

# Stijgende lijn in omzet reinigingsmiddelen en -machines

‘Na enkele povere jaren mogen we een licht gevoel van tevredenheid hebben’, concludeert Ruud Smulders, voorzitter van de NVZ-Nifim, de vereniging van leveranciers van professionele reinigingssystemen. De vereniging die dit jaar 60 jaar wordt, zag de omzet van reinigingsmachines, hulpmaterialen en reinigingsmiddelen van haar leden in 2007 stijgen naar respectievelijk 48, 45 en 126 miljoen euro. **PETRA DE BRUIN**

Jaarlijks doen de circa 60 leden van de Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten, sectie professionele reinigingsmachines, verenigd in de Nifim, opgave van hun omzet. De omzetcijfers over 2007 zijn net ontvangen als NVZ-Nifim-voorzitter *Ruud Smulders* en coördinator Verenigingszaken *Marlies Verlinde* deze presenteren: ‘Gezien de conjunctuur hadden we een plus verwacht in machines en hulpmiddelen.’

En die plus is er zeker: in 2007 was de totaalomzet van de NVZ-Nifim-leden in reinigingsmachines, hulpmaterialen en reinigingsmiddelen 219 miljoen euro tegen 209 miljoen euro in 2006 en 201 miljoen euro in 2005. In percentages uitgedrukt: een groei van bijna 8 procent in de omzet machines ten opzichte van 2006, een groei van 8 procent in omzet hulpmaterialen en een groei van 3 procent in omzet van reinigingsmiddelen.

## Machines en materialen

‘Al een paar jaar ligt de groei van reinigingsmachines rond de 4 procent. Er zit een inflatoir element in, maar in 2007 is er ook sprake van volumegroei. Want we hebben te maken met een ge-



middeld dalend prijsniveau, dus relatief zijn er meer machines verkocht om 48 miljoen euro omzet te bereiken. De retail zorgde hier met name voor, doordat supermarkten investeringen die waren uitgesteld door de prijenslag nu alsnog doen’, verklaart Smulders. Dat de omzetgroei van hulpmaterialen van 16,8 procent in 2006 naar 8,4

procent in 2007 daalt, kan de NVZ-Nifim-voorzitter ‘niet helemaal verklaren’, de omzet in geld groeide van 41 naar 45 miljoen euro.

Waar microvezelmateriaal eerst voor een groei in hulpmaterialen zorgden, lijkt de omzet daarin nu stabiel. ‘Een mooi systeem, dat de bestaande systemen versterkt’, aldus Smulders. »

	2005	2006	2007
reinigingsmachines	43	45	48
hulpmaterialen	36	41	45
reinigingsmiddelen	122	123	126
<b>totaal in miljoenen euro's</b>	<b>201</b>	<b>209</b>	<b>219</b>

Tabel 1. Totaalomzet NVZ-Nifim-leden over 3 jaar

	2005	2006	2007
handenreiniging	21	21	21
keukenhygiëne	54	53	59
vloeronderhoud	22	22	21
algemeen onderhoud	25	27	25
<b>totaal in miljoenen euro's</b>	<b>122</b>	<b>123</b>	<b>126</b>

Tabel 2. Omzet reinigingsmiddelen NVZ-Nifim-leden over 3 jaar

	2006	2007
reinigingsmachines	4,0%	7,7%
hulpmaterialen	16,8%	8,4%
reinigingsmiddelen:	0,9%	3,2%
handenreiniging	-2,9%	3,0%
keukenhygiëne	-1,3%	12,0%
vloeronderhoud	-1,3%	-5,2%
algemeen onderhoud	8,5%	-6,9%

Tabel 3. Percentuele af-/toename omzet over 2 jaar

	2005	2006	2007
reinigingsmachines	100	104	112
hulpmaterialen	100	117	127
reinigingsmiddelen:	100	101	104
handenreiniging	100	97	100
keukenhygiëne	100	99	111
vloeronderhoud	100	99	94
algemeen onderhoud	100	109	101

Tabel 4. Index over 3 jaar (2005 = 100)

### Middelen

De omzet van reinigingsmiddelen is onderverdeeld in vier soorten: handenreiniging, keukenhygiëne, vloeronderhoud en algemeen onderhoud. Deze vier genereerden in 2007 een omzet van 126 miljoen euro tegen 123 miljoen euro het jaar ervoor.

Smulders hierover: 'De markt van handenreinigingsmiddelen is vrij stabiel van aard. Dus daarin zien we geen echte uitschieters in de omzet over 2007 in vergelijking tot die over 2006.

Voor keukenhygiëne – dus de middelen voor reiniging en desinfectie van werkoppervlakten, vaatwasmachines, vloeren en apparatuur – geldt dat we 'de wind mee hebben'. Het groeiend besef van het belang van voedselveiligheid speelde vorig jaar met name een belangrijke rol in de gestegen omzet. Intertijd zorgde HACCP voor een doorbraak in omzet.'

De omzet van de NVZ-Nifim-leden in keukenhygiëne genereren zij voornamelijk in de institutionele sector zoals ziekenhuizen en zorgcentra, maar ook

in de horeca- en hospitality-branche. 'De budgetdruk in de zorg is duidelijk voelbaar. Anderzijds zien we een groei in omzet in de hospitality-sector.'

De twee andere categorieën onder reinigingsmiddelen – vloeronderhoud en algemeen onderhoud – laten een kleine dalende trend zien. De oorzaak? 'NVZ-Nifim-leden leren afnemers te doseren. Daarnaast zijn de producten en systemen duurzamer geworden, waardoor de onderhoudsfrequentie omlaag kon worden gebracht. Een beschermingslaag op een vloer houdt nu bijvoorbeeld langer dan vroeger. Bovendien stimuleert de branche het gebruik van gesloten doseersystemen om daarmee ook de risico's in het gebruik voor de schoonmaakmedewerker te beperken.', legt coördinator Verenigingszaken Verlinde uit.

### Ontwikkelingen

Wat zijn trends op de markt van leveranciers van professionele reinigingssystemen? Verlinde: 'In de branche worden tal van initiatieven op het gebied van duurzaam ondernemen genomen. Eigenlijk zijn we al jaren bezig met maatschappelijk verantwoord ondernemen. We hebben daartoe als Europese vereniging het Charter voor duurzaam schoonmaken opgesteld,





Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten

De Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten (NVZ) is de brancheorganisatie van fabrikanten en importeurs van was- en reinigingsmiddelen.

De NVZ heeft (zeer) grote, middelgrote en kleine leden (zo'n 60 procent is mkb'er), die actief zijn op de consumenten- en professionele markt. NVZ vertegenwoordigt in Nederland voor beide markten een omzet van circa 685 miljoen euro (af-fabrieksprijs 2007). Driekwart hiervan is de consumentenmarkt en ongeveer een kwart de professionele markt.

NVZ heeft vier secties die zich richten op de deelgebieden:

- » consumentenproducten
- » professionele reinigingssystemen (NVZ-Nifim)
- » desinfectiemiddelen (NVZ-Nedefa)
- » leden behorend tot het midden-en kleinbedrijf (NVZ-producenten)

De vereniging is in 1948 opgericht om de belangen van de leden te behartigen bij onder andere de Nederlandse overheid. Inmiddels richt de NVZ zich ook op de Europese Unie en vele andere wetgevende en adviserende organen op nationaal en internationaal niveau.

waarbij we kijken naar milieu, mensen én munten. We betrekken daarbij de hele levenscyclus van het product: van productie tot afvalfase, en hebben bijvoorbeeld gebruikersinformatie verbeterd. Wij zijn er namelijk van overtuigd dat het lifecycle-principe op de lange duur meer effect heeft.'

In het kader van ontwikkelingen op de markt merkt Smulders op: 'Grote zorg is de kostenontwikkeling van grond-

stoffen. De afgelopen jaren zijn de prijzen van grondstoffen al aanzienlijk gestegen, en die stijgingen konden niet worden doorberekend aan de klant. De opkomst van China is een andere zorg. Je ziet een productieverhuizing, want China is bereid meer te betalen voor grondstoffen. NVZ-leden willen daarentegen niet enkel volstaan met het afleveren van een pallet met producten. Ze willen ook de kennis voor verantwoord werken met producten overbrengen.'

De voorzitter kan toch afsluiten met een positief geluid: 'Als industrie mogen we een licht gevoel van tevredenheid hebben. Ik verwacht dat ook voor 2008.'

#### Meer informatie:



www.nvz.nl of bezoek het congres 'De winst van duurzaam ondernemen' tijdens de ISSA/Interclean, op woensdag 7 mei van 10.00 tot 12.30 uur in Amsterdam RAI



### NVZ en duurzaam ondernemen

Was- en reinigingsmiddelen moeten veilig zijn voor mens en milieu.

De NVZ-leden zetten zich hiervoor in en bieden producten en systemen aan die werkzaam, veilig en duurzaam zijn. Daartoe is er het Charter voor duurzaam schoonmaken. Kenmerkend voor het Charter zijn de drie pijlers: P: planet (milieu), people (mens) en profit (winst). Daarnaast is er gekozen voor de uitgangspunten:

- » levenscyclusbenadering
- » voortdurende verbetering op bedrijfsniveau
- » transparantie
- » onafhankelijke controle.

Het Charter voor duurzaam schoonmaken richt zich op de hele productcyclus: van de keuze van grondstoffen voor een product en de productie ervan, tot de fasen van het gebruik en afvalverwerking, de *levenscyclusbenadering*.

Het Charter is geen productkeurmerk (stempel van goedkeuring op een product). Het systeem is actief op bedrijfsniveau, met managementprocessen waarvoor de *Charter Sustainability Procedures (CSP's)* zijn vastgesteld. Als de bedrijven de CSP's in hun managementsystemen gaan invoeren, zullen die op den duur bijdragen tot algehele verbetering van de *Essentiële Prestatie-Indicatoren (EPI's)*: de normen die de jaarlijkse vooruitgang van bedrijven meetbaar maken.

Uiteindelijk leidt de Charter-aanpak tot winst voor mens en milieu. Bijvoorbeeld: een betere veiligheidsinformatie voor de klant en de consument, een lager energie- en waterverbruik, minder afval en minder verpakkingen en een betere sociale en economische omgeving.

