



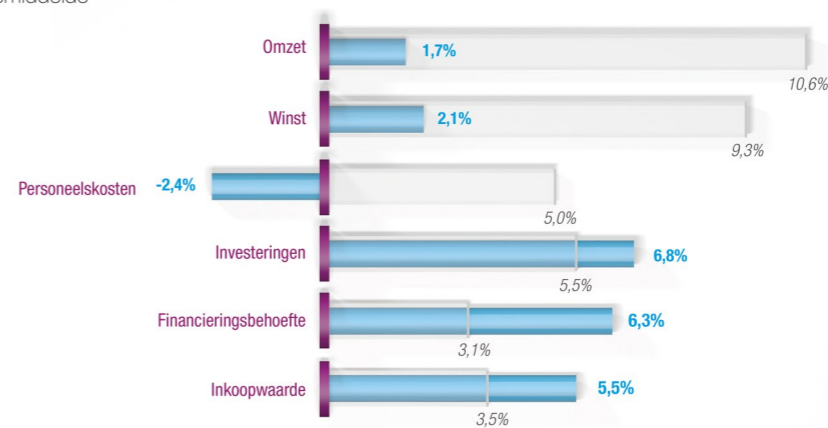
## De Nederlandse detailhandel

**De Nederlandse detailhandel profiteert van de economische groei en de toenemende bestedingen van consumenten. Toch zijn detaillisten voorzichtig in hun prognoses voor 2019. Dit komt deels door de groei van het onlinekanaal, de veranderde vraag en de toenemende concurrentie. Een deel van de winkeliers heeft de slag gemist en krijgt het heel moeilijk, waar andere juist floreren. Om succesvol te zijn, moeten retailers investeren in innovatie, onderscheidend vermogen en personeel.**

### Financiële verwachtingen van retailondernemers

(komende 12 maanden)

- Percentage detailhandel
- Mkb-gemiddelde



### Verwachtingen in de detailhandel

#### Omzet en winst

De omzet in de detailhandel blijft groeien. In het tweede kwartaal van 2018 heeft de branche 4,1% meer omgezet dan een jaar eerder, zo blijkt uit cijfers van het CBS. Vooral supermarkten deden het goed met een omzetstijging van 4,7%; de sterkste groei sinds 2009. Via internet werd 18,7% meer verkocht. Hier blijft de omzetgroei dus hoger liggen dan bij fysieke winkels.

Voor de komende twaalf maanden zijn detaillisten gematigder, maar nog wel positief. Ze verwachten gemiddeld een omzetstijging van 1,7% en een winstgroei van 2,1%, zo komt naar voren uit het SRA-BiZ-onderzoek. De omzetprognose blijft aanzienlijk achter bij die voor het mkb (+10,6%), net als de winstverwachting (+9,3% voor het mkb).

#### Kosten

"Als de fysieke winkel wil concurreren met internet, dan is beleving een

belangrijk thema", aldus Dirk Mulder, sectorspecialist bij ING. "Personeel speelt hier een belangrijke rol in. Je zult mensen moeten opleiden en meer ervaren medewerkers in de winkel moeten hebben die de consument, je product of je dienst kennen, erover kunnen adviseren en kunnen verkopen. Die mensen zijn schaars. En ook technici zijn gewild, maar schaars. Retailers zullen dus fors moeten investeren om de juiste mensen aan te trekken."

Toch laat de SRA-BiZ-analyse zien dat retailers voor 2019 uitgaan van lagere personeelskosten: -2,4%, versus +5% voor het mkb. Mulder: "Er wordt gekeken naar een betere afstemming van het personeel in de winkel op de piekmomenten, bijvoorbeeld via flexibele contracten. Daarnaast wordt gesproken over de afschaffing van de weekendtoeslagen. Dat zou heel veel in de kosten kunnen schelen."

Detaillisten gaan ervan uit dat de inkoopwaarde met 5,5% zal toenemen, versus een groei van 3,5% voor het mkb.

#### Kansen en bedreigingen

Ger Boersma van Vertical Retailing ziet volop kansen voor retailers, maar dan is er wel een andere mindset nodig. "Je moet als retailer de verbinding krijgen tussen de digitale kanalen en je winkel. Dat is een behoorlijke uitdaging, want een webshop is een volwaardig instrument waar je een kwalitatief goede bezetting op moet hebben. Je hebt het juiste kennisniveau en de juiste systemen nodig. Voor veel kleine winkeliers is dit niet aan de orde. De grotere bedrijven willen wel, maar hebben vaak niet het geld of de kennis en kunde in huis om goede investeringen te doen. Er zijn kansen genoeg, maar dan moet je als retailer wel openstaan voor nieuwe samenwerkingsvormen."

Toch ziet slechts 18% van de respondenten in het SRA-BiZ-onderzoek samenwerking en netwerken als een belangrijke kans. De focus ligt meer op efficiënter werken (54%) en de financiële situatie van het bedrijf (44%). Een belangrijke bedreiging is een tekort aan personeel (genoemd door 30% van de

respondenten). Aan het begin van het derde kwartaal van 2018 gaven volgens het CBS beduidend meer detaillisten aan dat een tekort aan medewerkers de bedrijfsvoering belemmert.

Het gevaar bestaat dat dit ten koste gaat van innovatie, vindt Mulder. "Grotere retailers laten teams die losstaan van de organisatie pionieren. Kleine ondernemers zullen op een andere manier creatief moeten zijn. Neem bijvoorbeeld stagiaires aan. Dat zorgt voor een andere dynamiek en ook dan kun je nieuwe inzichten opdoen." Boersma ziet een grote bedreiging in D2C, fabrikanten die de retailers overslaan en rechtstreeks naar de consument gaan. "Daardoor hebben retailers in korte tijd enorm veel omzet verloren. Als je als winkelier dan niet investeert in technologie, heb je geen kans meer."

#### KPI's

De omzet per fte is voor detaillisten de belangrijkste kritische succesfactor (genoemd door 60% van de respon-

denten), op de voet gevolgd door het percentage aan fysieke omzet (58%). Het percentage aan onlineomzet is voor 34% van de ondernemers belangrijke stuurinformatie.

### Gezondheid en financiering

#### Kredietwaardigheid

In de eerste zes maanden van 2018 gingen er 4% meer detaillisten failliet ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder, aldus het CBS. Dit beeld past bij de ontwikkeling van de kredietwaardigheid in de branche. Uit de analyse van SRA-BiZ komt naar voren dat het percentage detaillisten dat aan al de financiële verplichtingen kan voldoen (een PD-rating lager dan 1) licht is gedaald: van 75,7 naar 75,1 in 2017. Hiermee blijft de branche achter bij het mkb-gemiddelde (80,1%).

#### Investerings

Het investeringssaldo (de investeringen in vaste activa minus het desinvesterings-

volume) is in 2017 gedaald ten opzichte van het jaar ervoor. Ten opzichte van de omzet daalde het investeringssaldo in de detailhandel van 1,3% in 2016 naar 0,8% vorig jaar.

De verwachte investeringsbereidheid is in de detailhandel opnieuw groter dan in het mkb als geheel. In de branche rekenen ondernemers op een toename van de investeringen met 6,8%, ongeveer gelijk aan de groeiprognose van afgelopen jaar.

#### Financiering

Uit onze analyse blijkt dat detaillisten in de komende maanden een sterkere behoefte zullen hebben aan externe financiering (+6,3%). Het cijfer voor het mkb bedraagt 3,1%.