terwijl groeiende bedrijven het aantal jobs zien toenemen. De groeibijdrage voor toetredende bedrijven wordt berekend door het aantal jobs gecreëerd door deze bedrijven in de periode 1997-2005 te delen door het totale aantal jobs in de sector in 1997. De andere categorieën worden op dezelfde manier berekend. De registratie van bedrijven gebeurt op basis van hun ondernemingsnummer. Een verandering van ondernemingsnummer als gevolg van een fusie of opsplitsing wordt hier dus geregistreerd als zowel uittreding als toetreding.

Werkgelegenheid binnen de subsectoren van de Belgische zakelijke dienstverlening op 31 december 2007

NACE	Werkgelegenheid		Aantal vestigingseenheden
	Aantal arbeidsplaatsen	% van sectorale tewerkstelling	
741 Advies en bijstand aan de bedrijfswereld	76.620	20,2%	13.187
7411 Rechtskundige dienstverlening	16.430	4,3%	4.221
7412 Accountants, boekhouders en belastingconsulenten	16.667	4,4%	3.769
7413 Markt- en opinieonderzoekbureaus	4.029	1,1%	470
7414 Adviesbureaus op het gebied van bedrijfsvoering en beheer	15.784	4,2%	2.956
7415 Beheersactiviteiten van holdings en coördinatiecentra	23.710	6,3%	1.771
742 Architecten, ingenieurs en aanverwante technische adviesbureaus	22.581	6,0%	2.982
743 Technische testen en toetsen	11.308	3,0%	505
744 Reclamewezen	8.749	2,3%	1.203
745 Selectie en terbeschikkingstelling van personeel	175.672	46,4%	2.846
74501 Personeelsselectie en plaatsing	42.955	11,3%	1.167
74502 Interimkantoren en tijdelijke tewerkstelling	131.163	34,6%	1.602
74503 Agentschappen voor fotomodellen, mannequins, hostessen e.d.	1.554	0,4%	77
746 Opsporing en beveiligingsdiensten	13.913	3,7%	168
747 Industriële reiniging	42.523	11,2%	1.491
748 Diverse dienstverlening hoofdzakelijk aan bedrijven	27.532	7,3%	2.911
74 Zakelijke dienstverlening	378.898	100,0%	25.293
Marktdiensten	980.357		84.123
Industrie	570.650		21.217

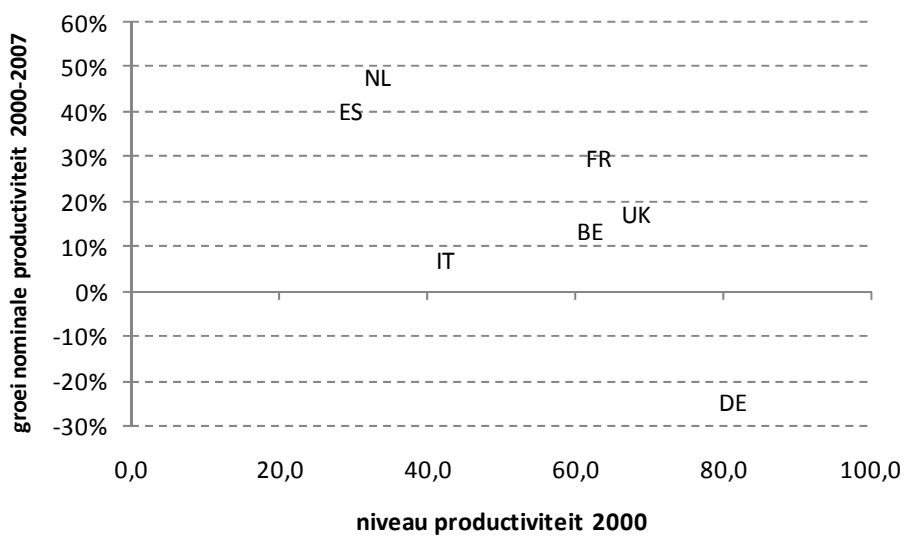
Bron: RSZ, gedecentraliseerde gegevens

Nominale TWP selectie en terbeschikkingstelling van personeel



Bron: EUROSTAT - Structural Business Statistics

Nominale TWP advies en bijstand aan de bedrijfswereld



Bron: EUROSTAT - Structural Business Statistics

Aandeel subsector 74E1, selectie en terbeschikkingstelling van personeel, in de totale uitgaven voor tewerkstelling

Nace	Aandeel 745 in uitgaven voor tewerkstelling*	
30	Kantoorcomputers en computers	17,4%
74F	Opsporings- en beveiligingsdiensten, industriële reiniging, en diverse dienstverlening aan bedrijven	16,9%
55	Hotels en restaurants	11,2%
16	Tabaksproducten	10,4%
74D	Reclamewezen	10,3%
93	Overige diensten	9,3%
20	Hout en producten van hout en kurk (exclusief meubelen), artikelen van riet en van vlechtwerk	8,7%
90	Afvalwater- en afvalverzameling en -verwerking	7,9%
15	Voedingsmiddelen en dranken	7,7%
71	Verhuur van machines, apparaten en werktuigen zonder bedieningspersoneel en van persoonlijke en huishoude	7,6%
63	Vervoerondersteunende activiteiten; reisbureaus	7,1%
36	Meubelen; overige goederen en producten n.e.g.	6,0%
61	Vervoer over water	5,6%
21	Pulp, papier en papierwaren	5,4%
25	Producten van rubber of kunststof	5,0%
33	Medische apparatuur en instrumenten, precisie- en optische instrumenten en uurwerken	4,7%
24	Chemische producten en synthetische of kunstmatige vezels	4,7%
29	Machines, apparaten en werktuigen n.e.g.	4,5%
26	Overige niet-metaalhoudende minerale producten	4,4%
34	Motorvoertuigen, aanhangwagens en opleggers	4,3%
22	Drukwerk en opgenomen media	4,3%
32	Radio-, televisie- en telecommunicatieapparatuur	4,2%
74B	Adviesbureaus inzake bedrijfsvoering en beheer, holdings...	4,2%
67	Ondersteunende diensten in verband met financiële instellingen	3,9%
50	Handel in en onderhoud en reparatie van motorvoertuigen en motorrijwielen; detailhandel in motorbrandstoffen	3,7%
45	Bouwnijverheid	3,6%
74C	Technisch advies, diensten van architecten en ingenieurs, technische testen en analyses	3,5%
92	Cultuur, sport en recreatie	3,5%
14	Andere delfstoffen	3,3%
31	Elektrische machines en apparaten n.e.g.	3,2%
35	Overige transportmiddelen	3,1%
52	Detailhandel, met uitzondering van de detailhandel in motorvoertuigen en motorrijwielen; reparatie van persoonli	3,1%
28	Producten van metaal, andere dan machines en apparaten	2,9%
10	Steenkool en bruinkool; turf	2,8%
17	Textiel	2,7%
72	Diensten in verband met computers	2,6%
13	Metaalertsen	2,5%
51	Groothandel en handelsbemiddeling, met uitzondering van de handel in motorvoertuigen en motorrijwielen	2,3%
85	Gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverlening	2,3%
27	Metalen in primaire vorm	2,2%
60	Vervoer te land en vervoer via pijpleidingen	2,0%
18	Kleding; bont	1,8%
66	Diensten van het verzekeringswezen en van pensioenfondsen, exclusief die op het gebied van verplichte sociale	1,6%
19	Leder en lederwaren	1,5%
65	Diensten van financiële instellingen, exclusief het verzekeringswezen en pensioenfondsen	1,5%
23	Cokes, geraffineerde aardolieproducten en splijt- en kweekstoffen	1,3%
91	Diensten van verenigingen n.e.g.	1,2%
64	Post en telecommunicatie	1,1%
40	Elektriciteit, gas, stoom en warm water	1,1%

* Uitgaven voor tewerkstelling worden hier berekend als intermediair verbruik uit Nace 74E1 + Beloning voor werknemers
Bron: Input-Output tabel voor 2005, Federaal Planbureau (2010)

Bijlage 2: De economische gevolgen van de dienstenrichtlijn in België

Teneinde het economisch en sociaal nut van de Dienstenrichtlijn te kunnen beoordelen, heeft Copenhagen Economics op vraag van de Europese Commissie een kwantitatieve studie uitgevoerd. Daarnaast heeft het Nederlandse Centraal Planbureau op eigen initiatief een gelijkaardige studie gedaan. Beide studies maken een simulatie van de economische effecten die de richtlijn teweeg zou kunnen brengen, met behulp van een analyse van het effect van de nieuwe regelgeving op de handels- en investeringsbarrières. Beiden hebben berekend dat de implementatie van de Dienstenrichtlijn zou kunnen leiden tot een positief effect op de Europese economie van 0,5 tot 1,5 % en op de werkgelegenheid van ongeveer 0,3% (ongeveer 600.000 arbeidsplaatsen in de EU). Voor België zou het effect volgens Copenhagen Economics iets lager zijn, terwijl het Centraal Planbureau een ruimer betrouwbaarheidsinterval voorziet (0,2 tot 2,4 %). In België zou dit zo'n 12.500 nieuwe arbeidsplaatsen kunnen creëren.

De resultaten van beide studies dienen echter kritisch benaderd te worden. Niet alleen waren de toegepaste onderzoeksmodellen vaak noodgedwongen eerder rudimentair, de studie werden ook uitgevoerd kort na de lancering van het eerste ontwerp van de richtlijn (de zgn. Bolkesteinrichtlijn). Ten eerste is de inmiddels goedgekeurde richtlijn minder vergaand dan het oorspronkelijke ontwerp. Zo is tengevolge van de massale kritiek het zogenaamde "land-van-oorsprongbeginsel" afgezwakt. Daarnaast is het toepassingsgebied van de goedgekeurde richtlijn beperkter.

Ten tweede bestaat de mogelijkheid dat lidstaten sinds 2003 hun regelgeving al hebben aangepast in de geest van de Dienstenrichtlijn. Dit is onder meer het geval voor België, waar een grote vereenvoudiging heeft plaatsgevonden rond de vestiging van ondernemingen (zoals de oprichting van de Kruispuntbank voor Ondernemingen en de Ondernemingsloketten) en daarnaast ook andere maatregelen van administratieve vereenvoudiging werden genomen. Het positief effect van de omzetting van de Dienstenrichtlijn op het BBP in België zal dan ook kleiner zijn dan geschat in 2003. Er zal dus wellicht een extra groei zijn van rond of onder 1% van het BBP.

Er kan worden vastgesteld dat drie grote categorieën van economische activiteit onder de werkingssfeer van de Dienstenrichtlijn vallen: de groothandel, de detailhandel en de handel in voertuigen; de bouwnijverheid en de zakelijke dienstverlening. De in de zakelijke dienstverlening actieve ondernemingen vertegenwoordigen 7,9% van de toegevoegde waarde van alle niet-financiële ondernemingen en 6,5% van de werkgelegenheid in voltijdse equivalenten.⁵⁷

Wat de professionele diensten (zoals boekhoudkundige diensten, juridische dienstverlening, architectuurdiensten en ingenieursdiensten) betreft, zijn de toegangsvoorwaarden in België minder streng dan in andere EU-landen, behalve voor het beroep van architect, waar de belemmeringen zich op middelmatig niveau bevinden. Hoewel de tabel de indruk geeft dat in 2008 de regelgeving voor juridische dienstverlening verscherpt is, zou dit te wijten zijn aan een fout in de gegevens van de OESO, waarin ten onrechte werd geregistreerd dat de studies van 5 tot 6 jaar werden verlengd.⁵⁸

De implementatie van de Dienstenrichtlijn zal wellicht slechts een zeer beperkt effect uitoefenen op de belemmering in de zakelijke dienstverlening. Voor de toegang tot een dergelijk beroep is vaak een specifiek diploma of het volgen van een stage vereist. Deze vereisten worden meestal opgelegd om redenen van algemeen belang en worden niet in vraag gesteld door de Dienstenrichtlijn.

Wat betreft de invloed van de Dienstenrichtlijn op de aanwezigheid van Belgische ondernemingen op andere Europese markten, blijkt uit de simulaties in de studie dat het effect eerder gering zal zijn. Het effect zal wel het grootste zijn in de informaticasector en de zakelijke dienstverlening. Ondernemingen in deze sectoren kunnen immers gemakkelijker diensten op afstand leveren dan bijvoorbeeld bouwondernemingen, waar een verplaatsing van de dienstverlener of de detachering van werknemers de dienstverlening in het buitenland bemoeilijken. Het zijn vooral deze opportuniteiten die de ZD in België extra impulsen kan bezorgen. Een sensibiliseringsprogramma zou in dit verband bijzonder nuttig kunnen zijn.

⁵⁷ Voor de tabel, zie pagina 56 van "De economische gevolgen van de Dienstenrichtlijn in België: een verkenning", http://www.nbb.be/doc/ts/publications/directive_services091215NI.pdf

⁵⁸ Zie tabel pagina 73.

Bibliografie

ALAJÄÄSKÖ, Pekka (2008), *Main features of the EU-27 services sector*, Eurostat rapport 78/2008, Luxemburg, 7 blz.

BAKER, Paul (2007), "The Impact of Business-Services Use on Client Industries: Evidence from Input-Output Data", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 97-115.

BERTE, Katrien (2010), *Reclame in een digitaal medialandschap: Uitdagingen, knelpunten en opportuniteiten voor reclame op interactieve digitale televisie*, doctoraal proefschrift aan de universiteit van Gent, blz. 57-102; 196-205.

BROUTHERS Keith D. en Lance Eliot BROUTHERS (1997), « Explaining National Competitive Advantage for a Small European Country: a Test of Three Competing Models », *International Business Review* Vol.6, No.1, pp. 53-70.

BRYSON, John R. en P.W. DANIELS (2007), "A Segmentation Approach to Understanding Business and Professional Services in City-regions: Shifting the Horizon Beyond Global Cities", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 251-262.

CAMACHO, José A. en Mercedes RODRIGUEZ (2007), "Integration and Diffusion of KIS for Industry Performance", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 128-143.

CENTRALE RAAD VOOR HET BEDRIJFSLEVEN SECRETARIAAT (CRB) (2011), *Studie over het concurrentievermogen van de Belgische chemische industrie, life sciences en rubber- en kunststofverwerkende industrie* CRB 2011-0064, Brussel, CRB, 97 blz., URL: <<http://www.ccecrb.fgov.be/txt/nl/doc11-64.pdf>>

LAMBRECHTS, Cindy (2003), *Reclamesector*, studie uitgevoerd voor CEVORA, Brussel, 42 blz.

DINAN, William en Erik WESSELIUS (2010), "Brussels – a Lobbying Paradise?", in Helen BURLEY, William DINAN, Kenneth HAAR, Olivier HOEDEMAN en Erik WESSELIUS (reds.) (2010), *Bursting the Brussels Bubble*, Brussel, Alter-EU, blz. 23-32., URL: <<http://www.alter-eu.org/book/bursting-the-brussels-bubble>>

EC (1998), *De bijdrage van zakelijke-dienstverleningsbedrijven tot het prestatievermogen van het bedrijfsleven : een gemeenschappelijk beleidskader*, Brussel, 28 blz.

EC (2004a), *Business-related services: a key driver of European competitiveness. An enhanced economic analysis*, Enterprise DG Working Paper, 84 blz.

EC (2004b), *Electronic Business in the Business Services Sector: Key issues, case studies, conclusions*, e-Business W@tch sector Report: No. 09-11, August 2004, Berlin/Brussels, 80 blz., URL: <http://www.ebusiness-watch.org/studies/sectors/business/documents/Business_2004_II.pdf>

ECB (2006), *Competition, Productivity and Prices in the Euro Area Services Sector*, Occasional Paper Series No 44/ April 2006, Frankfurt am Main, 139 blz., URL: <http://ssrn.com/abstract_id=807418>

DAHL, Stephan (2004), *Cross-Cultural Advertising Research: What Do We Know About the Influence of Culture on Advertising?*, Middlesex University Discussion Paper No. 28, 28 blz., URL: <<http://ssrn.com/abstract=658221>>

DE MOOIJ, Marieke (2010), *Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes*, Londen, Sage Publications, blz. 1-44.

DELMOTTE, Jeroen en Luc SELS (2005), *HR-outsourcing: kans of bedreiging?*, 79 blz.

FLORIDA, Richard en Irene TINAGLI (2004), *Europe in the Creative Age*, gepubliceerd in samenwerking met DEMOS, 48 blz., URL: <<http://www.demos.co.uk/files/EuropeintheCreativeAge2004.pdf?1240939425>>

GEVERS, Ann en Anneleen PEETERS (2006), *Wervingsbeleid en werknemersstromen in beeld*, Brussel, studie van IDEA Consult uitgevoerd in opdracht van Federgon, 97 blz.

HÖLZL, W., REINSTALLER, A. en P. WINDRUM (2007), "Organizational Innovation, Information Technology, and Outsourcing to Business Services", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 177-192.

HORSKY, Sharon, MICHAEL, Steven C. en Alvin J. SILK (2008), *The Internalization of Advertising Services: An Inter-Industry Analysis*, 43 blz., URL: <<http://ssrn.com/abstract=1171022>>

HOWELLS, J., TETHER, B.S., en E. UYARRA (2007), "Innovation in Business Services: From Technological Adoption to Multiple, Complementary, Concurrent Changes", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 144-162.

IDEA Consult (2010), *Uitzendkrachten in 2009: profiel en tevredenheid*, studie uitgevoerd in opdracht van Federgon, 177 blz., URL: <http://www.federgon.be/fileadmin/MEDIA/Publicaties/NL/Profiel_UZK_2009/Uitzendkrachten_in_2009_volledig_rapport.pdf>

KOX, Henk en Arjan LEJOUR (2007), "The European Internal Market for Business Services: No Open Borders Yet", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 231-250.

KOX, Henk en Luis RUBALCABA (2007), *Analysing the Contribution of Business Services to European Economic Growth*, BEER paper n°9, Februari 2007, 57 blz., URL: <<http://www.coleurop.be/content/studyprogrammes/eco/publications/BEER/BEER9.pdf>>

KOX, Henk, VAN LEEUWEN, George en Henry VAN DER WIEL (2007), "Market Structure, Productivity and Scale in European Business Services", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 195-212.

KOX, Henk, VAN LEEUWEN, George en Henry VAN DER WIEL (2010), *Competitive, but too small-productivity and entry-exit determinants in European business services*, CPB Discussion Paper, juli 2010, 31 blz. URL: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/24389/1/MPRA_paper_24389.pdf

LEIPONEN Aija (2007), "The Impact of Contractual Arrangements on Innovation in Knowledge-Intensive Business Services", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 163-176.

MAENHOUT, Tine, DE VOLDERE Isabelle, ONKELINCX Jonas, SLEUWAEGEN Leo (2006), *De creatieve industrie in Vlaanderen economisch doorgelicht*, Flanders DC en Vlerick Leuven Gent Management School, december 2006, pp. 63-69, URL: http://www.vlaamsparlement.be/vp/informatie/diensteuropa/pdf/flandersdc_summary_creatieveindustrie_vlaanderen.pdf.

MILES, Ian (2007), "Business Services and Their Users: A Literature Review", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 39-61.

OESO (2006), *Innovation and Knowledge-Intensive Service Activities*, Parijs, 179 blz.

PILAT, Dirk (2007), "Productivity in Business Services", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 62-73.

PORTER, Michael (1993), *L'avantage concurrentiel des nations*, InterEditions, Paris, 884 blz.

QUADRANI, Alexia en Tim NOLLEN (2009), *Advertising and Marketing Services*, studie van J.P. Morgan, 123 blz.

RUBALCABA, Luis en Desirée VAN WELSUM (2007), "Globalization and Global Sourcing in Business Services", in Henk KOX en Luis RUBALCABA (reds.) (2007), *Business Services in European Economic Growth*, New York, Palgrave Macmillan, blz. 213-230.

SILK, Alvin en Ernst BERNDT (2003), "Scale and Scope Economies in the Global Advertising and Marketing Services Business", *Harvard Business School Marketing Research Papers*, No. 03-10, September 2003, 53 blz., URL: <http://ssrn.com/abstract=462240>

VANDERMOTTEN, Christian, LECLERCQ, Els, CASSIERS, Tim en Benjamin WAYENS (2009), *Citizens' forum of Brussels. The Brussels Economy*, Brussels Studies : Synopsis nr. 7, 12 blz.

VAN DEN BERGHE, Wouter (2007), *Dynamiek en groei. Ontwikkelingen op de arbeidsmarkt en in het HR-beleid*, Brussel, studie van Tilkon uitgevoerd in opdracht van Federgon, 26 blz.

VON NORDENFLYCHT, Andrew (2009a), *Firm Size and Industry Structure under Human Capital Intensity: Insights from the Evolution of the Global Advertising Industry*, 38 blz., URL: <http://ssrn.com/abstract=1407334>

VON NORDENFLYCHT, Andrew, (2009b), *What is a Professional Service Firm? Towards a Theory and Taxonomy of Knowledge Intensive Firms*, Vancouver, 42 blz., URL: <http://ssrn.com/abstract=1407347>