



samenwerking
beroepsonderwijs
bedrijfsleven
maakt werk van praktijkleren



FEDERATIE
GOUD|ZILVER

Arbeidsmarktverkenning ten behoeve van de Juweliers

Eindrapport voor de Federatie Goud en Zilver
en het Expertisepunt specialistisch vakmanschap

8 september 2023
K. Hagens k.hagens@rijnlandadvies.nl
S. de Boer
S. Koopman

Kenmerk: R023010-2

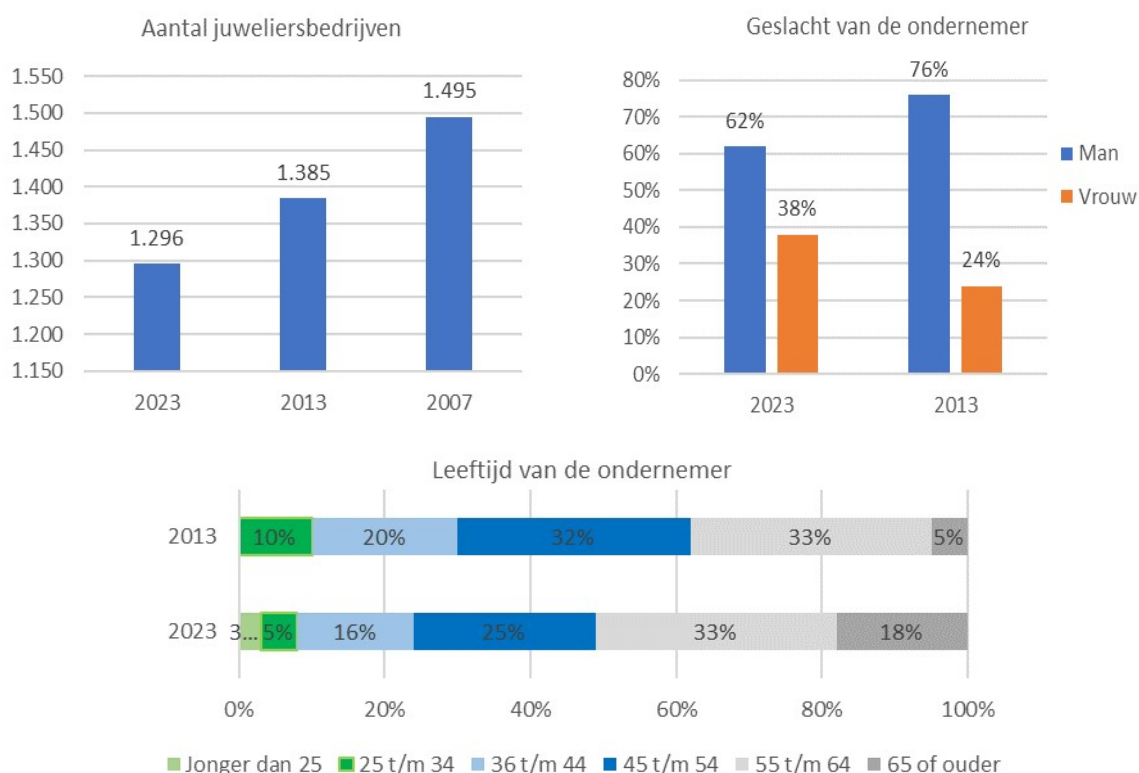
Inhoud	pagina
Samenvatting	1
1. Inleiding	12
1.1 Achtergrond	12
1.2 De werkwijze	12
1.3 Respons en statistische betrouwbaarheid	13
1.4 Dit rapport	13
2. Profiel van de bedrijven en de ondernemers	15
2.1 Profiel van de bedrijven	15
2.2 Profiel van de ondernemers	19
3. Werkgelegenheidsaspecten	21
3.1 De werkgelegenheid	21
3.2 Kenmerken van de werknemers	22
3.3 Functies van werknemers	24
3.4 Instroom van personeel	25
3.5 Uitstroom van personeel	27
3.6 Vacatures	30
3.7 Doorstroom van personeel	32
4. De vakopleidingen	33
5. De behoefte aan opleidingen voor medewerkers	36
6. De omzet	37
7. Bedrijfsvoering	39
7.1 Communicatie en social media	39
7.2 Bedrijfsmatige ontwikkelingen	41
7.3 Verzekeringen van ZZP-ers	43
8. Ontwikkelingen in het vak	45
8.1 Werkzaamheden die in de toekomst belangrijker gaan worden	45
8.2 De belangrijkste ontwikkelingen in de juweliersbranche	46
9. De visie van deskundigen op de opleidingen	47
9.1 Oordeel over de inhoud van de opleidingen; taken, kennis en vaardigheden	47
9.2 Oordeel over de uitvoering van de opleiding	48
9.3 Oordeel over de kwaliteit van de gediplomeerden	49
9.4 De wenselijkheid van certificaten	50
9.5 Trends in het vak en de wenselijkheid om deze in de vakopleiding te behandelen	51
9.6 Loopbanen	53
9.7 Invulling van de marketing- en communicatiefuncties	53
9.8 Gevolgen van certificering/selectieve distributie door merken	54
Bijlage 1. De geraadpleegde deskundigen	55

Samenvatting

Profiel van de bedrijven en de ondernemers

De branche omvat in 2023 circa 1.296 bedrijven. Het aantal bedrijven is sinds 2013 licht afgenomen (-89 ofwel -6,4%). Het bedrijvenbestand bestaat voor 76% uit detailhandelsgerichte juweliers en voor 24% uit juweliers met nevenactiviteiten. Bijna alle bedrijven houden zich bezig met het verkopen van sieraden met en zonder diamant en trouwringen en met reparatie van sieraden. Een groot deel (89%) verkoopt ook horloges en repareert uurwerken (79%).

In 2023 is bijna tweederde (62%) van de ondernemers man en is 38% van de ondernemers vrouw. Onder de juweliers met nevenactiviteiten is het aandeel vrouwelijke ondernemers groter dan onder de detailhandelsgerichte juweliers (55% versus 33%). Het aandeel van vrouwen onder de ondernemers is sinds 2013 gegroeid.



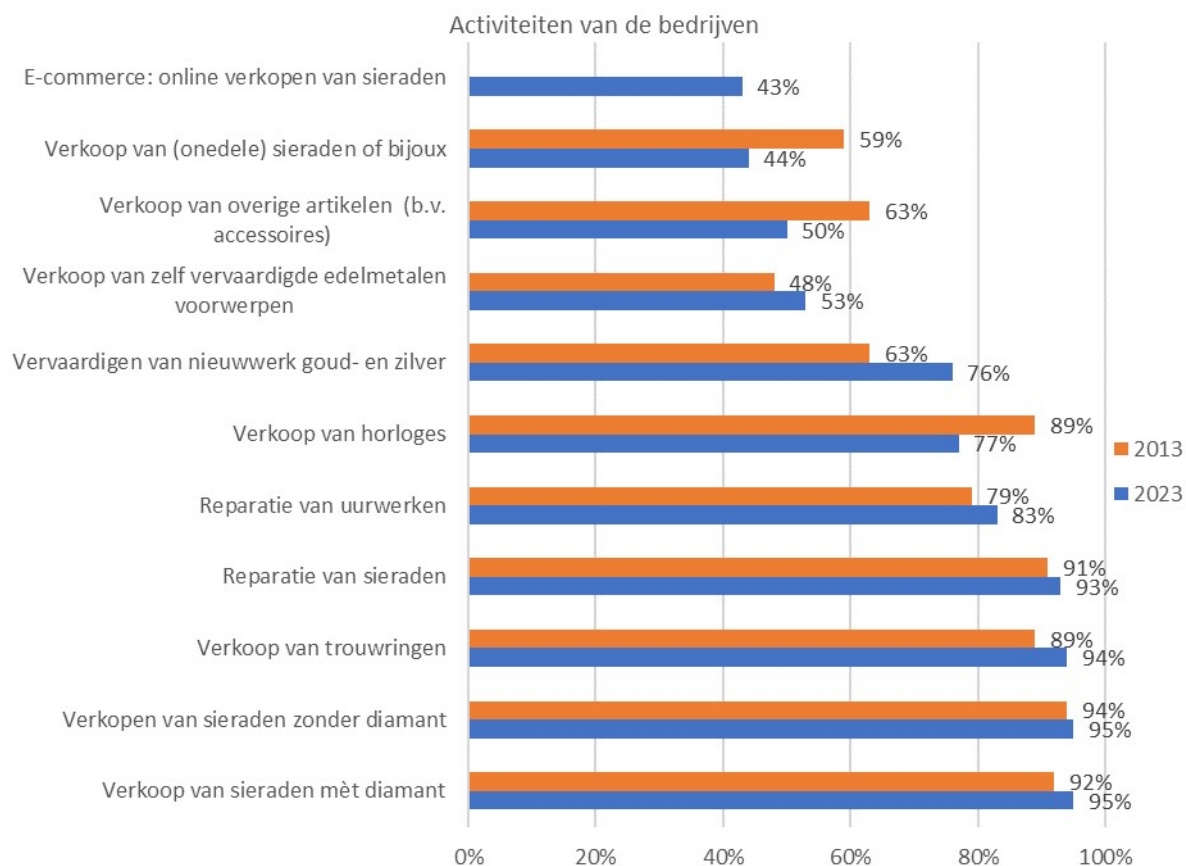
Het aandeel van ondernemers van 65 jaar of ouder is toegenomen van 5% in 2013 naar 18% in 2023. Ruim de helft van de ondernemers (58%) is 45 tot en met 64 jaar.

42% van de ondernemers heeft een mbo-vakopleiding bij de Vakschool gevolgd. Onder de juweliers met nevenactiviteiten is het aandeel met een vakdiploma groter dan onder de detailhandelsgerichte juweliers (52% versus 39%).

De meeste juweliers (80%) vallen onder de CAO Detailhandel in juwelierswaren. Een klein deel van de ondernemingen (6%) valt onder de CAO voor het Goud- en zilversmidsbedrijf. Een derde van de ondernemingen (35%) betaalt salarissen op het niveau dat in de CAO wordt aangegeven. De helft van de ondernemers geeft aan dat men salarissen betaalt die boven het CAO-niveau liggen.

De activiteiten van de bedrijven komen in grote lijnen overeen met de resultaten uit 2013. Er zijn enkele opvallende verschillen. De verkoop van horloges, onedele sieraden en "overige artikelen" is afgenomen. De vervaardiging van nieuwwerk goud en zilver en de verkoop van zelf vervaardigde

edelmetalen voorwerpen en sieraden met en zonder diamant is toegenomen. Reparatie van horloges en sieraden is eveneens licht toegenomen.



Werkgelegenheidsaspecten

In de detailhandelsgerichte juweliersbedrijven werken gemiddeld 10,9 personen. Bij de juweliers met nevenactiviteiten werken gemiddeld 4,9 personen. Het gemiddeld aantal werkzame personen per bedrijf is toegenomen van 6,2 in 2013 naar 9,5 in 2023. Dit heeft mede te maken met het feit dat de ketenbedrijven in 2013 buiten beschouwing werden gelaten. Het totale aantal werkzame personen in de juweliersbranche inclusief de ondernemers kan in 2023 worden geschat op ruim 12.000 personen.

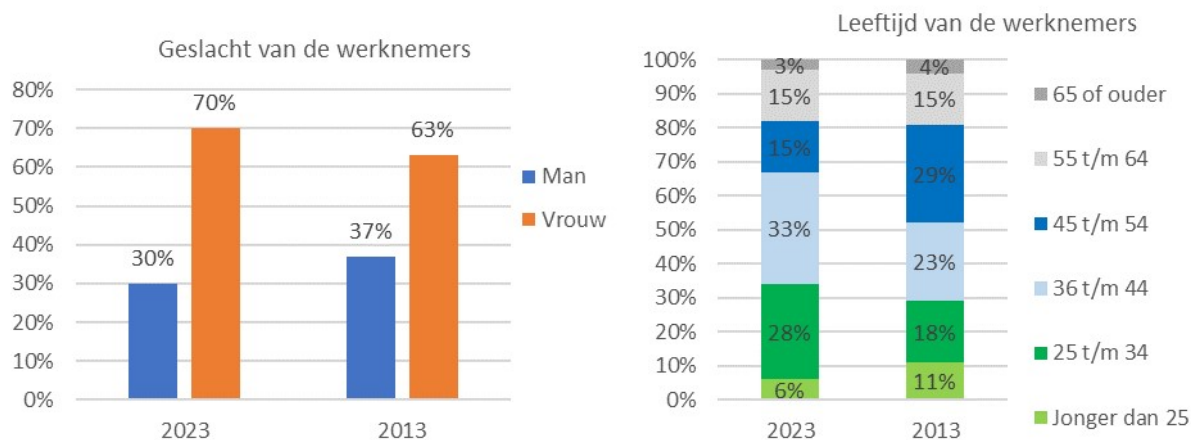
De werkgelegenheid

Werkgelegenheid inclusief de ondernemer	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013*
	Detailhandelsgericht	Met nevenactiviteiten		
<i>Werkzame personen</i>				
Gemiddeld per bedrijf	10,9	4,9	9,5	6,2
Totaal in steekproef	1.060	151	1.211	
Schatting totale populatie	10.733	1.529	12.261	8.559
<i>Fulltime equivalenten</i>				
Gemiddeld per bedrijf	8,3	3,0	7,0	
Totaal in steekproef	803,0	93,3	896,3	
Schatting totale populatie	8.130,4	944,7	9.075,0	

* In de werkgelegenheidscijfers van 2013 werden de ketens buiten beschouwing gelaten.

Het gemiddelde aantal FTE's per bedrijf bedraagt 8,3 bij de Detailhandelsgerichte bedrijven, 3,0 bij de juweliers met nevenactiviteiten en 7,0 gemiddeld in het totale bedrijvenbestand. Het totale aantal FTE's kan worden geschat op ruim 9.000

De werknemerspopulatie bestaat voor ruim tweederde uit vrouwen. Het aandeel van vrouwen is sinds 2013 gegroeid van 63% naar 70%. 61% van de werknemers is 25 tot en met 44 jaar. Het aandeel van de leeftijdsgroepen tot en met 44 jaar is aanzienlijk gegroeid. De vergelijking met 2013 is echter niet helemaal zuiver, omdat toen de ketens buiten beschouwing zijn gelaten.



Bijna tweederde van de medewerkers inclusief de ondernemer werkt 32 of meer uur per week. In de detailhandelsgerichte bedrijven is het aandeel van deze groep groter dan onder de bedrijven met nevenactiviteiten (64% versus 41%). 29% van de medewerkers werkt 12 tot en met 31 uur per week. 7% werkt minder dan 12 uur per week. Het aandeel fulltimers is sinds 2013 toegenomen van 54% naar 64%.

Een vijfde van de medewerkers exclusief de ondernemer (19%) heeft een mbo-vakdiploma op het gebied van juweliersbedrijf, goud- en zilversmid of uurwerkherstellen.

In- en uitstroom van personeel

Bijna de helft van de juweliers trok nieuw personeel aan in 2022. Bij de meeste van deze bedrijven stroomden 1, 2 of 3 mensen in. Bij twee bedrijven stroomden tussen 10 en 20 nieuwe medewerkers in. Eén bedrijf nam 200 nieuwe medewerkers aan in 2022. Dit beïnvloedt het totaal en het gemiddelde voor de gehele branche. Gemiddeld stroomden in 2022 per juweliersbedrijf 2,9 nieuwe medewerkers in.

Overzicht instroom van nieuwe medewerkers in 2022

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandel-gericht	Met nevenactiviteiten	
Aantal bedrijven in de steekproef	97	31	128
Personeel aangetrokken in 2022	45%	45%	45%
Totaal aantal instromers in steekproef	282	23	305
Gemiddeld per bedrijf	2,9	0,7	2,4
Schatting totale branche	2.855	233	3.088

De nieuw aangenomen medewerkers werden vooral aangesteld als verkoper zonder vakdiploma en zonder lopende vakopleiding. Bij één bedrijf werden in 2022 189 nieuwe medewerkers aangenomen, met name op het gebied van sales. Het grootste deel (93%) van de nieuwe instromers kwam van buiten de juweliersbranche.

Gemiddeld stroomden er per bedrijf 1,9 mensen uit in 2022. Onder de detailhandelsgerichte juweliers was de uitstroom gemiddeld hoger dan onder de juweliers met nevenactiviteiten (2,4 versus 0,6 medewerkers gemiddeld per bedrijf). Bij één bedrijf stroomden 180 mensen uit in 2022.

Overzicht uitstroom van medewerkers in 2022

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandel-gericht	Met nevenactiviteiten	
Aantal bedrijven in de steekproef	97	31	128
Personeel uitgestroomd in 2022	34%	35%	34%
Totaal aantal uitstromers in steekproef	231	18	249
Gemiddeld per bedrijf	2,4	0,6	1,9
Schatting totale branche	2.339	182	2.521

De vertrokken medewerkers hadden voor een substantieel een verkoopfunctie zonder vakdiploma's, en volgden ook geen vakopleiding. De vertrokken medewerkers stroomden volgens de bedrijven in de meeste gevallen uit naar een baan buiten de juweliersbranche.

Op basis van de onderzoeksresultaten kan worden geschat dat het aantal werkzame personen in de juweliersbranche in 2022 met circa 570 personen is gegroeid.

Ontwikkeling werkgelegenheid in 2022

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandel-gericht	Met nevenactiviteiten	
Schatting instroom totale branche	2.855	233	3.088
Schatting totale branche	2.339	182	2.521
Ontwikkeling werkgelegenheid 2022	+516	+51	+567

In de bedrijven die deelnamen aan het onderzoek stonden 55 vacatures open. Voor het totale bedrijvenbestand kan het aantal openstaande vacatures worden geschat op ruim 550.

Openstaande vacatures juli 2023

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandel-gericht	Met nevenactiviteiten	
Bedrijven met openstaande vacatures	26%	26%	26%
Totaal aantal vacatures in steekproef	45	10	55
Gemiddeld per bedrijf	0,5	0,3	0,4
Schatting totale branche	456	101	557

De helft (49%) van de openstaande vacatures is gericht op verkopers of juweliers. 15% is gericht op mensen met een diploma van de vakschool Juwelier of Medewerker juwelier. 5% is gericht op iemand die in opleiding is bij de Vakschool en voor 29% van de openstaande vacatures voor verkopers hoeft de kandidaat geen valdiploma te hebben en hoeft de kandidaat ook geen vakopleiding te volgen.

In een kwart van de bedrijven zijn er mogelijkheden om intern door te stromen naar andere functies. De meest voorkomende doorstroommogelijkheden zijn van een junior verkoopfunctie naar senior verkoper/juwelier en van senior verkoper/juwelier naar leidinggevende functies en bedrijfsleider. Bij een deel van de bedrijven is ook overname van het bedrijf mogelijk.

De vakopleidingen

40% van de bedrijven heeft recente of minder recente ervaring met stagiairs van de vakopleidingen voor het juweliersbedrijf, uurwerktechniek of goud- of zilversmid. Ruim een derde (37%) van de bedrijven is van plan om in de toekomst stagiaires van de genoemde vakopleidingen een stageplek te bieden in het bedrijf. Ruim een kwart (28%) is dat niet van plan en 35% weet het nog niet. De helft van de ondernemers (50%) schat de kans op werk voor gediplomeerde studenten van de vakopleidingen voor het juweliersbedrijf in als goed of zeer goed. 13% schat de kans op werk in als slecht of zeer slecht.

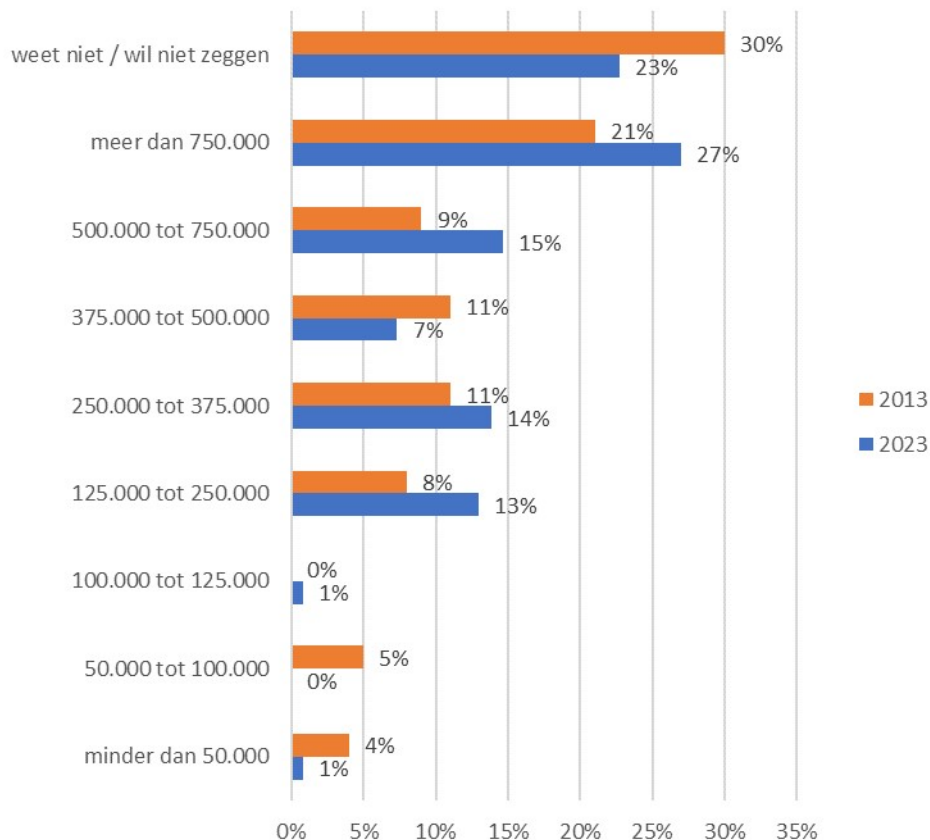
Opleidingsbehoefte voor medewerkers

Een derde (34%) van de bedrijven heeft behoefte aan opleidingen voor medewerkers anders dan stagiaires. Zij hebben zowel medewerkers met vakdiploma's als medewerkers zonder vakdiploma's op het oog. De opleidingen waaraan men behoefte heeft zijn met name verkopen, diamantkennis, algemene kennis van het juweliersvak en edelsteenkunde.

Omzet

De omzet van de meeste bedrijven (58%) ligt tussen € 125.000 en 1 miljoen Euro. 27% van de bedrijven heeft een omzet groter dan 750.000 Euro. In 2013 was dit 21%. 1% van de bedrijven heeft een omzet lager dan 100.000 Euro. In 2013 was dit 9%.

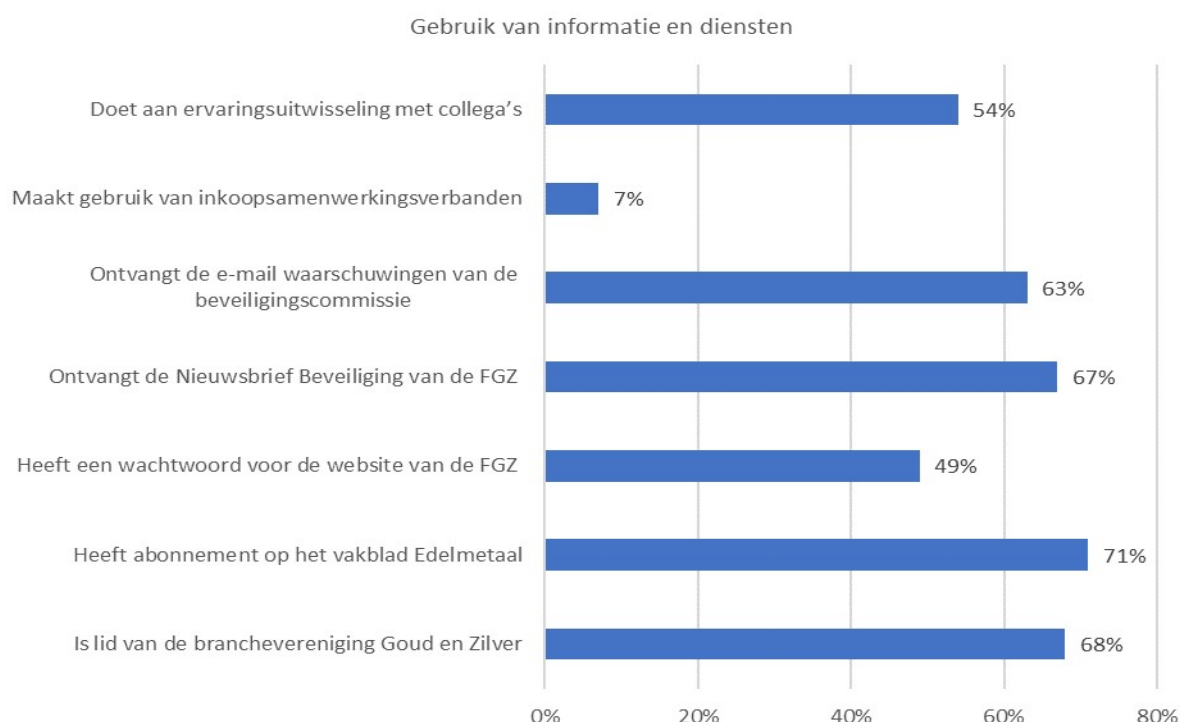
Omzet van de bedrijven exclusief BTW



In de meeste bedrijven (71%) was de omzet in 2022 groter dan in 2021. In 2021 nam de omzet in 61% van de bedrijven toe ten opzichte van 2020. 40% van de ondernemers verwacht dat in 2023 de omzet zal stijgen ten opzichte van 2022. Ruim een derde van de ondernemers (37%) verwacht dat de omzet in 2023 gelijk blijft ten opzichte van 2022. 10% verwacht een omzetsdaling.

Gebruik van informatie, diensten en media

Tweederde van de ondernemers (68%) is lid van de FGZ. De meeste bedrijven hebben ook een abonnement op het vakblad Edelmetaal, ontvangen de nieuwsbrief Beveiliging van de FGZ en ontvangen de e-mail-waarschuwingen van de beveiligingscommissie. De helft van de bedrijven zegt een wachtwoord te hebben voor de website van de FGZ. Iets meer dan de helft (54%) wisselt ervaringen uit met collega's. Weinig ondernemers (7%) maken gebruik van inkoopverenigingsverbanden.



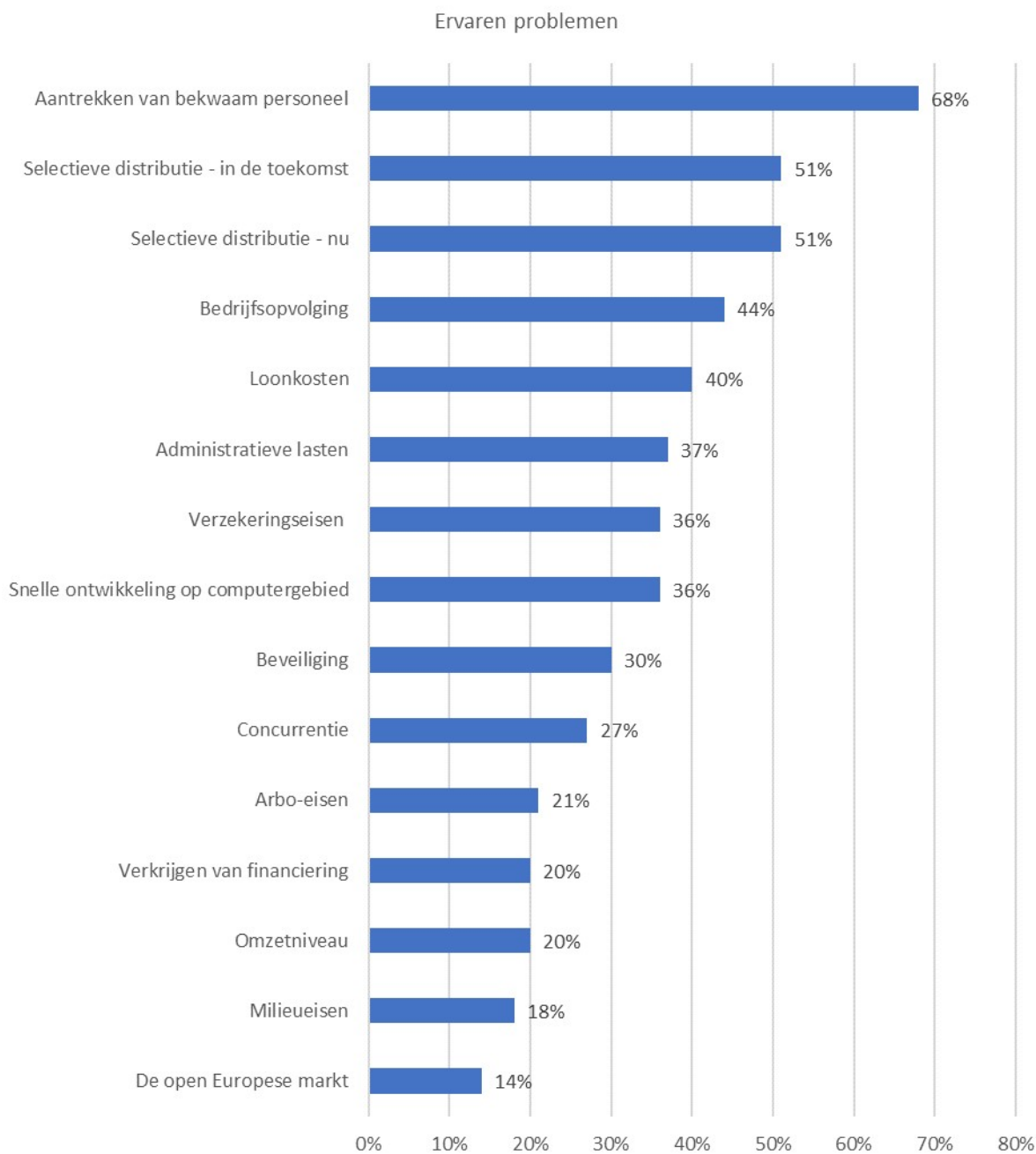
Het uitwisselen van informatie met collega's gebeurt hoofdzakelijk per telefoon, via e-mail, facebook of app of via persoonlijk bezoek.

Bijna alle bedrijven hebben een website (96%). De meeste bedrijven (74%) plaatsen daarop een catalogus met het productaanbod en informatie over de producten. De helft van de bedrijven met een website (52%) biedt op de website de mogelijkheid om producten te bestellen en af te rekenen. Eveneens de helft (49%) biedt links aan naar websites van merkproducten.

Bijna alle bedrijven (92%) gebruiken social media voor hun bedrijf. De meest gebruikte kanalen voor het bedrijf zijn Facebook en Instagram.

Ervaren problemen

Aspecten die voor de helft of meer dan de helft van de bedrijven een klein of groot probleem vormen zijn het aantrekken van bekwaam personeel en selectieve distributie van onderdelen voor fabrikanten/leveranciers.



De ondernemers die selectieve distributie als een probleem ervaren geven aan dat men hier last van heeft bij alle A-merken, alle dure merken of alle Zwitserse merken. Een derde van de ondernemers is bereid een training te volgen om zich te certificeren. Eveneens een derde wil investeren in gereedschap om zich te certificeren.

Verzekeringen van ZZP-ers

Onder de respondenten bevinden zich zeven ondernemers zonder personeel. Geen van deze ZZP-ers heeft een oudedagsvoorziening. De meesten (86%) hebben geen inkomensverzekering.

Ontwikkelingen in het vak

Aspecten van het werk die volgens de ondernemers belangrijker worden zijn met name het leveren van een goede dienstverlening/service, ambachtelijke vaardigheden zoals het met de hand maken van sieraden in een eigen atelier, reparaties en online marketing.

De belangrijkste ontwikkelingen in de juweliersbranche op dit moment zijn volgens de ondernemers:

- De stijgende verkoop van gouden sieraden;
- De stijgende online verkoop;
- De toename van de vraag naar maatwerk, het personaliseren van sieraden;
- De stijgende vraag in het hogere segment, dure producten en service;
- Het toenemend belang van dienstverlening en service.

De visie van deskundigen op de vakopleidingen en ontwikkelingen in de branche

Aan vijf deskundigen zijn vragen voorgelegd over de aansluiting van de opleidingen op de behoeften van de bedrijven. Zij denken dat aan de volgende aspecten nadrukkelijker aandacht zou kunnen worden besteed in de opleidingen.

Verdieping van verkoopvaardigheden

Een deel van de deskundigen geeft aan dat in de verkooptraining verdieping nodig is. Volgens de deskundigen kan de gewenste verdieping worden gevonden in het behandelen van:

- de klantreis;
- de marketing van het bedrijf;
- hospitality.

Daarnaast vinden verschillende deskundigen dat meer aandacht nodig is voor e-commerce (online presenteren en verkopen).

De begeleiding van de student en het leerbedrijf tijdens de stage

De meeste deskundigen vinden dat de student tijdens de stage door de school goed begeleid wordt. De stagebegeleider komt vaak genoeg langs en heeft voldoende contact met de student. De deskundigen zijn ook tevreden over de samenwerking tussen de school en het bedrijf rond de begeleiding van studenten in de stage en ook over de contacten tussen de school en de praktijkopleider van het bedrijf.

De praktijkopleiders worden door de school goed geïnstrueerd en gecoached. Bij de grotere juweliersbedrijven zijn de filiaalmanagers veelal de praktijkopleiders. Die worden door de school goed begeleid. De school maakt duidelijke afspraken met het leerbedrijf over wat er wordt verwacht in de BPV (BPV-opdrachten en beoordelingen). Het leerbedrijf weet bij wie men terecht kan en wordt goed geholpen als er vragen zijn.

Over de kwaliteit van de praktijkopleider van het bedrijf hebben ondernemers twijfels. De praktijkopleiders bezitten de kennis van het vak die nodig is. Ondernemers twijfelen over de mate

waarin de praktijkopleiders in staat zijn die kennis over te dragen en goed om te gaan met de stagiair. “Dat vinden de praktijkopleiders vaak moeilijk. Je werkt acht uur per dag met elkaar op een klein oppervlak. Als een leerling iets niet goed doet, moet je daar goed mee omgaan. Want je moet met elkaar door. Daar kunnen onze mensen zeker nog beter in worden.”

Zijn de gediplomeerden goed inzetbaar?

De gediplomeerden zijn over het algemeen goed inzetbaar in het bedrijf. De inzetbaarheid varieert wel per persoon. Men geeft aan, dat deze nieuwe medewerkers vaak alleen de basiskennis en vaardigheden beheersen, en de finesses van het vak nog moeten leren. “Het is net als met autorijden, pas na diplomering ga je het pas echt leren. Dat is ook normaal.”

Verschillende bedrijven hebben een concreet uitgewerkt inwerkprogramma. Dit komt zowel voor bij kleinere bedrijven (5 tot 10 medewerkers) als bij grotere bedrijven. Men doet dit omdat men veel mensen binnenkrijgt zonder vakkennis. De filiaalmanager wordt geacht de nieuwe medewerkers volgens dit inwerkprogramma te begeleiden. Een aantal elementen van deze programma's zijn de volgende.

- Elke nieuwe medewerker krijgt een vaste begeleider.
- De kwaliteitsnormen van het bedrijf. Onderdelen daarvan zijn:
 - o productkennis;
 - o klantbenadering;
 - o kassatraining;
 - o onderhouden en schoonhouden van de winkel;
 - o uiterlijke verzorging en kleding van de medewerker.

De wenselijkheid van certificaten

In het mbo kan een school mbo-certificaten aanbieden. Een certificaat behandelt een deel van de reguliere mbo-opleiding. Het voordeel hiervan is, dat deze wettelijk erkend zijn en passen in de wettelijke kwalificatiestructuur. Zowel de cursist als zijn of haar werkgever weet dus precies wat deze certificaten waard zijn. De deskundigen denken dat bedrijven zeker behoefte hebben aan een aanbod van mbo-certificaten. Dit is relevant voor zowel vakgeschoolde jonge mensen als voor mensen die zonder vakkennis in de juweliersbranche komen werken. Relevante onderwerpen voor certificaten vindt men:

- edelsteenkunde;
- kennis van gekleurde stenen;
- 3D ontwerpen en printen;
- waarde schatten/taxeren;
- kennis van edelmetalen;
- basiskennis van de techniek van het maken van sieraden;
- etiquette;
- verkoopkunde, klantreis, hospitality.

Trends in het vak en de wenselijkheid om deze in de vakopleiding te behandelen

De deskundigen vinden de volgende trends belangrijk genoeg om deze te behandelen in de mbo-vakopleidingen.

E-commerce. Hierbij gaat het zowel om online marketing, online verkoop als fotografie. Sommige deskundigen geven aan dat e-commerce vooral van belang is voor verkopen in het onderste segment, tot € 700,-. De duurdere sieraden worden over het algemeen niet via internet verkocht.

Duurzaamheid

De deskundigen vinden dat het onderwerp duurzaamheid in de opleiding naar voren moet komen. Dan gaat het met name om onder andere het werken met gerecyclede materialen en om kennis over de herkomst van edelmetalen en edelstenen en het beantwoorden van vragen van klanten daarover.

Personalisering van het product

De behoefte van een klant aan een uniek, op de klant afgestemd product neemt toe, en dit is voor de juwelier zeer belangrijk. Een sprekend voorbeeld hiervan is de behoefte aan gedenksieraden. Het werk van goudsmeden is eveneens in veel gevallen gepersonaliseerd. Andere mogelijkheden zijn het personaliseren van sieraden via specifieke wijzerplaten en graveringen.

Narratief, laten zien van je ambachtelijkheid, branding, een eigen verhaal en identiteit

Deze ontwikkeling is belangrijk in de branche. Steeds meer juwelierszaken laten hun vakmanschap zien door de werkplaats zichtbaar te maken, waar de klant een goudsmid of uurwerkhersteller aan het werk kan zien.

Samenwerking

Samenwerking met andere juweliers en goudsmeden, uurwerkherstellers, fabrikanten en leveranciers kan veel voordelen opleveren. In de praktijk komt dit moeilijk van de grond. Men vindt het wel zinvol studenten op de potentiële voordelen van samenwerking te attenderen.

Kwaliteitsverbetering

Een deel van de deskundigen geeft aan dat het kwaliteitsniveau in het juweliersvak omhoog moet en gaat. Het belang van sieraden in het hogere (duurdere) segment neemt toe. Daar liggen volgens de deskundigen nog grote kansen in de markt. Daardoor krijgt men een ander type klant. Dit stelt ook hogere eisen aan de juwelier, als het gaat om communiceren met de klant, hospitality en kennis van producten.

Ondernemerschap

De deskundigen vinden dat de volgende aspecten van ondernemerschap in de opleiding terug moeten komen.

- Het vaststellen van het toekomstbeeld van de onderneming en het vormgeven van de onderneming.
- Het regelen van het financiële gedeelte (van het opstarten) van de onderneming en het bewaken, registreren en verantwoorden van de financiële situatie.
- Presenteren en promoten van de onderneming.
- Inkopen voor de onderneming (producten en/of diensten).
- Verwerven van opdrachten en binden van klanten.

Verschillende deskundigen geven aan dat het in beeld brengen van de klantreis en het op basis daarvan opstellen van een marketingstrategie ten grondslag hoort te liggen aan de keuzes die de ondernemer maakt op het gebied van toekomstvisie, promotie en klantenbinding. Dit hoort daarom nadrukkelijk bij de ondernemersvaardigheden.

Daarnaast geven sommige deskundigen aan dat bij ondernemen in de moderne tijd ook de volgende aandachtspunten horen:

- personeelsbeleid: hoe vind en houd je gekwalificeerd personeel;
- veiligheid en beveiliging.

Loopbanen

In de kleine bedrijven bestaat een beperkte functiesplitsing. Er zijn junior en senior verkopers. Mensen die al wat langer bij een bedrijf werken kunnen extra taken krijgen om het werk interessant te houden. In de middelgrote bedrijven (ondernemingen met twee tot vijf winkels) zijn er wat meer doorgroeimogelijkheden, bijvoorbeeld naar filiaalmanager/bedrijfsleider.

Binnen de grote bedrijven zijn er meer doorgroeimogelijkheden naar functies zoals bedrijfsleider, hoofd werkplaats, hoofd verkoop, hoofd administratie en senior verkoper.

1. Inleiding

1.1 Achtergrond

De Federatie Goud en Zilver (FGZ) heeft in samenwerking met het Expertisepunt specialistisch vakmanschap (Expertisepunt SV) Rijnland Advies opdracht gegeven een onderzoek uit te voeren naar de arbeidsmarkt in de juweliersbranche. Het onderzoek moet een goed beeld geven van deze arbeidsmarkt en van de aansluiting van de vakopleidingen op de arbeidsmarkt. Deze opleidingen worden alleen aangeboden door de vakschool Schoonhoven. In het schooljaar 2022-2023 biedt de Vakschool twee opleidingen aan:

- Medewerker juwelier, niveau 3, met 14 BBL- en 4 BOL-studenten;
- Juwelier (ondernemer), niveau 4, met 2 BBL- en 28 BOL-studenten.

In het verleden voerde het Hoofdbedrijfschap Ambachten structuuronderzoeken uit. In 2013 heeft het toenmalige kenniscentrum SVGB opdracht gegeven aan onderzoeksbureau Ditmeijers' Research om het structuuronderzoek te herhalen. Deze onderzoeken waren vooral gericht op de bedrijven. In het huidige arbeidsmarktonderzoek zijn ook vragen opgenomen om een goed beeld te krijgen van de aansluiting van de opleidingen op de arbeidsmarkt. Het voor u liggende onderzoek is, naast de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt, ook gericht op de aansluiting van de beroepsopleidingen op de behoeften van de bedrijven. De resultaten zullen meegenomen worden bij de actualisatie van het kwalificatiedossier.

1.2 Werkwijze

Het onderzoek is uitgevoerd in een aantal stappen.

Stap 1. Opstellen van de vragenlijst

Op basis van een werksessie heeft Rijnland Advies een conceptvragenlijst opgesteld. Het Expertisepunt SV en de FGZ hebben hierop feedback gegeven, en op basis daarvan heeft Rijnland Advies de vragenlijst aangepast en online beschikbaar gesteld.

Stap 2. Voorbereiden van de dataverzameling

De FGZ en het Expertisepunt SV hebben een adresbestand samengesteld uit data van de Kamer van Koophandel, het bestand van leerbedrijven van SBB en gegevens van de FGZ. Deze bestanden zijn ontdebeld en aan Rijnland Advies beschikbaar gesteld. De FGZ heeft een vooraankondiging van de enquête naar de aangesloten juweliers gestuurd met een aanbeveling deze in te vullen. Het Expertisepunt SV heeft een vooraankondiging met aanbeveling gestuurd naar alle leerbedrijven in de juweliersbranche.

Stap 3. Online dataverzameling

Rijnland Advies heeft de bedrijven een uitnodiging gestuurd per e-mail. In de uitnodiging bevond zich een link, die toegang gaf tot de online vragenlijst. Daarmee kon het bedrijf de vragenlijst invullen en afronden. Het bedrijf kon de vragenlijst ook gedeeltelijk invullen, opslaan en op een ander moment afronden. In overleg met de FGZ en het Expertisepunt zijn door FGZ en Rijnland Advies op verschillende momenten reminders en aanbevelingen verstuurd. Daarnaast heeft de FGZ verschillende leden gericht individueel benaderd. Uiteindelijk zijn, nadat de respons op de online vragenlijst was stilgevallen, aanvullend nog telefonische interviews uitgevoerd.

Stap 4. Diepte-interviews met vijf deskundigen

Rijnland Advies heeft telefonische diepte-interviews uitgevoerd met vijf deskundigen, waarin dieper werd ingegaan op de aansluiting tussen de opleidingen en de arbeidsmarkt, de ervaren kwaliteit van de vakopleidingen de herkenbaarheid van de trends en de wenselijkheid om deze op te nemen in het curriculum van de opleidingen.

Stap 5. Rapportage

Vervolgens heeft Rijnland Advies de data geanalyseerd en het voor u liggende conceptrapport opgeleverd. M&E en de FGZ zullen dit concept becommentariëren, waarna Rijnland Advies de opmerkingen zal verwerken en het eindrapport zal opleveren.

1.3 Respons en statistische betrouwbaarheid

In totaal zijn 1.296 bedrijven benaderd. Een overzicht van de veldwerkresultaten staat in onderstaand schema.

Overzicht van de respons

Responsoverzicht	Aantal bedrijven
benaderd	1.296
bounces	101
half ingevuld	75
completes	128
Buiten doelgroep (volgens het invullen van de lijst)	21
Buiten doelgroep (telefonisch geconstateerd)	26
Weigeringen, niet deelgenomen	945

De respons bedroeg 128 ingevulde vragenlijsten. Deze respons levert een maximale onnauwkeurigheidsmarge op van 8,2%. Dit geldt in de sociale wetenschappen als een acceptabele statistische betrouwbaarheid.

1.4 Dit rapport

Dit rapport behandelt de resultaten van de online enquête onder de ondernemers en de diepte-interviews met de deskundigen. Het rapport is als volgt opgebouwd. Paragraaf 2 behandelt een aantal hoofdkenmerken van de bedrijven en de ondernemers. Paragraaf 3 beschrijft de werkgelegenheid en de bewegingen op de arbeidsmarkt. Paragraaf 4 beschrijft de bekendheid van de ondernemers met de mbo-vakopleidingen, hun behoefte aan stagiaires en hun inschatting van de arbeidsmarktkansen van gediplomeerde studenten. De behoefte aan opleidingen voor medewerkers wordt behandeld in paragraaf 5. Paragraaf 6 beschrijft de onderzoeksresultaten over de omzet. Verschillende aspecten van de bedrijfsvoering, ervaren knelpunten en het gebruik van media en diensten worden beschreven in paragraaf 7. De mening van de ondernemers over de belangrijkste ontwikkelingen in het vak wordt behandeld in paragraaf 8. De resultaten van de diepte-interviews met deskundigen zijn weergegeven in paragraaf 9. Hier worden onder andere het oordeel van de deskundigen over de mbo-vakopleidingen, de wenselijkheid van mbo-certificaten en de relevantie van trends in het vak voor de vakopleidingen behandeld.

In dit rapport worden de resultaten van de enquête, daar waar dat mogelijk en zinvol is, afgezet tegen de resultaten van het structuuronderzoek uit 2013. In de tabellen wordt per kolom

aangegeven hoeveel bedrijven de vraag hebben geantwoord (n=...). In een deel van de tabellen gaat de informatie over de werknemers van de bedrijven. Bijvoorbeeld in hoofdstuk 3, waar leeftijd, geslacht, functies en dergelijke van de werknemers worden behandeld. In deze tabellen geeft de “n” aan op hoeveel werknemers binnen de bedrijven in de steekproef de informatie betrekking heeft.

2. Profiel van de bedrijven en de ondernemers

2.1 Profiel van de bedrijven

Op basis van de adresgegevens die door de FGZ en het Expertisepunt zijn verzameld, kan het aantal bedrijven in de branche in 2023 worden geschat op 1.296 bedrijven. Het aantal bedrijven is sinds 2013 met 6,4% afgenomen.

	Aantal bedrijven
2007	1.495*
2013	1.385*
2023	1.296

*Bron: SVGB 2013

Op basis van de verdeling van de omzet over de uitgevoerde activiteiten zijn de bedrijven ingedeeld in een bedrijfstype. Bedrijven wiens omzet voor 80% of meer bestaat uit verkoop van sieraden of verkoop van uurwerken zijn getypeerd als “detailhandelsgerichte juwelier”. Bedrijven wiens omzet voor 60% tot 80% bestaat uit verkoop van sieraden of uurwerken zijn getypeerd als “juweliersbedrijf met nevenactiviteiten”. Bedrijven wiens omzet voor minder dan 60% bestaat uit verkoop van sieraden of uurwerken zijn getypeerd als “overig” en aan deze bedrijven is de rest van de vragenlijst niet voorgelegd.

Driekwart (76%) van de bedrijven die deelnamen aan het onderzoek is te typeren als Detailhandelsgerichte juwelier. Een kwart (24%) is te typeren als Juwelier met nevenactiviteiten. De verhouding tussen de bedrijfstypen is in grote lijnen gelijk aan die in 2007, maar verschilt van die in 2013. Op basis van de resultaten van de online enquête is in onderstaand schema een schatting gemaakt van verdeling van het absolute aantal bedrijven in de totale populatie.

Typering van bedrijven op basis van verdeling omzet

Type bedrijf	2007*		2013*		2023	
	aantal	%	aantal	%	aantal	%
Detailhandelsgerichte juwelier	1.085	73%	1.186	86%	982	76%
Juwelier met nevenactiviteiten	410	27%	199	14%	314	24%
Totaal	1.495	100%	1.385	100%	1.296	100%

*Bron: SVGB 2013

Onderstaand schema geeft de activiteiten weer die de bedrijven uitvoeren. Het verkopen van sieraden met diamant en zonder diamant zijn de meest voorkomende activiteiten, beiden komen voor in 95% van de bedrijven. Ook het verkopen van trouwringen en reparatie van sierraden komen in de meeste bedrijven voor (94% respectievelijk 93%). Reparatie van uurwerken, verkoop van horloges en vervaardiging van nieuwwerk goud en zilver gebeuren in de meeste bedrijven. De overige activiteiten komen minder voor. Het beeld van de uitgevoerde activiteiten komt in grote lijnen overeen met de resultaten uit 2013.

Uitgevoerde activiteiten

	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013*
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten		
Verkoop van sieraden met diamant	94%	100%	95%	92%
Verkopen van gouden en zilveren sieraden zonder diamant	93%	100%	95%	94%
Verkoop van trouwringen	93%	97%	94%	89%
Reparatie van sieraden	91%	100%	93%	91%
Reparatie van uurwerken	81%	90%	83%	79%
Verkoop van kleine uurwerken: horloges	90%	35%	77%	89%
Vervaardiging van nieuwwerk goud- en zilver	70%	94%	76%	63%
Verkoop van zelf vervaardigde edelmetalen voorwerpen	52%	58%	53%	48%
Verkoop van overige artikelen (b.v. accessoires)	53%	42%	50%	63%
Verkoop van (onedele) sieraden of bijoux	41%	52%	44%	59%
E-commerce: online verkopen van sierraden	45%	35%	43%	-
totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128	100% n=177

Naast de bovengenoemde activiteiten komen in beperkte mate nog andere activiteiten voor. Bedrijven noemen het verkopen van occasionsieraden en kunst, taxatie, inname van edele metalen, het ontwerpen/maken/verkopen van een eigen merk sieraden, een optiek en het verzorgen van workshops en cursussen goudsmeden.

Ruim tweederde (69%) van de bedrijven is gevestigd in het belangrijkste winkelgebied in de vestigingsplaats. Een aanmerkelijk kleiner deel is gevestigd in een winkelgebied op wijkniveau, in een straat met overwegend woningen of in een winkelgebied aan de rand van de plaats. Deze resultaten verschillen niet veel van die in 2013. Een opvallend verschil is dat het aandeel bedrijven in een winkelgebied op wijkniveau is afgenomen van 21% naar 13%.

Vestigingslocatie

Waar is uw bedrijf gevestigd?	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013
	Detailhandels-gericht	Met Nevenactiviteiten		
In een straat met overwegend woningen	8%	10%	9%	8%
In een winkelgebied op wijkniveau	6%	19%	13%	21%
In het belangrijkste winkelgebied van de plaats	74%	55%	69%	69%
In een winkelcentrum aan de rand van de stad	7%	3%	6%	-
Anders	5%	0%	3%	2%
totaal	100% n=86	100% n=31	100% n=117	100% n=177

Vrijwel alle bedrijven hebben een winkelruimte. De meeste bedrijven hebben een kantoor en een werkplaats voor goudsmidreparaties. Ten opzichte van 2013 is het aandeel bedrijven met een werkplaats voor nieuwwerk opvallend toegenomen van 22% naar 47%.

Voorzieningen in het bedrijf

	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013
	Detailhandels-gericht	Met Nevenactiviteiten		
Werkplaats voor uurwerkreparatie	47%	48%	47%	48%
Werkplaats voor goudsmidreparatie	66%	81%	70%	66%
Werkplaats voor nieuwwerk	41%	65%	47%	22%
Magazijn	54%	42%	51%	58%
Winkel	97%	100%	98%	94%
Kantoor	78%	71%	76%	80%
Totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128	100% n=177

Tweederde van de bedrijven (64%) heeft een verkoopvloeroppervlakte tot en met 100 m². Ruim een derde (36%) heeft een grotere verkoopvloeroppervlakte. Deze resultaten zijn vrijwel gelijk aan die in 2013.

De verkoopvloeroppervlakte

	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013
	Detailhandels-gericht	Met Nevenactiviteiten		
t/m 50 m ²	20%	16%	19%	13%
51 t/m 100 m ²	43%	52%	45%	46%
101 t/m 150 m ²	19%	23%	20%	23%
151 m ² of groter	19%	10%	16%	17%
totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128	100% n=177

De meeste bedrijven (91%) hebben één vestiging. 9% van de bedrijven heeft meer dan één vestiging. In 2013 had 20% van de bedrijven meer dan één vestiging.

Aantal vestigingen

Aantal vestigingen	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met Nevenactiviteiten	
1	89%	100%	91%
2	7%		5%
3	1%		1%
7	1%		1%
9	1%		1%
25	1%		1%
totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128

De meeste juweliers (80%) vallen onder de CAO Detailhandel in juwelierswaren. Een klein deel van de ondernemingen (6%) valt onder de CAO voor het Goud- en zilversmidsbedrijf.

Onder welke CAO valt de onderneming?

CAO	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met Nevenactiviteiten	
Detailhandel in juweliersartikelen	80%	81%	80%
Goud- en zilversmidsbedrijf	6%	6%	6%
Metaalbewerkingsbedrijf (uurwerkherstellers)	1%		1%
Geen/weet niet	12%	13%	13%
totaal	100%	100%	100%

Een derde van de ondernemingen (35%) betaalt salarissen op het niveau dat in de CAO wordt aangegeven. De helft van de ondernemers geeft aan dat men salarissen betaalt die boven het CAO-niveau liggen.

Ligt het salarisniveau in uw onderneming boven of op het niveau van de CAO?

Salarisniveau	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met Nevenactiviteiten	
Op CAO-niveau	32%	44%	35%
Boven CAO-niveau	52%	44%	50%
Weet niet/wil niet zeggen	16%	11%	15%
totaal	100%	100%	100%

2.2 Profiel van de ondernemers

62% van de ondernemers is man en 38% is vrouw. Het aandeel mannen is sinds 2013 gedaald.

Het geslacht van de ondernemer

	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten		
Man	67%	45%	62%	76%
Vrouw	33%	55%	38%	24%
totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128	100%

Het aandeel van ondernemers van 65 jaar of ouder is toegenomen van 5% in 2013 naar 18% in 2023. Ruim de helft van de ondernemers (58%) is 45 tot en met 64 jaar.

De leeftijd van de ondernemer

Leeftijdscategorie	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten		
Jonger dan 25 jaar	4%	0%	3%	0%
25 t/m 34 jaar	5%	3%	5%	10%
36 t/m 44 jaar	16%	19%	16%	20%
45 t/m 54 jaar	21%	39%	25%	32%
55 t/m 64 jaar	33%	32%	33%	33%
65 jaar of ouder	22%	7%	18%	5%
Totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128	100%

De meeste ondernemers (75%) zijn ook bedrijfsleider/filiaalmanager. Daarnaast is een substantieel deel van de ondernemers ook vakgediplomeerd juwelier (47%) of goud- of zilversmid (45%).

Andere taken van de ondernemer (naast ondernemen)

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Bedrijfsleider/filiaalmanager	73%	84%	75%
Juwelier met mbo-diploma juwelier van de Vakschool niveau 3 of 4	48%	42%	47%
Verkoopmedewerker, in opleiding voor mbo-diploma van de Vakschool (Juwelier of Medewerker juwelier)	12%	13%	12%
Verkoopmedewerker zonder vakdiploma, <u>niet</u> in opleiding voor mbo-diploma van de Vakschool (Juwelier of Medewerker juwelier)	17%	32%	21%
Goud- of zilversmid	41%	58%	45%
Uurwerktechnicus	23%	12%	26%
Anders,	19%	16%	18%
Totaal	100% n=95	100% n=31	100% n=126

Iets minder dan de helft van de ondernemers (42%) heeft een diploma van de Vakschool voor Juwelier, goud- of zilversmid of uurwerktechnicus. Een vijfde van de ondernemers (21%) heeft een hbo- of wo-diploma.

Hoogste voltooide opleiding van de ondernemer

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
LBO, LTS, MAVO, MULO, VMBO	9%	3%	8%
MBO vakopleiding aan de Vakschool: juwelier, goud- en zilversmid, uurwerktechnicus	39%	52%	42%
een andere MBO-opleiding (of MEAO, MTS)	11%	16%	12%
HAVO, VWO	13%	19%	14%
HBO, HEAO, HTS	22%	10%	19%
Universiteit	3%		2%
Anders/weet niet	3%		2%
Totaal	100% n=95	100% n=31	100% n=126

3. Werkgelegenheidsaspecten

3.1 De werkgelegenheid

In 5% van de bedrijven werken geen andere personen dan de ondernemer. In iets meer dan de helft van de bedrijven (55%) werken inclusief de ondernemer 2 tot en met 5 personen. In nog eens 29% van de bedrijven werken 6 tot en met 10 personen. In 11% van de bedrijven werken meer dan 10 personen. Bij het grootste bedrijf in de enquête zijn 350 personen werkzaam. De verdeling van de bedrijven over de grootteklassen wijkt nauwelijks af van die in 2013.

Aantal medewerkers inclusief de ondernemer

Aantal werkzame personen inclusief de ondernemer	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten		
1 persoon	3%	13%	5%	8%
2 t/m 5 personen	59%	42%	55%	55%
6 t/m 10 personen	24%	45%	29%	26%
11 t/m 20 personen	8%	0%	6%	
21 t/m 100 personen	5%	0%	4%	11%
meer dan 100 personen	1%		1%	
totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128	100% n=177

In de juweliersbedrijven met 80% of meer omzet uit verkoop werken gemiddeld 10,9 personen. Bij de bedrijven waar de verkoop 60% tot 80% van de omzet uitmaakt werken gemiddeld 4,9 personen. Gemiddeld werken er per bedrijf 9,5 personen. In 2013 bedroeg het gemiddeld aantal werkzame personen 6,2. Dit heeft mede te maken met het feit dat de ketenbedrijven in 2013 buiten beschouwing werden gelaten. De werkgelegenheidsgegevens van 2023 zijn daardoor niet helemaal vergelijkbaar met die van 2013.

Op basis van de onderzoeksresultaten kan het totale aantal werkzame personen in de juweliersbranche inclusief de ondernemers in 2023 worden geschat op ruim 12.000 personen.

De werkgelegenheid

Werkgelegenheid inclusief de ondernemer	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013*
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten		
<i>Werkzame personen</i>				
Gemiddeld per bedrijf	10,9	4,9	9,5	6,2
Totaal in steekproef	1.060	151	1.211	
Schatting totale populatie	10.733	1.529	12.261	8.559
<i>Fulltime equivalenten</i>				
Gemiddeld per bedrijf	8,3	3,0	7,0	
Totaal in steekproef	803,0	93,3	896,3	
Schatting totale populatie	8.130,4	944,7	9.075,0	

* In de werkgelegenheidscijfers van 2013 werden de ketens buiten beschouwing gelaten.

Het gemiddelde aantal FTE's per bedrijf bedraagt 8,3 bij de Detailhandelsgerichte bedrijven, 3,0 bij de juweliers met nevenactiviteiten en 7,0 gemiddeld in het totale bedrijvenbestand. Het totale aantal FTE's kan worden geschat op ruim 9.000.

3.2 Kenmerken van de werknemers

61% van de werknemers is 25 tot en met 44 jaar. De vergelijking met 2013 is niet zuiver, omdat in 2013 de ketens buiten beschouwing werden gelaten.

Leeftijd werkzame personen exclusief de ondernemer

Leeftijd	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013*
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten		
Jonger dan 25 jaar	6%	10%	6%	11%
25 t/m 34 jaar	29%	24%	28%	18%
35 t/m 44 jaar	34%	14%	33%	23%
45 t/m 54 jaar	14%	29%	15%	29%
55 t/m 64 jaar	14%	19%	15%	15%
65 jaar en ouder	3%	5%	3%	4%
Totaal	100% (n=963)	100% (n=120)	100% (n=1083)	100%

* Exclusief ketens.

De werknemerspopulatie bestaat voor ruim tweederde (70%) uit vrouwen. In de bedrijven met nevenactiviteiten is het aandeel vrouwen groter dan onder de detailhandelsgerichte bedrijven (79% versus 68%).

	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013*
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten		
Man	32%	21%	30%	37%
Vrouw	68%	79%	70%	63%
Totaal	100% (n=963)	100% (n=120)	100% (n=1083)	100%

* Exclusief ketens.

Bijna tweederde van de medewerkers inclusief de ondernemer werkt 32 of meer uur per week. In de Detailhandelsgerichte bedrijven is het aandeel van deze groep groter dan onder de bedrijven met nevenactiviteiten (64% versus 41%). 29% van de medewerkers werkt 12 tot en met 31 uur per week. 7% werkt minder dan 12 uur per week.

Omvang dienstverband medewerkers inclusief de ondernemer

	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013*
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten		
Fulltimers (32 uur of meer per week)	64%	41%	64%	54%
Parttimers (12 t/m 31 uur per week)	29%	49%	29%	40%
Hulpkrachten (minder dan 12 uur per week)	8%	10%	7%	5%
totaal	100% (n=1.038)	100% (n=146)	100% (n=1284)	100%

* Exclusief ketens.

Een vijfde van de medewerkers exclusief de ondernemer (19%) heeft een mbo-vakdiploma op het gebied van juweliersbedrijf, goud- en zilversmid of uurwerkherstellen.

Bezit van (vak)diploma's onder medewerkers

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Mbo-diploma Juwelier	5%	15%	6%
Mbo-diploma Goud- of zilversmid	7%	33%	10%
Mbo-diploma Uurwerkhersteller	2%	5%	3%
Ander mbo-diploma	17%	20%	18%
Hbo-diploma	15%	10%	14%
	n=963	n=120	n=1083

3.3 Functies van werknemers

Een substantieel deel van de werknemers zijn verkoopmedewerkers zonder vakdiploma, die niet in opleiding zijn voor een vakdiploma. 41% van de werknemerspopulatie heeft deze positie.

Functies van werknemers

Functies	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Bedrijfsleider/filiaalmanager	9%	12%	9%
Juwelier met mbo-diploma juwelier van de Vakschool niveau 3 of 4	6%	18%	7%
Verkoopmedewerker, in opleiding voor mbo-diploma van de Vakschool	3%	6%	3%
Verkoopmedewerker zonder vakdiploma, <u>niet</u> in opleiding voor mbo-diploma van de Vakschool (Juwelier of Medewerker juwelier)	42%	36%	41%
Goud- of zilversmid	6%	21%	7%
Uurwerktechnicus	3%	5%	3%
Anders	32%	3%	29%
Totaal	100% n=963	100% n=120	100% (n=1083)

Een vijfde van de medewerkers (20%) oefent naast zijn/haar hoofdtaken ook taken uit op het gebied van e-commerce en/of online sales. Eén op de twaalf medewerkers (8%) heeft ook taken op het gebied van marketing.

Andere taken van werknemers naast de hoofdtaken

Andere taken	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
E-commerce, online sales	22%	9%	20%
Marketing medewerker	7%	13%	8%
Taxateur	2%	6%	3%
Edelsteenkundige	3%	3%	3%
Anders	10%	26%	12%
Totaal	n=963	n=120	n=1083

3.4 Instroom van personeel

45% van de bedrijven heeft in 2022 nieuw personeel aangenomen.

Heeft uw bedrijf in de periode 1 januari t/m 31 december 2022 nieuw personeel aangenomen?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	45%	45%	45%
Nee	55%	55%	55%
totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128

Bij de meeste van deze bedrijven die nieuwe medewerkers aannamen stroomden 1, 2 of 3 mensen in. Bij twee bedrijven stroomden tussen 10 en 20 nieuwe medewerkers in. Eén bedrijf nam 200 nieuwe medewerkers aan in 2022. Dit beïnvloedt het totaal en het gemiddelde voor de gehele branche. Gemiddeld stroomden in 2022 per juweliersbedrijf 2,9 nieuwe medewerkers in.

Overzicht instroom van nieuwe medewerkers in 2022

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandel-gericht	Met nevenactiviteiten	
Aantal bedrijven in de steekproef	97	31	128
Personeel aangetrokken in 2022	45%	45%	45%
Totaal aantal instromers in steekproef	282	23	305
Gemiddeld per bedrijf	2,9	0,7	2,4
Schatting totale branche	2.855	233	3.088

De nieuw aangenomen medewerkers werden vooral aangesteld als verkoper zonder vakdiploma en zonder lopende vakopleiding. Bij één bedrijf werden in 2022 189 nieuwe medewerkers aangenomen, met name op het gebied van sales.

Hoofdfunctie van de in 2022 nieuw aangenomen medewerkers

Hoofdfunctie	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Bedrijfsleider/filiaalmanager	2%	0%	2%
Juwelier met mbo-diploma juwelier van de Vakschool niveau 3 of 4	1%	22%	2%
Verkoopmedewerker, in opleiding voor mbo-diploma van de Vakschool (Juwelier of Medewerker juwelier)	1%	4%	1%
Verkoopmedewerker zonder vakdiploma, <u>niet</u> in opleiding voor mbo-diploma van de Vakschool (Juwelier of Medewerker juwelier)	24%	57%	27%
Goud- of zilversmid	2%	17%	3%
Uurwerktechnicus	1%	0%	1%
Anders	70%*	0%	65%
totaal	100% n=282	100% n=23	100% n=305

* De functie van deze aangenomen personen hebben met name betrekking op het terrein van sales.

Het grootste deel van de nieuwe instromers was voorheen werkend buiten de juweliersbranche.

Herkomst van de in 2022 nieuw aangenomen medewerkers

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Schoolverlater afkomstig van de Vakschool	1%	13%	2%
Schoolverlater niet afkomstig van de Vakschool	1%	9%	1%
Werkzaam binnen de branche	12%	35%	14%
Werkzaam buiten de branche	79%	35%	76%
Herintreder (uit arbeidsproces geweest)	2%	0%	2%
Overig	6%	9%	6%
Totaal	100% n=280	100% n=23	100% n=303

3.5 Uitstroom van personeel

In tweederde van de bedrijven (66%) is in 2022 geen personeel uitgestroomd.

Is er in 2022 personeel uitgestroomd

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	34%	35%	34%
Nee	66%	65%	66%
Totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128

Gemiddeld stroomden er per bedrijf 1,9 mensen uit in 2022. Onder de Detailhandelsgerichte juweliers was de uitstroom gemiddeld hoger dan onder de juweliers met nevenactiviteiten (2,4 versus 0,6 medewerkers gemiddeld per bedrijf). Bij één bedrijf stroomden 180 medewerkers uit.

Overzicht uitstroom van medewerkers in 2022

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandel-gericht	Met nevenactiviteiten	
Aantal bedrijven in de steekproef	97	31	128
Personeel uitgestroomd in 2022	34%	35%	34%
Totaal aantal uitstromers in steekproef	231	18	249
Gemiddeld per bedrijf	2,4	0,6	1,9
Schatting totale branche	2.339	182	2.521

Over het totale bedrijvenbestand gezien hebben we de indruk dat de vertrokken medewerkers voor een substantieel deel medewerkers waren met een verkoopfunctie zonder vakdiploma's, die ook geen vakopleiding volgden.

De functie waarin de vertrokken medewerkers werkzaam waren

Functie	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Bedrijfsleider/filiaalmanager	1%	0%	1%
Juwelier met mbo-diploma juwelier van de Vakschool niveau 3 of 4	2%	22%	3%
Verkoopmedewerker, in opleiding voor mbo-diploma van de Vakschool (Juwelier of	1%	0%	1%
Verkoopmedewerker zonder vakdiploma, <u>niet</u> in opleiding voor mbo-	15%	56%	18%
Goud- of zilversmid	2%	17%	3%
Uurwerktechnicus	0%	0%	0%
Anders	79%*	6%	74%
totaal	100% n=231	100% n=18	100% n=249

* Door bedrijf aangeduid als "ambassadeurs/HR/finance/BOS/tijdelijk personeel voor de feestdagen".

De vertrokken medewerkers stroomden volgens de bedrijven in de meeste gevallen uit naar een baan buiten de juweliersbranche.

Bestemming van de vertrokken medewerkers

Bestemming	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Bij ander juweliersbedrijf gaan werken	4%	17%	5%
Binnen de juweliersbranche voor zichzelf begonnen	1%	11%	2%
Buiten deze branche gaan werken	74%	72%	74%
Is gestopt met werken	11%	0%	10%
Weet niet	10%	0%	9%
Totaal	100% n=241	100% n=18	100% n=259

De redenen/oorzaken van de uitstroom volgens de ondernemers zijn weergegeven in onderstaand overzicht. De meest voorkomende reden voor vertrek is dat de medewerker “iets anders wil” of op zoek gaat naar een andere uitdaging.

Redenen voor uitstroom

Redenen	Aantal keren genoemd
Wilde andere uitdaging/iets anders	15
Pensioen	5
Had andere baan gevonden	4
Startte eigen bedrijf	4
Kon elders meer salaris verdienen	4
Had opleiding afgerond en kon een daarbij passende baan krijgen	4
Het werk was te zwaar, te moeilijk, teveel stress	4
Minder reistijd	3
Meer werkuren elders	3
Wilde in andere bedrijfstak werken	2
In verband met een verhuizing	2
Wilde niet meer op zaterdag werken	2
Werk paste niet meer bij de persoon	2
Overige redenen, één keer genoemd	6

3.6 Vacatures

Een kwart (26%) van de bedrijven heeft openstaande vacatures op het moment van onderzoek.

Zijn er op dit moment openstaande vacatures in het bedrijf?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	26%	26%	26%
Nee	74%	74%	74%
Totaal	100% n=97	100% n=31	100% n=128

In de bedrijven die deelnamen aan het onderzoek stonden 55 vacatures open. Voor het totale bedrijvenbestand kan het aantal openstaande vacatures worden geschat op ruim 550.

Openstaande vacatures

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Bedrijven met openstaande vacatures	26%	26%	26%
Totaal aantal vacatures in steekproef	45	10	55
Gemiddeld per bedrijf	0,5	0,3	0,4
Schatting totale branche	456	101	557

De helft (49%) van de openstaande vacatures is gericht op verkopers of juweliers. 15% is gericht op mensen met een diploma van de vakschool (Juwelier of Medewerker Juwelier). 5% is gericht op iemand die in opleiding is bij de Vakschool en voor 29% van de openstaande vacatures voor verkopers hoeft de kandidaat geen valdiploma te hebben en hoeft de kandidaat ook geen vakopleiding te volgen.

Functies waarop de vacatures zijn gericht

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met Nevenactiviteiten	
Bedrijfsleider/filiaalmanager	11%	0%	9%
Juwelier met mbo-diploma juwelier van de Vakschool niveau 3 of 4	11%	30%	15%
Verkoopmedewerker, in opleiding voor mbo-diploma van de Vakschool (Juwelier of Medewerker juwelier)	4%	10%	5%
Verkoopmedewerker zonder vakdiploma, niet in opleiding voor diploma Vakschool Juwelier of Medewerker juwelier	29%	30%	29%
Goud- of zilversmid	9%	10%	9%
Uurwerktechnicus	0%	0%	0%
Anders	36%	20%	33%
Totaal	100% n=45	100% n=10	100% n=55

De vacatures voor “andere” functies waren voor de onderstaande functies.

Andere functies waarvoor vacatures open staan

Functies	Aantal keren genoemd
Administratie	2
Inkoper	1
Content creator	1
Communicatie	1
Gastvrouw/interieurverzorger	1
Marketing	1
Polijster	1
Zaterdag-/vakantiehulp	1
Zetter	1

Ruim een derde van de bedrijven had in 2022 vacatures.

Had u in 2022 vacatures?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	35%	35%	35%
Nee	65%	65%	65%
Totaal	100%	100%	100%

Ruim een kwart (28%) van de bedrijven koste het 3 of 4 weken om een vacature vervuld te krijgen. Een derde (30%) van de bedrijven geeft aan dat het 2 of 3 maanden duurde voordat men een vacature vervuld had. Een vijfde (19%) koste het gemiddeld meer dan 6 maanden om een vacature te vervullen.

Hoe lang duurde het in 2022 gemiddeld om een vacature vervuld te krijgen?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
1 of 2 weken	6%	18%	9%
3 of 4 weken	34%	9%	28%
2 of 3 maanden	31%	27%	30%
4 t/m 6 maanden	9%	18%	12%
Langer dan 6 maanden	19%	18%	19%
Weet ik niet		9%	2%
Totaal	100%	100%	100%

3.7 Doorstroom van personeel

In een kwart van de bedrijven zijn er mogelijkheden om intern door te stromen naar andere functies.

Zijn er doorstroommogelijkheden binnen uw bedrijf voor uw medewerkers?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels- gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	28%	15%	25%
Nee	72%	85%	75%
Totaal	100% n=89	100% n=27	100% n=116

De bedrijven geven aan dat de meest voorkomende doorstroommogelijkheden zijn van een junior verkoopfunctie naar senior verkoper/juwelier en van senior verkoper/juwelier naar leidinggevende functies en bedrijfsleider. Bij een deel van de bedrijven is ook overname van het bedrijf mogelijk.

4. De vakopleidingen

Een vijfde (21%) van de bedrijven heeft of had in het afgelopen jaar stagiaires van de mbo-opleidingen voor het juweliersbedrijf, uurwerktechniek of goud- of zilversmid.

Heeft het bedrijf nu of in het afgelopen jaar stagiaires gehad van de mbo-opleidingen voor het juweliersbedrijf, uurwerktechniek of goud- of zilversmid?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	20%	26%	21%
Nee	80%	74%	79%
Totaal	100% n=92	100% n=31	100% n=123

De bedrijven met stagiaires van deze opleidingen hebben/hadden tezamen 35 stagiaires. Deze waren als volgt verdeeld over de opleidingen.

Hoeveel stagiaires heeft u nu of in het afgelopen jaar in het bedrijf van deze opleidingen

Opleidingen	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Juwelier of Medewerker juwelier	13	3	16
Uurwerktechnicus of medewerker uurwerktechniek	2	0	2
Goudsmid, Basisgoudsmid of Zilversmid	9	8	17
Totaal	24	11	35

Aan de bedrijven die geen stagiaires hebben is gevraagd of men voor 2022 ooit stagiaires uit deze opleidingen heeft gehad. Een vijfde (19%) van de bedrijven geeft aan voor 2022 wel stagiaires in het bedrijf te hebben gehad.

Heeft u voor 2022 stagiairs van deze opleidingen in uw bedrijf gehad?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	15%	30%	19%
Nee	85%	70%	81%
totaal	100%	100%	100%

Samenvattend heeft 40% van de bedrijven recente of minder recente ervaring met stagiaires van de vakopleidingen voor het juweliersbedrijf, uurwerktechniek of goud- of zilversmid.

Aandeel bedrijven dat nu of in het verleden stagiaires heeft gehad van de mbo-opleidingen voor het juweliersbedrijf, uurwerktechniek of goud- of zilversmid

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met Nevenactiviteiten	
Bedrijven met ervaring met de vakopleidingen	35%	56%	40%

Ruim een derde (37%) van de bedrijven is van plan om in de toekomst stagiaires van de genoemde vakopleidingen een stageplek te bieden in het bedrijf. Ruim een kwart (28%) is dat niet van plan en 35% weet het nog niet.

Bent u van plan om in de toekomst stagiairs van deze opleidingen in uw bedrijf een stageplek te bieden?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	38%	35%	37%
Nee	30%	19%	28%
Weet ik niet	32%	45%	35%
Totaal	100% n=92	100% n=31	100% n=123

De helft van de ondernemers (50%) schat de kans op werk voor gediplomeerde studenten van de vakopleidingen voor het juweliersbedrijf in als goed of zeer goed. 13% schat de kans op werk in als slecht of zeer slecht.

Hoe schat u in de komende twee jaar de kans op werk in voor gediplomeerde studenten van de mbo-opleidingen Juwelier en Medewerker juwelier van de Vakschool in Schoonhoven?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Zeer goed	19%	19%	19%
Goed	30%	36%	31%
Niet goed en niet slecht	17%	32%	21%
Slecht	8%	7%	7%
Zeer slecht	8%	0%	6%
Weet ik niet	20%	7%	16%
Totaal	100% n=92	100% n=31	100% n=123

Als bedrijven een pas gediplomeerde leerling van de opleidingen juwelier of medewerker juwelier aannemen, starten deze meestal in de functie verkoper of goud- of zilversmid.

Als u een pas gediplomeerde leerling aanneemt van de mbo-opleidingen Juwelier of Medewerker juwelier, in welke functie neemt u deze dan normaal gesproken aan?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met Nevenactiviteiten	
Bedrijfsleider/filiaalmanager	1%	0%	1%
Juwelier met mbo-diploma juwelier niveau 3 of 4	22%	29%	24%
Verkoper in mbo-opleiding (medewerker) juwelier	36%	42%	37%
Verkoper zonder vakdiploma, <u>niet</u> in opleiding	7%	10%	7%
Goud- of zilversmid	16%	23%	18%
Uurwerktechnicus	8%	0%	6%
Anders	4%	0%	3%
N.v.t., neem nooit gediplomeerde leerlingen aan	30%	19%	28%
Totaal	n=92	n=31	n=123

Andere functies die men noemt zijn “backoffice-medewerker in een boetiek” of “magazijnmedewerker e-commerce”.

5. De behoefte aan opleidingen voor medewerkers

Een derde (34%) van de bedrijven heeft behoefte aan opleidingen voor medewerkers anders dan stagiaires.

Heeft u behoefte aan vakopleidingen, trainingen of cursussen voor medewerkers?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	31%	41%	34%
Nee, geen opleidings/bijcholingsbehoefte	69%	59%	66%
Totaal	100% n=89	100% n=27	100% n=116

De bedrijven die behoefte hebben aan opleidingen voor medewerkers hebben daarbij vaak zowel medewerkers met vakdiploma's als medewerkers zonder vakdiploma's op het oog.

Heeft u behoefte aan opleidingen voor medewerkers die al vakdiploma's hebben, of voor medewerkers die deze niet hebben, of voor beide?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Alleen voor medewerkers die al vakdiploma's hebben	0%	45%	13%
Alleen voor medewerkers die nog geen vakdiploma's hebben	39%	18%	33%
Voor allebei	61%	36%	54%
Totaal	100% n=89	100% n=27	100% n=116

Gevraagd naar de opleidingen waaraan men behoefte heeft, noemen de ondernemers de volgende onderwerpen het meest: Verkopen, diamantkennis, algemene kennis van het juweliersvak en edelsteenkunde.

Behoefte aan opleidingen voor medewerkers (antwoorden die vaker dan 1 keer zijn genoemd)

Functies	Aantal keren genoemd
Verkopen	13
Diamantkennis	5
Algemene kennis van het juweliersvak/kennis opfrissen	5
Edelsteenkunde	4
Veiligheid/beveiliging	3
Steenzetten	3
E-commerce	3
Horloge-kennis	2
Kleine reparaties	2
Marketing	2

6. De omzet

De omzet van de meeste bedrijven (58%) ligt tussen € 125.000 en 1 miljoen Euro. 27% van de bedrijven heeft een omzet groter dan 750.000 Euro. In 2013 was dit 21%. 1% van de bedrijven heeft een omzet lager dan 100.000 Euro. In 2013 was dit 9%. Uit de vergelijking met 2013 komt het beeld naar voren dat in 2023 minder bedrijven zich in de lage omzetklasse bevinden en meer bedrijven in de hogere. Er is echter vertekening doordat in 2013 een relatief groot deel (30%) van de bedrijven het antwoord “weet niet/wil niet zeggen” gaf.

Hoeveel bedroeg de omzet van uw bedrijf in 2022, exclusief BTW en inclusief eventueel uitbesteed werk?

	Bedrijfstype		Totaal 2023	Totaal 2013
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten		
minder dan 50.000	1%	0%	1%	4%
50.000 tot 100.000	0%	0%	0%	5%
100.000 tot 125.000	1%	0%	1%	0%
125.000 tot 250.000	11%	19%	13%	8%
250.000 tot 375.000	12%	19%	14%	11%
375.000 tot 500.000	8%	6%	7%	11%
500.000 tot 750.000	10%	29%	15%	9%
750.000 tot 1 miljoen	11%	3%	9%	
1 miljoen tot 1,5 miljoen	8%	3%	7%	21%
1,5 miljoen of meer	14%	3%	11%	
weet niet / wil niet zeggen	25%	16%	23%	30%
Totaal	100% n=92	100% n=31	100% n=123	100%

In de meeste bedrijven (71%) was de omzet in 2022 groter dan in 2021.

Is de totale omzet in 2022 ten opzichte van 2021 toegenomen, gelijk gebleven of afgenomen?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Toegenomen	70%	74%	71%
Gelijk gebleven	15%	13%	15%
Afgenomen	5%	6%	6%
Weet niet/wil niet zeggen	10%	6%	9%
Totaal	100% n=92	100% n=31	100% n=123

In 2021 nam de omzet in 61% van de bedrijven toe ten opzichte van 2020.

Is de totale omzet in 2021 ten opzichte van 2020 toegenomen, gelijk gebleven of afgenomen?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Toegenomen	59%	68%	61%
Gelijk gebleven	21%	16%	20%
Afgenomen	7%	6%	7%
Weet niet/wil niet zeggen	14%	10%	13%
Totaal	100% n=92	100% n=31	100% n=123

40% van de ondernemers verwacht dat in 2023 de omzet zal stijgen ten opzichte van 2022. Ruim een derde van de ondernemers (37%) verwacht dat de omzet in 2023 gelijk blijft ten opzichte van 2022. 10% verwacht een omzetsdaling.

Verwacht u dat de omzet in 2023 zal stijgen, gelijkblijven of dalen ten opzichte van 2022?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Toenemen	38%	45%	40%
Gelijk blijven	39%	32%	37%
Afnemen	9%	13%	10%
Weet niet/wil niet zeggen	14%	10%	13%
Totaal	100% n=92	100% n=31	100% n=123

7. Bedrijfsvoering

7.1 Communicatie en social media

Tweederde van de ondernemers (68%) is lid van de FGZ. De meeste bedrijven hebben ook een abonnement op het vakblad Edelmetaal, ontvangen de nieuwsbrief Beveiliging van de FGZ en ontvangen de e-mail-waarschuwingen van de beveiligingscommissie. De helft van de bedrijven zegt een wachtwoord te hebben voor de website van de FGZ. Iets meer dan de helft (54%) wisselt ervaringen uit met collega's. Weinig ondernemers (7%) maken gebruik van inkoop Samenwerkingsverbanden.

Het gebruik van communicatiemogelijkheden/diensten

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Is lid van de branchevereniging Goud en Zilver	66%	74%	68%
Heeft abonnement op het vakblad Edelmetaal	67%	84%	71%
Heeft een wachtwoord voor de website van de FGZ	47%	55%	49%
Ontvangt de Nieuwsbrief Beveiliging van de FGZ	67%	68%	67%
Ontvangt de e-mail waarschuwingen van de beveiligingscommissie	62%	68%	63%
Maakt gebruik van inkoop Samenwerkingsverbanden	7%	6%	7%
Doet aan ervaringsuitwisseling met collega's	54%	55%	54%
Totaal	n=92	n=31	n=123

Als inkoop Samenwerkingsverbanden waarvan men gebruik maakt wordt vijf maal Cachet genoemd.

Aan de bedrijven die ervaringen uitwisselen met collega's is gevraagd op welke manier zij dat doen. De antwoorden die twee of meer keer werden genoemd zijn hieronder weergegeven.

Op welke wijze wisselt u de ervaringen uit met collega's?

Wijze van ervaring uitwisselen	Aantal keren genoemd
Af en toe contact per telefoon	25
Via e-mail, facebook of app	19
Via persoonlijk bezoek	18
Via bijeenkomsten, events van merken/leveranciers	7
Via beurzen	5
Via een online forum (zoals goudsmidmarktplaats)	2
Via NJC	2
Via DCN	2

Bijna alle bedrijven hebben een website (96%).

Heeft uw bedrijf een website?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	96%	97%	96%
Nee	4%	3%	4%
Totaal	100% n=92	100% n=31	100% n=123

De meeste bedrijven (74%) met een website plaatsen daarop een catalogus met het productaanbod en informatie over de producten. De helft van de bedrijven met een website (52%) biedt op de website de mogelijkheid om producten te bestellen en af te rekenen. Eveneens de helft (49%) biedt links aan naar websites van merkproducten.

Mogelijkheden van de website van het bedrijf

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Online catalogus met productaanbod en productinfo	78%	63%	74%
Links naar website van merkproducten	53%	37%	49%
Mogelijkheid tot bestellen en afrekenen van producten	54%	47%	52%
Koppeling van de webshop met voorraad- en kassasysteem	38%	30%	36%
Totaal	n=87	n=30	n=117

Bijna alle bedrijven (92%) gebruiken social media voor hun bedrijf.

Maakt u gebruik van social media voor uw bedrijf?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	91%	94%	92%
Nee	9%	6%	8%
Totaal	100% n=91	100% n=31	100% n=122

De bedrijven hebben aangegeven welke social media zij gebruiken. De antwoorden die twee keer of vaker werden gegeven zijn opgenomen in het onderstaande overzicht. De meestgebruikte kanalen voor het bedrijf zijn Facebook en Instagram.

Welke social media gebruikt u voor uw bedrijf?

Gebruikte social media	Aantal keren genoemd
Facebook	106
Instagram	100
Linked in	9
Pinterest	6
Tiktok	4
De eigen website	3
Google adword	3
Twitter	3
Youtube	3
Google	2

7.2 Bedrijfsmatige ontwikkelingen

Onderstaand schema geeft aan in welke mate bedrijven de genoemde onderwerpen als een klein of groot probleem ervaren. Aspecten die voor de helft of meer dan de helft van de bedrijven een klein of groot probleem vormen zijn het aantrekken van bekwaam personeel en selectieve distributie van onderdelen voor fabrikanten/leveranciers.

In welke mate ervaart u problemen met de volgende zaken?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Omzetniveau	19%	23%	20%
Concurrentie	29%	23%	27%
Loonkosten	38%	47%	40%
Aantrekken van bekwaam personeel	65%	77%	68%
Verkrijgen van financiering	20%	20%	20%
Milieueisen	19%	17%	18%
Arbo-eisen	20%	23%	21%
Administratieve lasten	31%	57%	37%
De open Europese markt	13%	17%	14%
Bedrijfsopvolging	46%	37%	44%
Snelle ontwikkeling op computergebied	32%	47%	36%
Verzekeringseisen	35%	37%	36%
Selectieve distributie - nu	48%	60%	51%
Selectieve distributie - in de toekomst	47%	63%	51%
Beveiliging	27%	37%	30%
Totaal	n=91	n=30	n=121

Specifiek over selectieve distributie is een aantal extra vragen gesteld. Ten eerste is gevraagd bij welke merken en hoe vaak men hier last van heeft. De ondernemers geven aan dat men last heeft van selectieve distributie van onderdelen bij alle A-merken, alle dure merken of alle Zwitserse merken. De frequentie hangt vanzelfsprekend samen met het aantal keren dat men horloges van deze merken ter reparatie ontvangt. Bij een deel van de bedrijven is dit maandelijks, bij anderen wekelijks of dagelijks.

Bij welke merken en hoe vaak heeft u last van selectieve distributie van onderdelen?

Gebruikte social media	Aantal keren genoemd
Bij alle A-merken, zoals Breitling, Omega, Rolex, Cartier, IWC, Maurice Lacroix, Fossil-group, ORIS, Longine, Rado, Tagheuer, Swatch-group, Richemont-group	19
Bij alle dure merken	13
Bij de Zwitserse merken	9
Bij verschillende merken	6
Dagelijks, wekelijks, maandelijks	4

Aan de ondernemers die een probleem ervaren met selectieve distributie is gevraagd of zij bereid zijn training te volgen of door medewerkers te laten volgen, om zich te laten certificeren door horlogemerken. Een derde van de ondernemers is hiertoe bereid.

Bent u bereid training te (laten) volgen om zich te certificeren?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	30%	42%	33%
Nee	70%	58%	67%
Totaal	100% n=44	100% n=19	100% n=63

Aan de ondernemers die een probleem ervaren met selectieve distributie is gevraagd of zij bereid zijn te investeren in bijvoorbeeld voorgeschreven gereedschap om zich te laten certificeren door horlogemerken. Een derde van de ondernemers is hiertoe bereid.

De bereidheid te investeren voor certificering

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	30%	42%	33%
Nee	70%	58%	67%
Totaal	100% n=44	100% n=19	100% n=63

Een aantal ondernemers heeft een toelichting gegeven bij hun bereidheid trainingen te volgen en te investeren. Ondernemers die hiertoe bereid zijn willen graag hun kennis en dienstverlening verbeteren. Ondernemers die geen training willen volgen of niet willen investeren geven aan dat men het niet eens is met de certificering. Als gekwalificeerde juwelier vindt men het niet redelijk dat het merk zelfs eenvoudige reparaties/handelingen onmogelijk maakt. Daarnaast besteedt een deel van de juweliërs reparaties uit aan uurwerkherstellers. Tijdgebrek en de hoogte van de vereiste investeringen in gereedschap zijn eveneens voor een aantal bedrijven een probleem.

Toelichting bij bereidheid een trainingen te volgen voor certificering

Toelichting	Aantal keren genoemd
<i><u>Wil wel trainingen volgen/investeren</u></i>	
We willen onze kennis en onze dienstverlening verbeteren	6
<i><u>Wil geen trainingen volgen/investeren</u></i>	
Niet eens met certificering, vindt zichzelf voldoende gekwalificeerd door diploma's en ervaring	6
Besteedt reparaties uit aan uurwerkherstellers	4
Heeft geen tijd	3
Training is niet het probleem, investeren in gereedschap wel	3
Bedrijf is te klein	2
Neemt dan liever afscheid van de topmerken	2

De ondernemers die een probleem ervaren met beveiliging hebben hierbij een toelichting gegeven. Hierbij werden de volgende antwoorden meer dan één keer gegeven.

Toelichting bij problemen met beveiliging

Toelichting bij problemen met beveiliging	Aantal keren genoemd
De kosten van beveiliging worden steeds hoger	6
Er is steeds meer beveiliging nodig, elk jaar nieuwe investeringen	6
Overvallen worden steeds zwaarder, criminaliteit en oplichting nemen toe	4

7.3 Verzekeringen van ZZP-ers

Onder de respondenten bevinden zich zeven ondernemers zonder personeel. Aan hen zijn vragen gesteld over hun oudedagsvoorziening en arbeidsongeschiktheidsverzekeringen.

Deze ZZP-ers hebben geen oudedagsvoorziening.

Heeft u een vorm van oudedagsvoorziening?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	0%	0%	0%
Nee	100%	100%	100%
Totaal	100% n=3	100% n=4	100% n=7

De meeste ZZP-ers in dit onderzoek hebben geen arbeidsongeschiktheidsverzekering.

Heeft u een arbeidsongeschiktheidsverzekering?

milieueisen	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	33%		14%
Nee	67%	100%	86%
Totaal	100% n=3	100% n=4	100% n=7

Men heeft ook geen inkomensverzekering.

Heeft u een inkomensverzekering?

	Bedrijfstype		Totaal
	Detailhandels-gericht	Met nevenactiviteiten	
Ja	0%	0%	0%
Nee	100%	100%	100%
Totaal	100% n=3	100% n=4	100% n=7

8. Ontwikkelingen in het vak

8.1 Werkzaamheden die in de toekomst belangrijker gaan worden

Aan de ondernemers is gevraagd welke werkzaamheden in de toekomst volgens hen belangrijker gaan worden. 48 bedrijven geven hierop geen antwoord. De antwoorden die twee keer of vaker werden gegeven zijn opgenomen in onderstaand overzicht. Aspecten van het werk die belangrijk worden zijn met name het leveren van een goede dienstverlening/service, ambachtelijke vaardigheden zoals het met de hand maken van sieraden in een eigen atelier, reparaties en online marketing.

Werkzaamheden die in de toekomst belangrijker worden

Werkzaamheden	Aantal keren genoemd
Geen/weet niet	48
Dienstverlening, service, maatwerk, waar voor geld leveren, opbouwen relatie met klant	16
Ambachtelijke vaardigheden, met de hand maken van sieraden in eigen atelier	13
Repareren	11
Online marketing	10
Personalisering van sieraden	6
Hospitality, verkoopvaardigheden, sales	5
E-commerce	5
3D tekenen en printen	4
Vakkennis	3
Gedenksieraden	3
Specialisatie	2
Taxeren	2
Marketing	2

8.2 De belangrijkste ontwikkelingen in de juweliersbranche

De belangrijkste ontwikkelingen in de branche volgens de ondernemers zijn weergegeven in onderstaand overzicht.

De belangrijkste ontwikkelingen in de juweliersbranche

Ontwikkelingen	Aantal keren genoemd
Stijgende verkoop gouden sieraden	37
Online verkoop stijgt	24
Maatwerk, personaliseren van sieraden	20
Vraag naar hogere segment, dure producten en service stijgt	10
Dienstverlening en service worden steeds belangrijker	9
Vraag naar gekleurde edelstenen stijgt	8
Meer aandacht voor de beleving van de klant, beleving in de winkel	7
Meer vraag naar reparatie	7
Meer vraag naar zilveren sieraden	6
Eigen ontwerpen, eigenheid wordt steeds belangrijker	6
Vraag naar Smartwatches neemt toe	6
Meer vraag naar vakmanschap en kwaliteit	5
Meer vraag naar modesieraden en accessoires	5
3D ontwerpen en tekenen	5
Gedenksieraden	5
Horlogeverkoop neemt af	5
Merken beginnen eigen winkel	5
Social media worden steeds belangrijker	5
Duurzaamheid wordt steeds belangrijker	4
Selectieve distributie door merken	4
Labgrown diamanten	4
Slim voorraadbeheer wordt belangrijker, o.a. om snel te kunnen leveren	4
Vraag naar edelstenen neemt toe	3
De goudprijs is hoog	3
Er zijn steeds minder winkels	3
De vraag naar horloges stijgt	3
De vraag in het algemeen daalt	2
Klanten besteden meer geld	2
Specialiseren wordt belangrijker	2
De vraag naar trouwringen stijgt	2
De horlogeverkoop stijgt	2
Verkoop gebeurt steeds meer in een combinatie tussen de winkel en online	2
Het gebruik van lasertechnologie neemt toe	2
Branchevervreemding neemt toe	2
Stijgende kosten, o.a. loonkosten	2

9. De visie van deskundigen op de opleidingen

9.1 Oordeel over de inhoud van de opleidingen; taken, kennis en vaardigheden

Aan vijf deskundigen zijn vragen voorgelegd over de aansluiting van de opleidingen op de behoeften van de bedrijven. Alle geraadpleegde deskundigen hebben ervaring met deze opleidingen, doordat zij studenten van de opleiding als stagiaires in het bedrijf hebben of hebben gehad.

In schooljaar 2022-2023 worden uitgevoerd:

- Medewerker juwelier, niveau 3, met 14 BBL- en 4 BOL-studenten;
- Juwelier (ondernemer), niveau 4, met 2 BBL- en 28 BOL-studenten.

Aan de deskundigen is gevraagd of deze opleidingen de juiste taken, kennis en vaardigheden behandelen.

Verdieping van verkoopvaardigheden

Een deel van de deskundigen geeft aan dat in de verkooptraining verdieping nodig is. Men vindt dat de verkooptraining teveel gebeurt vanuit het product. Dit zou meer kunnen gebeuren vanuit de psychologie van het communiceren met de klant. Men zegt daar het volgende over.

- “Het is belangrijk de klant te begrijpen, te horen wat de klant wil. De student vergeet eerst te luisteren, wil te snel naar de producten toe. Zeker bij producten in het hogere segment is aandacht voor de klant heel belangrijk.”
- “Je speelt bijna een psychologisch spel. We verkopen producten die niemand nodig heeft en die veel te duur zijn. We verkopen dus veel illusie. Er is daarom iets meer nodig dan een verkooptraining.”
- “Als juwelier moet je een soort stylist zijn. Aanvoelen wat een klant nodig heeft, en daar moet je een product bij vinden. Nu gaat het erg de andere kant op: vanuit het product gedacht, men vergeet de klant. Eerst moet je aandacht besteden aan de klant en zijn/haar verhaal, en dan pas naar het product gaan. De stagiaires hebben best wel wat productkennis, maar in de winkel praten ze met klant alleen maar over het product. En dat is juist het minst belangrijke.”

Volgens de deskundigen kan de gewenste verdieping worden gevonden in het behandelen van de klantreis, de marketing van het bedrijf en hospitality.

Klantreis en marketing

Het is belangrijk om de klantreis (“customer journey”) in kaart brengen en na te gaan waar verbeteringen mogelijk zijn. Om zo de beleving van de klant te beïnvloeden. Daardoor ontstaat een positief beeld van de juwelier, waardoor de klant uiteindelijk voor deze onderneming kiest. Dit helpt ook om langdurige klantrelaties op te bouwen. De customer journey heeft hierdoor een belangrijke functie in het marketingplan en biedt aanknopingspunten voor het indelen van de marketingstrategie. De in kaart gebrachte customer journey helpt te bepalen hoe de verschillende marketinginstrumenten (online, beleving in de winkel, tonen van ambachtelijkheid met een atelier, verkoopproces door de verkoper/juwelier) ingezet moeten worden. De student moet hier in de opleiding ook bewust van worden gemaakt.

Hospitality

Eén van de middelen die de juwelier inzet om aantrekkelijk te zijn voor de klant is “hospitality”, ofwel “gastvrijheid”. Belangrijke elementen van hospitality zijn het ontzorgen van je klanten, klantgericht werken en klantvriendelijkheid. Onderwerpen die behandeld kunnen worden zijn bijvoorbeeld:

- gasten verwelkomen, het verzorgen van een goede ontvangst;
- manieren om het verblijf van je bezoekers in je winkel aangenamer te maken;
- het achterlaten van een goede laatste indruk.

Gedetailleerde vakkennis

Sommige deskundigen vinden dat dieper op de technische vakkennis mag worden ingegaan. Men geeft als voorbeeld het kunnen uitleggen van het verschil tussen een automaat en een kwartsuurwerk en kennis van de manier waarop onderdelen gereinigd kunnen worden.

Online verkopen en presenteren

Verschillende deskundigen vinden dat in de opleiding meer aandacht mag worden besteed aan e-commerce; online presenteren en verkopen. Het gaat hierbij om taken zoals het beheren van de website, online marketing met google ads en social media en online verkoop.

Administratie en ondernemerschap

Sommige deskundigen vinden dat de student meer het besef bijgebracht mag worden dat naast de klant en het product ook de bedrijfsvoering van de winkel, inclusief administratie een belangrijk onderdeel is van het vak. “Er moet uiteindelijk wel geld overblijven. Dat inzicht zie ik bij de stagiaires niet.”

9.2 Oordeel over de uitvoering van de opleiding

De begeleiding van de student tijdens de stage

De meeste deskundigen vinden dat de student tijdens de stage door de school goed begeleid wordt. De stagebegeleider komt vaak genoeg langs en heeft voldoende contact met de student. Eén deskundige geeft aan dat hij een stagiair kreeg die een ander beeld had van het juweliersvak en vraagt zich af of de school had kunnen zorgen voor een beter/meer realistisch beroepsbeeld bij deze student.

De samenwerking met/begeleiding van het leerbedrijf door de school

Over het algemeen zijn de deskundigen van de bedrijven tevreden over de samenwerking met de school rond de begeleiding van studenten in de stage en ook over de contacten tussen de school en de praktijkopleider van het bedrijf.

De praktijkopleiders worden door de school goed geïnstrueerd (onder andere met een overzicht van ijkpunten) en gecoached. Bij de grotere juweliersbedrijven zijn de filiaalmanagers veelal de praktijkopleiders. Die worden door de school goed begeleid. De school maakt duidelijke afspraken met het leerbedrijf over wat er wordt verwacht in de BPV (BPV opdrachten en beoordelingen). Het leerbedrijf weet bij wie men terecht kan en wordt goed geholpen als er vragen zijn.

De school maakt aan het bedrijf voldoende duidelijk wat er van het bedrijf wordt verwacht bij het begeleiden van de student.

Over de kwaliteit van de praktijkopleider hebben sommige bedrijven twijfels. Over het algemeen is de praktijkopleider voldoende toegerust voor het uitvoeren van de begeleiding. De praktijkopleiders bezitten de kennis van het vak die nodig is. Ondernemers twijfelen over de mate waarin de praktijkopleiders in staat zijn die kennis over te dragen en goed om te gaan met de stagiair. "Dat vinden de praktijkopleiders vaak moeilijk. Je werkt acht uur per dag met elkaar op een klein oppervlak. Als een leerling iets niet goed doet, moet je daar goed mee omgaan. Want je moet met elkaar door. Daar kunnen onze mensen zeker nog beter in worden.

Overige opmerkingen van de deskundigen over de opleidingen

- Sommige deskundigen geven aan dat men wel stagiaires wil hebben, maar dat deze niet beschikbaar zijn. De school en de juweliersbedrijven zouden volgens deze deskundigen meer moeten doen om meer leerlingen in de opleidingen te krijgen. Ook vindt men dat meer bedrijven de kans moeten krijgen om stagiaires op te leiden.
- De school kan volgens sommige deskundigen meer gastcolleges organiseren van mensen uit de praktijk. Er zou volgens deze deskundigen ook een grotere variatie aan gastcolleges kunnen worden aangeboden.
- Sommige deskundigen wijzen op de noodzaak om leerlingen te behouden. De opleidingen kennen volgens deze deskundigen een grote uitval. Door meer aandacht te besteden aan goede stages en een goede begeleiding door het stagebedrijf kunnen wellicht meer jonge mensen voor het vak worden behouden.

9.3 Oordeel over de kwaliteit van de gediplomeerden

Zijn de gediplomeerden goed inzetbaar?

De deskundigen vinden de gediplomeerden over het algemeen goed inzetbaar. De inzetbaarheid varieert wel per persoon. Men geeft aan, dat deze nieuwe medewerkers vaak alleen de basiskennis en vaardigheden beheersen, en de finesses van het vak nog moeten leren. "Het is net als met autorijden, pas na diplomering ga je het pas echt leren. Dat is ook normaal."

Wat doet het bedrijf en wat doet de beginnend beroepsbeoefenaar om te zorgen dat deze beroepsbeoefenaar uitgroeit tot een goede vakman?

Verschillende deskundigen geven aan dat men nieuwe medewerkers laat starten met simpele activiteiten zoals het aanvullen van goederen, het aannemen en uitvoeren van kleine reparaties en eenvoudige verkoopactiviteiten. Later komt de medewerker toe aan duurdere verkopen en het oplossen van meer ingewikkelde klachten. Men wijst erop dat het van belang is de nieuwe medewerker naast leuke ook minder leuke dingen te laten doen. Belangrijk is vooral dat de medewerker goed naar de klant leert luisteren. Deze bedrijven verrichten de begeleiding van deze nieuwe medewerkers "uit de losse pols".

Verschillende andere bedrijven maken of hebben een concreet uitgewerkt inwerkprogramma. Dit komt zowel voor bij kleinere bedrijven (5 tot 10 medewerkers) als bij grotere bedrijven. Men doet dit omdat men veel mensen binnenkrijgt zonder vakkennis. Hiermee heeft men niet zozeer de leerlingen van de Vakschool op het oog, maar de andere mensen die men werft en die geen vakkennis hebben. De filiaalmanager wordt geacht de nieuwe medewerkers volgens dit inwerkprogramma te begeleiden. Een aantal elementen van deze programma's zijn de volgende.

- Elke nieuwe medewerker krijgt een vaste begeleider.
- De kwaliteitsnormen van het bedrijf. Onderdelen daarvan zijn:
 - o productkennis;
 - o klantbenadering;
 - o kassatraining;
 - o onderhouden en schoonhouden van de winkel;
 - o uiterlijke verzorging en kleding van de medewerker.

Daarnaast haalt men de studenten/stagiairs bij interessante praktijkvoorbeelden waar ze iets van kunnen leren.

Ook geven bedrijven aan dat ze leerlingen in de praktijk duidelijk maken dat men altijd iets kan doen. "Er is altijd werk te doen, dat leer je vooral in de praktijk; reparaties verwerken, dingen op de website plaatsen, sieraden versturen et cetera."

9.4 De wenselijkheid van certificaten

In het MBO, het formele beroepsonderwijs, gaat men deelcertificaten aanbieden. Dat zijn onderdelen van de reguliere MBO-opleiding. Het voordeel hiervan is, dat deze wettelijk erkend zijn en passen in de wettelijke kwalificatiestructuur. Zowel de cursist als zijn of haar werkgever weet dus precies wat deze certificaten waard zijn. Voorbeelden van dergelijke certificaten zijn "Edelsteenkunde I", "Complexe reparatie- en herstelwerkzaamheden basisgoudsmid" en "Bijzondere technieken goudsmiden".

De deskundigen denken dat bedrijven zeker behoefte hebben aan een aanbod van mbo-certificaten. Het feit dat men daarmee een wettelijk erkende deelkwalificatie kan halen vindt men aantrekkelijk. Dit is relevant voor zowel vakgeschoolde jonge mensen als voor mensen die zonder vakkennis in de juweliersbranche komen werken. Dit biedt een belangrijke meerwaarde, zeker voor jongere medewerkers. Relevante onderwerpen voor certificaten zijn:

- edelsteenkunde;
- kennis van gekleurde stenen;
- 3D ontwerpen en printen;
- waarde schatten/taxeren;
- kennis van edelmetalen;
- basiskennis van de techniek van het maken van sieraden;
- etiquette;
- verkoopkunde, klantreis, hospitality.

Sommige deskundigen geven aan dat medewerkers wel openstaan voor trainingen van merken, maar minder voor trainingen van de Vakschool.

9.5 Trends in het vak en de wenselijkheid om deze in de vakopleiding te behandelen

E-commerce

Alle deskundigen vinden e-commerce een belangrijk onderwerp, dat goed in de opleiding dient te worden behandeld. Daarbij gaat het zowel om online marketing, online verkoop als fotografie. Sommige deskundigen geven aan dat e-commerce vooral van belang is voor verkopen in het onderste segment, tot € 700,-. De duurdere sieraden worden over het algemeen niet via internet verkocht.

Duurzaamheid

De deskundigen vinden dat het onderwerp duurzaamheid in de opleiding naar voren moet komen. Dan gaat het om onder andere het werken met gerecyclede materialen en om kennis over de herkomst van edelmetalen en edelstenen en het beantwoorden van vragen van klanten daarover. Men geeft aan dat afgezien van de genoemde onderwerpen duurzaamheid in het juweliersbedrijf (nog) geen grote rol speelt, en dat het goed is als de opleiding hier aandacht aan zou besteden.

Personalisering van het product

De behoefte van een klant aan een uniek, op de klant afgestemd product neemt toe, en dit is voor de juwelier zeer belangrijk. Een sprekend voorbeeld hiervan is de behoefte aan gedenksieraden. Het werk van goudsmiden is eveneens in veel gevallen gepersonaliseerd. Andere mogelijkheden zijn het personaliseren van sieraden via specifieke wijzerplaten en graveringen.

De deskundigen vinden het belangrijk dit in de opleiding te behandelen. Er zijn merken en winkels die zich hier helemaal op richten. Sommige deskundigen denken dat deze trend ook weer gedeeltelijk zal afvlakken, omdat het betekent dat de consument veel keuzes moet maken, en veel mensen kunnen dat niet.

Narratief, laten zien van je ambachtelijkheid, branding, een eigen verhaal en identiteit

Alle geraadpleegde deskundigen vinden dit zeer belangrijk en vinden dat dit in de opleiding naar voren moet komen. Steeds meer juwelierszaken laten hun vakmanschap zien door de werkplaats zichtbaar te maken, waar de klant een goudsmid of uurwerkhersteller aan het werk kan zien.

Samenwerking

De deskundigen vinden dat samenwerking met andere juweliers en goudsmiden, uurwerkherstellers, fabrikanten en leveranciers veel voordelen op kan leveren op het gebied van kennis delen, trends signaleren, marketing en het creëren van belangstelling voor sieraden.

De deskundigen geven ook aan dat dergelijke samenwerking over het algemeen moeizaam verloopt. Desondanks is het wel belangrijk de potentiële voordelen van samenwerken in de opleiding naar voren te brengen.

Sommige deskundigen denken dat samenwerking makkelijker werkt bij goudsmiden en niet bij juweliers. "De meeste juweliers zijn eigenwijs. Juweliers werken alleen en ze werken niet makkelijk samen. Het runnen van een bedrijf is intensief. Als je daarnaast ook nog in verenigingen aan de slag gaat wordt het wel veel. En het is moeilijk om vergelijkbare bedrijven te vinden. In Nederland zijn er 5 tot 10 bedrijven met ons vergelijkbaar." Anderen geven juist aan dat met name het uitwisselen van vakkennis en inzichten over het omgaan met klanten met andere bedrijven heel interessant is.

De deskundigen denken wel dat het goed is de mogelijkheden van samenwerking te behandelen in de opleiding, bij het onderdeel ondernemerschap.

Kwaliteitsverbetering

Een deel van de deskundigen geeft aan dat het kwaliteitsniveau in het juweliersvak omhoog moet. Dit gebeurt ook. Het belang van sieraden in het hogere (duurdere) segment neemt toe. Daar liggen volgens de deskundigen nog grote kansen in de markt. Daardoor krijgt men een ander type klant. Dit stelt ook hogere eisen aan de juwelier, als het gaat om:

- communiceren met de klant;
- hospitality;
- kennis van producten.

Overige ontwikkelingen die volgens sommige deskundigen in de opleidingen moeten terugkomen zijn de volgende:

- 3D ontwerpen en printen;
- het aanleren van een hogere snelheid van werken.

Ondernemerschap

De deskundigen vinden dat de volgende aspecten van ondernemerschap in de opleiding terug moeten komen.

- Het vaststellen van het toekomstbeeld van de onderneming en het vormgeven van de onderneming.
- Het regelen van het financiële gedeelte (van het opstarten) van de onderneming en het bewaken, registreren en verantwoorden van de financiële situatie.
- Presenteren en promoten van de onderneming.
- Inkopen voor de onderneming (producten en/of diensten).
- Verwerven van opdrachten en binden van klanten.

Verschillende deskundigen geven aan dat het in beeld brengen van de klantreis en het op basis daarvan opstellen van een marketingstrategie ten grondslag hoort te liggen aan de keuzes die de ondernemer maakt op het gebied van toekomstvisie, promotie en klantenbinding. Dit hoort daarom nadrukkelijk bij de ondernemersvaardigheden.

Daarnaast geven sommige deskundigen aan dat bij ondernemen in de moderne tijd ook de volgende aandachtspunten horen:

- personeelsbeleid: hoe vind en houd je gekwalificeerd personeel;
- veiligheid en beveiliging.

9.6 Loopbanen

In de kleine bedrijven bestaat een beperkte functiesplitsing. Er zijn junior en senior verkopers. Mensen die al wat langer bij een bedrijf werken kunnen extra taken krijgen om het werk interessant te houden.

In de middelgrote bedrijven (ondernemingen met twee tot vijf winkels) zijn er wat meer doorgroeimogelijkheden, bijvoorbeeld naar filiaalmanager/bedrijfsleider.

Binnen de grote bedrijven zijn er meer doorgroeimogelijkheden. Hier onderscheidt men veel verschillende functies en niveaus, zoals:

- eigenaar/directing manager/bedrijfsleider;
- hoofd werkplaats;
- hoofd verkoop;
- hoofd administratie;
- senior verkoper;
- junior verkoper.

De ondernemers geven aan dat de medewerkers over het algemeen loyaal zijn, men “loopt niet snel weg”.

9.7 Invulling van de marketing- en communicatiefuncties

Aan de deskundigen is gevraagd hoe de kleinere juweliers de marketing en communicatiefuncties kunnen invullen. Er lijken verschillende opties te zijn:

1. Een deskundige op hbo-niveau inhuren;
2. Een medewerker met mbo-niveau taken geven op dit gebied en bijscholen op hbo-niveau;
3. Een hbo-er werven en deze opleiden in de juweliersbranche.

De bedrijven geven aan dat optie 3 voor de meeste bedrijven niet haalbaar is. De meeste bedrijven kiezen voor optie 1, optie 2 of een combinatie hiervan. Verschillende deskundigen geven aan dat het zeker haalbaar is om een mbo-medewerker bij- en op te scholen voor taken op het gebied van marketing en communicatie. Bij voorkeur doet men dit met jonge medewerkers, die bekend zijn met de moderne media en het media gebruik van “het publiek”.

Verschillende deskundigen geven aan dat een combinatie het best werkt:

- School een mbo-medewerker in het bedrijf bij en geef deze marketing- en communicatietaken, zodat deze zich hierop kan specialiseren;
- Huur een externe deskundige in die de ontwikkelingen en mogelijkheden van de media op de voet volgt, die je eigen medewerker periodiek adviseert over aanpassingen of verbeteringen.

Eén deskundige merkt op: “Omdat we individueel werken heeft onze marketing weinig impact. Als je dat meer gezamenlijk doet heb je meer effect. We moeten de consument meer laten beleven dat hij/zij onze mooie producten nodig heeft. Die beleving is er te weinig, zeker bij de jongere consument. Er is dus meer promotie nodig van juweliersproducten in het algemeen. Hoe we dit kunnen verwezenlijken weet ik niet.”

9.8 Gevolgen van certificering/selectieve distributie door merken

Wat zijn de gevolgen van certificering door de grote merken voor de werkgelegenheid voor jonge gediplomeerde juweliërs?

De geraadpleegde deskundigen geven hierop de volgende reacties.

- Vooral voor de uurwerkherstellers heeft de selectieve distributie van de grote merken gevolgen. Een deel van de uurwerkherstellers doet mee met deze certificering door zichzelf te laten trainen en te investeren in het voorgeschreven gereedschap. Een ander deel doet dit niet en raakt hiermee omzet kwijt.
- Voor juweliërs zijn de gevolgen minder ingrijpend. Een deel van de juweliërs besteedt het reparatiewerk uit. De juweliërs die de reparaties zelf verrichten kunnen door niet mee te gaan in de certificering de reparaties aan horloges van het betreffende merk "kwijt raken". Men kan het merk dan overigens wel nog steeds verkopen. "Dat is voor het bedrijf jammer, maar het is geen ramp."

Het binnen halen van horlogemerken in het hoge segment is moeilijker geworden voor juweliërs, maar dat staat los van de certificering van uurwerkherstellers. "Als je een groot merk in je winkel wilt hebben vergt dat een grote investering. Het merk wil dat je een grote en brede collectie van het merk aanschaft. Dat kost tonnen." Dat is al lang zo, maar het wordt wel erger volgens de deskundigen. Sommige merken stellen ook eisen aan het inwoneraantal van de vestigingsplaats van de juwelier. "De kleine juweliërs konden vroeger via collega's "nog wel eens wat regelen zodat ze toch iets van een groot merk konden verkopen, maar dat wordt steeds lastiger."

De deskundigen hebben de indruk dat steeds meer juweliërs het aanbod van horloges verkleinen en meer ruimte maken voor sieraden en gedenksieraden. Zeker voor gedenksieraden heeft de juwelier veel contact met de klant nodig en daar ligt de kracht van de juwelier.

Bij sieraden (anders dan horloges) spelen eisen van fabrikanten veel minder een rol. Sommige leveranciers stellen wel eisen op commercieel gebied, maar die hebben geen uitsluiting van ondernemers tot gevolg.

Bijlage 1. De geraadpleegde deskundigen

De geraadpleegde deskundigen zijn werkzaam bij de volgende bedrijven:

- Eurogold – Wim Groen;
- Punte Utrecht – Ruud Reijers;
- Strego - Rogier Streckfuss;
- V.d. Weerd-Janssen - Amy Milikan;
- See You Jewelry – Rob Leurs.