



De Nederlandse detailhandel

De economie groeit, de koopkracht trekt aan, het consumentenvertrouwen stond in oktober 2016 op het hoogste niveau in negen jaar en dus geven consumenten meer uit. Bovendien zijn binnenlandse factoren die de groei drukten (zoals de haperende woningmarkt) afgezwakt of verdwenen. Hierdoor heeft de detailhandel de wind de laatste tijd weer in de zeilen. Wel blijft de concurrentie sterk en is er nog sprake van veel overbodige winkelruimte. Daarnaast zullen veranderingen in de samenstelling van de bevolking en het consumentengedrag en technologische ontwikkelingen zorgen voor een heel nieuw speelveld voor detaillisten. Innovatie en onderscheidend vermogen zijn dan ook onontbeerlijk, net als samenwerking. Op deze gebieden heeft de branche nog een behoorlijke slag te maken.

Verwachtingen in de detailhandel

Omzet en winst

De omzet in de detailhandel blijft groeien. In augustus 2016 zette de branche 1,5% meer om dan in dezelfde maand een jaar eerder, zo blijkt uit cijfers van het CBS. De verkopen lagen 0,9% hoger, de prijzen stegen gemiddeld met 0,5%.

Voor de komende twaalf maanden zijn detaillisten eveneens positief. Ze verwachten gemiddeld een omzetstijging van 9,5% en een winstgroei van 7,8%, zo komt naar voren uit het SRA-BiZ-onderzoek. Daarmee denkt de branche het veel beter te doen dan het mkb als geheel (+7,2% voor de omzet en +6,4% voor de winst).

Kosten

Adviesbureau McKinsey heeft in opdracht van brancheorganisatie Detailhandel Nederland onderzoek gedaan naar de toekomst van de Nederlandse detailhandel ('Werk aan de winkel', 2016). McKinsey concludeert dat er

in de branche 55.000 tot 130.000 voltijdbanen dreigen te verdwijnen als er niet snel grote veranderingen in gang worden gezet. We hebben recent niet voor niets al de nodige grote winkelketens de deuren zien sluiten. Detaillisten in het mkb zien de personeelskosten in de komende twaalf maanden juist relatief sterk toenemen: +5,7%, versus +2,6% voor het mkb als geheel.

Detaillisten gaan ervan uit dat de inkoopwaarde de komende twaalf maanden met 2,0% zal toenemen, versus een groei van 2,5% voor het mkb.

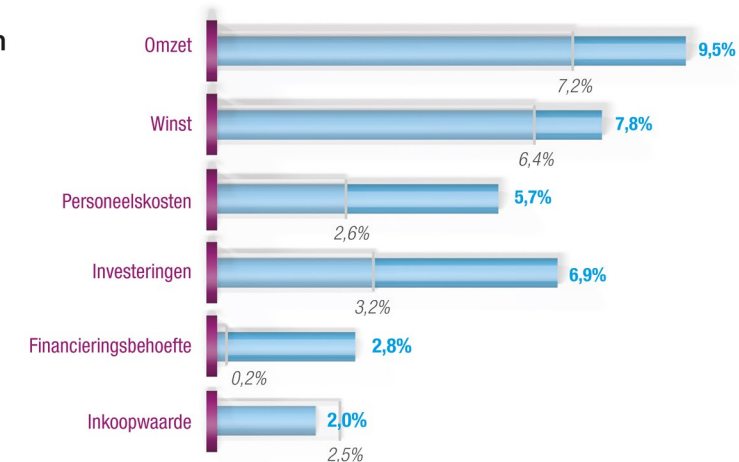
Kansen en bedreigingen

Het consumentengedrag en technologieën veranderen steeds sneller. Om hierop in te spelen, zijn de juiste kennis en middelen nodig, denk aan de ontwikkeling van het online verkoopkanaal of het innovatief inspelen op nieuwe consumententrends. Samenwerking in de keten en daarbuiten wordt steeds belangrijker en schaalgrootte is nodig om nieuwe technologieën goed te testen en in te voeren. Samenwerking biedt ook hier de mogelijkheid om data over klantgedrag te delen. Toch ziet slechts 16% van de respondenten in ons

Financiële verwachtingen van detaillisten

(komende 12 maanden)

- Percentage detailhandel
- Mkb-gemiddelde



onderzoek samenwerking en netwerken als een belangrijke kans. De nadruk ligt veel meer op een efficiëntere manier van werken (48%).

Een belangrijke bedreiging zijn overheidsmaatregelen, aldus 43,5% van de ondernemers. Zo houden gemeentes nogal eens rigide vast aan regels en bestemmingsplannen, zodat nieuwe initiatieven soms al in een vroeg stadium stranden. McKinsey noemt in haar rapport daarnaast een versoepeling van het arbeidsrecht, zodat winkeliers flexibeler met personeel kunnen omgaan.

KPI's

Het percentage aan fysieke omzet is voor detaillisten nog altijd de belangrijkste kritische succesfactor (genoemd door 80,4% van de respondenten), gevolgd door de omzet per fte (72,5%). Het percentage aan online-omzet is voor 39,2% van de ondernemers belangrijke stuurinformatie.

Gezondheid en financiering

Kredietwaardigheid

Het aantal faillissementen in de detailhandel lag in het derde kwartaal van 2016 op het laagste niveau sinds het uitbreken van de crisis, zo blijkt uit cijfers van ABN Amro. Dit lijkt voor een groot deel te maken te hebben met de hogere inkomens voor consumenten. Deze stijgen vooral door de lage inflatie en doordat de cao-lonen omhoog gaan.

De analyse van SRA-BiZ laat zien dat de kans dat een detaillist in grote financiële problemen komt gemiddeld genomen 9% bedraagt. Dit betekent dat bedrijven in de detailhandel in 2015 nog over onzekerheden beschikten om aan alle financiële verplichtingen te voldoen, echter: de PD-rating is in 2015 wel met 32% verbeterd.

Het percentage ondernemingen dat aan al haar financiële verplichtingen kan voldoen (PD-rating <1%) is gestegen van 62,1% in 2014 naar 65,7% in 2015 (mkb-gemiddelde is 75,7%).

Investerings

Het investeringssaldo (de investeringen in vaste activa minus het desinvesteringssaldo) is in 2015 zeer sterk gestegen ten opzichte van het jaar ervoor. Bedrijven zijn meer gaan investeren en minder gaan desinvesteren. Ten opzichte van de omzet daalde het investeringssaldo in de detailhandel van 3% in 2014 naar 2% vorig jaar. Het mkb-gemiddelde bedroeg 17% in 2014 en 9% in 2015. De verwachte investeringsbereidheid is in de detailhandel groter dan bij het mkb als geheel. In de branche rekenen ondernemers op een toename van de investeringen met 6,9%. Voor het mkb als geheel is dit cijfer 3,2%. De investeringen zullen naar verwachting zowel uit eigen middelen als met externe financieringsbronnen worden betaald.

Financiering

Uit onze analyse komt naar voren dat detaillisten in de komende maanden meer behoefte zullen hebben aan externe financiering (+2,8%).