

# Communicatie en overleg met de klant wint aan belang

9 op 10 schilders markeren de oneerlijke concurrentie als reële bedreiging voor het eigen voortbestaan

Bouwunie onderwierp de leden-schildersbedrijven aan een onderzoek om net zoals in vorige jaren te peilen naar hun zorgen, aandachtspunten en opportuniteiten. Dit laat ons toe evoluties te schetsen en veranderingen beter te duiden. 202 schilders-decorateurs vulden de vragenlijst in.

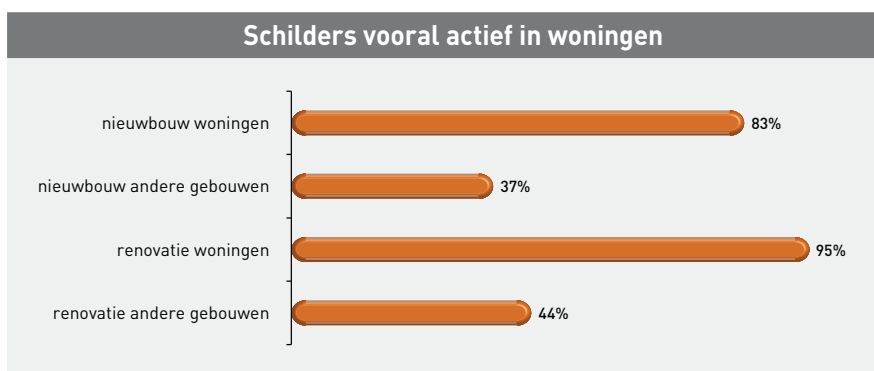
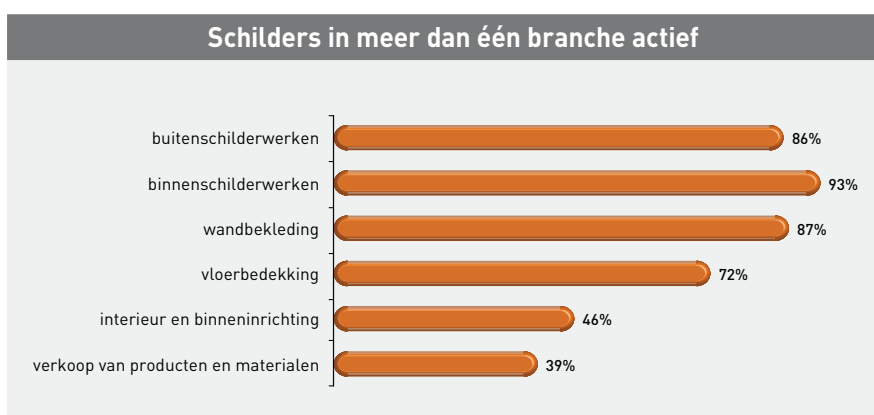
Bijna alle ondervraagden zijn in meer dan één marktsegment actief. Binnen- en buitenschilderwerken en het plaatsen van wandbekleding behoren tot bijna ieders activiteitenlijstje. De meeste bedrijven zijn actief in woningen, sowieso voor renovatiewerken maar meestal ook in de nieuwbouw. Iets minder dan de helft van de schildersbedrijven voert werken uit in niet-woongebouwen zoals kantoren, winkels, ...

Wanneer we vragen naar het belang van de renovatie- en de nieuwbouwmarkt in hun omzet, antwoordt 6 op 10 dat renovatiewerken goed zijn voor meer dan 75% van de omzet. Weinig ondervraagde schildersbedrijven zijn (bijna) uitsluitend actief in de nieuwbouw. 35% haalt tussen de 25 en de 75% van zijn omzet uit werken in nieuwe woningen en gebouwen. Bij 63% is dat minder dan 25%.

46% van de schilders werkt (al eens) met onderaannemers. Omgekeerd werkt 30% zelf (al eens) in onderaanneming voor een hoofdaannemer.

## Meer schilders met voldoende werk

Het gros van de ondervraagde schildersbedrijven heeft momenteel voldoende werk.



10% heeft zelfs te veel om handen met de huidige bezetting en bedrijfsorganisatie. 16% heeft te weinig werk. Dat is nog altijd (té) veel, maar toch beduidend beter dan begin 2014 toen maar liefst één op vier onvoldoende opdrachten had.

25% van de schildersbedrijven geeft aan dat de orderboekjes gegroeid zijn (d.i. nu meer en/of grotere opdrachten) ten opzichte van dezelfde periode van vorig jaar terwijl eenzelfde percentage spreekt van een inkrimping.

De meeste schildersbedrijven (84%) hebben een volgeboekte agenda voor minstens de volgende twee maanden (vorig jaar was dat 83%). 22% heeft nog voor 6 maanden werk (vorig jaar was dat 29%).

74% geeft aan met winstgevendende prijzen te werken (vorig jaar was dat 67%). De rest zit in de gevarenzone. Ze draaien break-even of zelfs met verlies (2%).

81% van de werkgevers heeft enkel arbeiders in dienst. 18% zowel arbeiders als

bedienden en 1% enkel bedienden. 42% heeft de jongste weken een beroep moeten doen op het systeem van de tijdelijke werkloosheid. Meestal omwille van te weinig werk. Bij 31% omwille van het weer. 46% geeft aan nu meer tijdelijke werkloosheid te moeten invoeren dan in voorgaande jaren. Bij 11% is dit minder.

5% heeft mensen moeten ontslaan (vorig jaar was dat nog 13%). Bij 6 op 10 is dit om economische redenen (te weinig werk). Bij de anderen omdat de betrokkene niet voldeed of zelf is vertrokken.

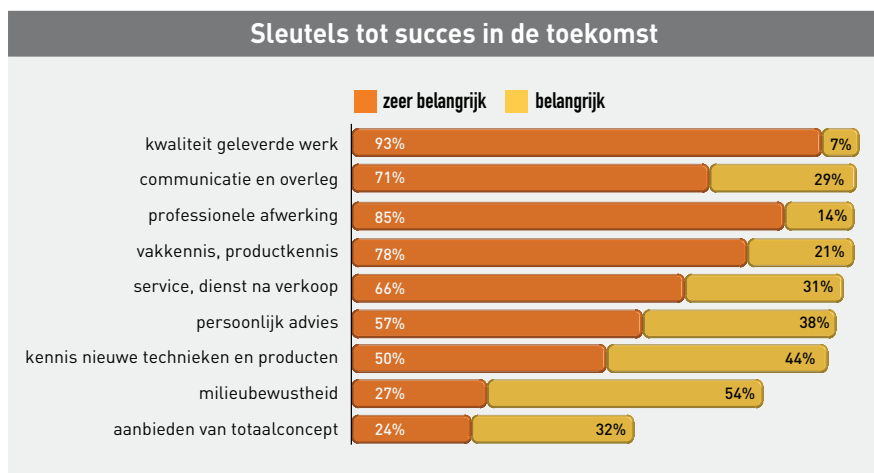
### Oneerlijke concurrentie moet er uit!

De concurrentie in de sector is nog altijd bikkelaar. En dan gaat het niet zozeer om de concurrentie van zwartwerkers en bijklussers, maar vooral om de vele buitenlanders die hier actief zijn, als zelfstandige of in onderaanneming, en dit vaak op oneerlijke wijze.

61% van de schilders kreeg al aanbiedingen van bedrijven of personen die schilderwerken aanbieden aan dumpingprijzen of die hen goedkope werkkrachten aanbieden. Dat is ontzettend veel en deze malafide praktijken stoten de schilders serieus tegen de borst!

De concurrentie staat dan ook met stip op één op de lijst van grootste bedreigingen voor het eigen bedrijf en de sector in het algemeen. 87% van de schildersbedrijven hekelt de concurrenten die onder de prijs werken en 90% ziet zich serieus bedreigd door de toenemende oneerlijke concurrentie en het zwartwerk in zijn diverse vormen.

Ook de hoge kosten, zowel de algemene als de loonkosten, gooien hoge ogen. Dan volgen de te zware administratie en de toevloed van onduidelijke wetgeving. De werknemers-gerelateerde problemen zoals het tekort aan werkkrachten en het ondermaatse onderwijs die traditioneel ook hoog scoren, worden net als vorig jaar als minder nijpend ervaren om de simpele reden dat er



nu weinig vacatures zijn. Het grote aantal slechte betalende en het soms moeilijk gefinancierd krijgen van de bedrijfsactiviteiten sluiten het lijstje met bedreigingen af.

### Vakman kan het verschil maken met kwaliteit maar ook met een open en eerlijke communicatie naar de klant toe

Om het succes van de schildersbedrijven te verzekeren, zullen kwaliteit, professionalisme en vakkennis alleen maar aan belang winnen, zo luidt het unisono. Opvallend is wel dat de schilders communicatie en overleg met de klant veel meer dan vroeger als broodnodig inschatten om het verschil te maken. De schilder merkt dat de klant mondiger en beter geïnformeerd is. Dat betekent dat de schilder goede afspraken moet maken met de klant. Klantvriendelijkheid, meedenken met de klant, gericht advies geven, soepelheid, snelheid van het werk, goede opvolging,... allemaal aan-

dachtspunten voor de moderne schilder. Communicatie stijgt dan ook 2 plaatsen op het lijstje met sleutels tot succes.

Vakkennis veronderstelt ook dat de schilder op de hoogte is en blijft van nieuwe technieken en producten. Opleiding en bijscholing zijn dus erg belangrijk.

Al deze troeven bieden de schilder als vakman de enige meerwaarde ten opzichte van de concurrentie. Ze spelen deze dan best ook ten volle uit. ●



Anja Larik,  
ECONOMISCH ADVISEUR BOUWUNIE