

SRA-Retailscan

Uitkomsten 2014 & verwachtingen 2015



SRA-Retailscan

De Retailscan 2014 is 350 x ingevuld. 24% van de respondenten is werkzaam in de foodsector en 76% in de non food. Van de respondenten zegt 26% onderdeel uit te maken van een franchiseketen en 45% heeft een bv. 82% is dga of eigenaar. Tot slot heeft 76% minder dan 10 fte in dienst en 16% heeft 11-50 fte in dienst.

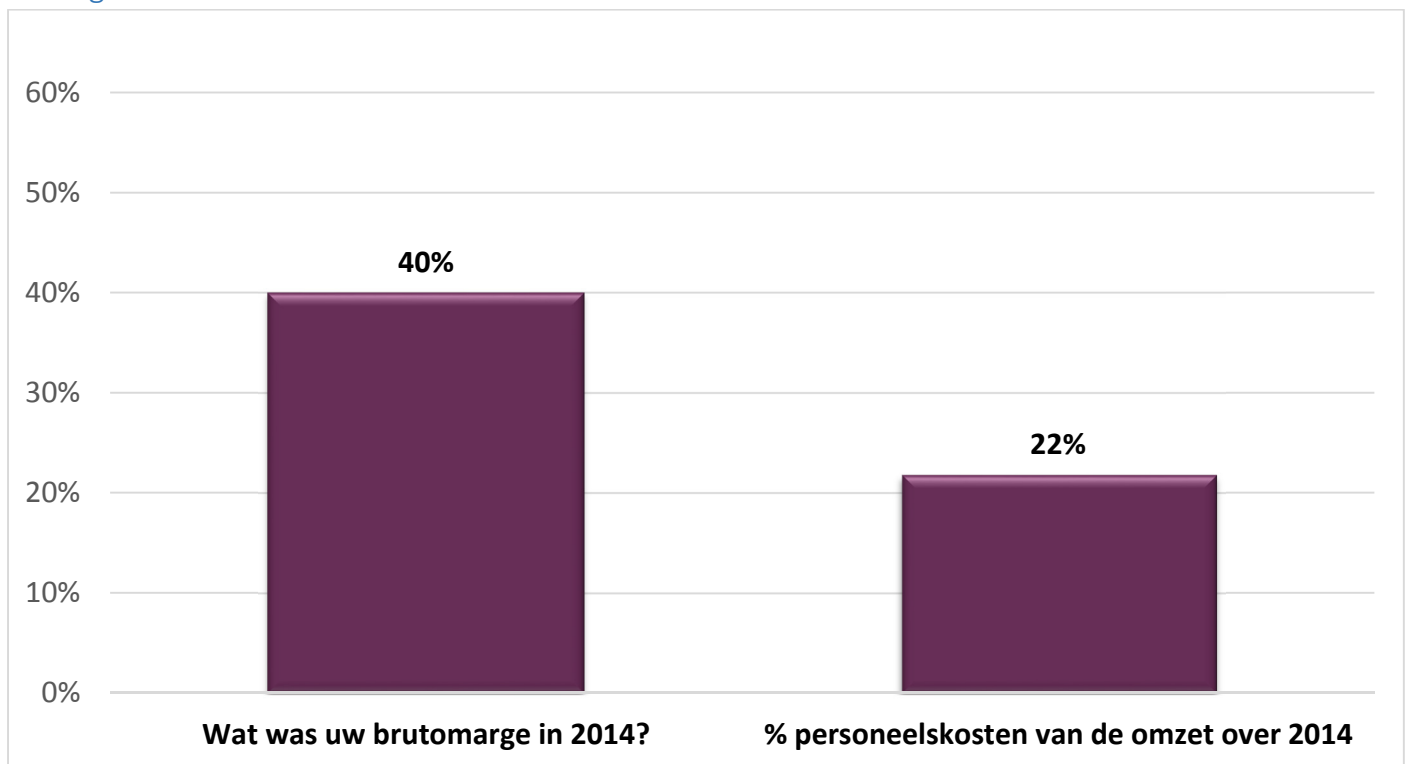
Retailondernemers verwachten voor de eerste helft van 2015 een omzetstijging van 1,54% en een winststijging van 2,31%. De brutomarge is 40% en de personeelskosten bedragen 22% van de omzet.

In januari 2015 was de omzet in de detailhandel 0,8 procent hoger dan in dezelfde maand vorig jaar. Daarmee houdt de detailhandel de groei vast die in 2014 is ingezet. Vooral in winkels in voedings- en genotmiddelen groeiden in januari de omzet en het volume (bron: CBS 2015). Retailondernemers verwachten volgens de Retailscan gemiddeld in 2015 een stijging van de winst van 2,31% terwijl de omzet naar verwachting met 1,54% zal stijgen. De gemiddelde brutomarge in 2014 was 40%. De personeelskosten bedragen 22% van de totale omzet.

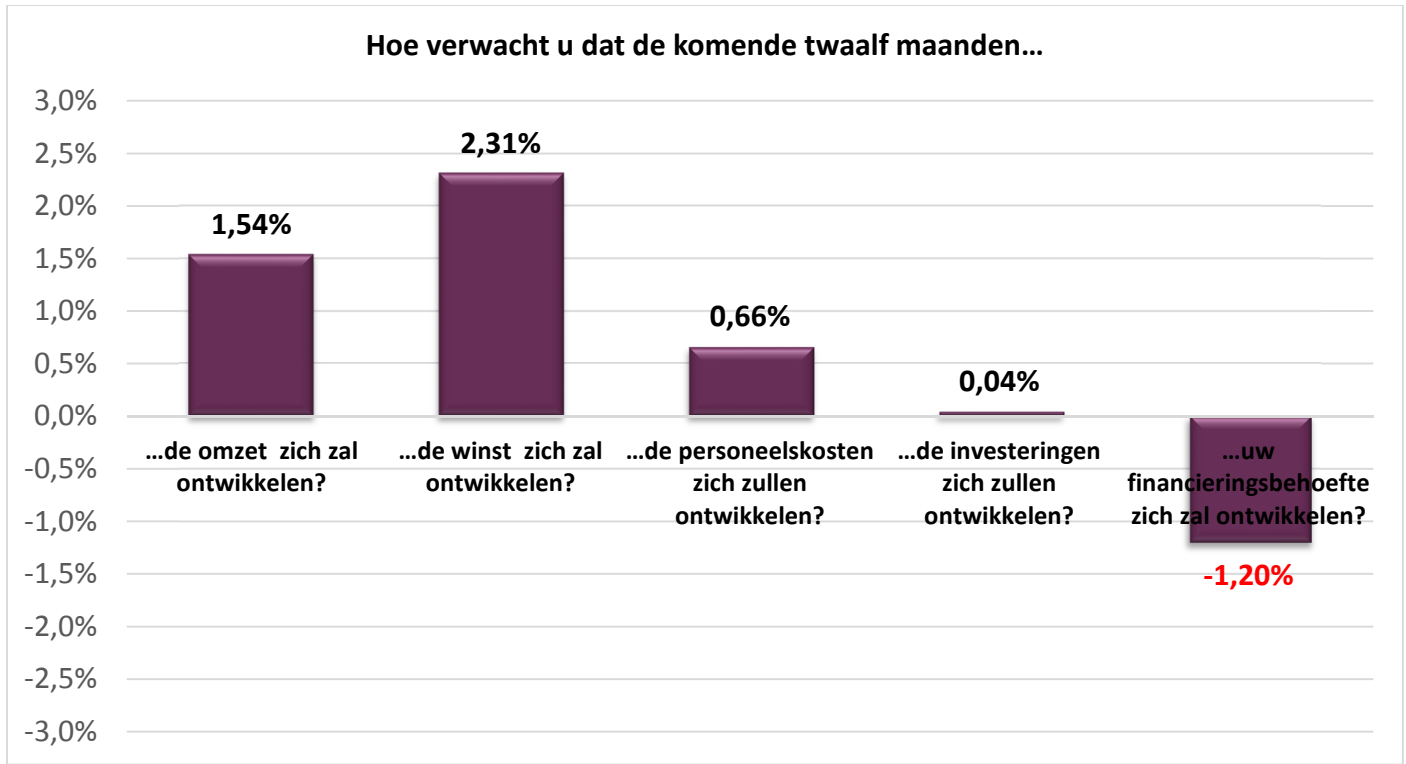
De detailhandel verandert fundamenteel. Zo ontstaan er steeds meer concepten die non-food en horecadiensten combineren (bron: BiZ-Brancherapport). Denk aan een lunchgedeelte in een warenhuis of een koffiehok in een kledingwinkel. De invloed van het online-kanaal is groot. Er komen nieuwe, succesvolle spelers bij, zoals online winkels (bijvoorbeeld in schoenen) en discounters. De tijd dat het winkelpersoneel per definitie een informatievoorsprong had op de consument is voorbij. Dankzij de nieuwe media kunnen consumenten zich op allerlei manieren oriënteren en laten informeren.

Deze veranderingen bieden kansen, om formules te verleggen en daarmee groei te realiseren. Om die kansen goed te benutten, moeten retailers hun strategie aanscherpen door innovatie, lokale aanpassing en samenwerking.

Winstgevendheid en kosten



Verwachtingen



Kansen in de retail

Positief is dat het CBS spreekt van de grootste consumptiestijging in vier jaar tijd. De stijgende consumentenbestedingen hebben een direct positief effect op de vraag in de sector. Voor het eerst sinds 2007 is het vertrouwen van consumenten weer positief. 73% van de ondernemers noemt de aantrekkelijke economie als belangrijke kans voor 2015. Een andere belangrijke kans wordt gevormd door recente marktontwikkelingen. “Het uitbreiden van onze webshop is een belangrijke kans, maar ook het kunnen verkopen vanuit de voorraad van onze leveranciers middels internet”, zegt een eigenaar van een kledingwinkel met minder dan 10 fte. “Retail is afhankelijk van consumentenvertrouwen. De grootste uitdaging is ons richten op de consument voordat het shoppen begint. De customer journey begint als hij zich oriënteert op internet” (eigenaar van grotere kledingwinkel). “De aantrekkelijke economie zorgt voor meer traffic in de winkel. Ook de goudprijs speelt een rol”, aldus een juwelier. “Ik verwacht dat door de aantrekkelijke economie en door het feit dat mensen hun schulden (hypotheken en leningen) hebben verlaagd er meer vertrouwen is om met iets meer uit durf geld uit te gaan geven. Daarnaast verwacht ik een verdere groei van de omzet via internet.”

Uit het BiZ-Brancherapport blijkt dat de detailhandel het aanbod, klantcontact en de service kan verbeteren dankzij het gebruik van internet, mobiele informatie en sociale netwerken van klanten. Een eigenaar van een schoenzaak: “In de winkel maakt gepassioneerd personeel het verschil”. Verder zijn door een betere samenwerking in de keten nieuwe, flexibele concepten mogelijk met onder meer logistieke voordelen. 31% van de ondernemers ziet samenwerken en netwerken als Top 3-kans. Bij nieuwe winkelgebieden staat het aanbod van beleving en smaak centraal, met tijdelijke winkels en speciaalzaken.

Voorals eigenaars van kledingzaken zien nieuwe mogelijkheden in een webshop, zo blijkt uit de antwoorden. Het is een uitdaging om de fysieke experience op de winkelvloer te combineren met online kansen. 53% van de ondernemers ziet marktontwikkelingen, waaronder internet, als belangrijke kans voor 2015.

Kansen Retail



Bedreigingen in de retail

De belangrijkste bedreigingen voor de retail zijn een tekort aan personeel met de juiste competenties en winkelleegstand (bron: BiZ-Brancherapport). Zo heeft de consument zich voordat hij of zij de winkel bezoekt al uitgebreid online georiënteerd. De kennisvoorsprong die het winkelpersoneel op de consument had, is daarmee verdwenen. Veel winkelmedewerkers hebben daardoor niet meer de juiste vaardigheden om de consument te begeleiden. Hij of zij moet gastheer of gastvrouw zijn in plaats van verkoper. Dat vraagt om andere competenties.

De Nederlandse detailhandel heeft last van overcapaciteit met een gemiddelde leegstand van 7,5% van alle winkelpanden. De ondernemers die de retailscan hebben ingevuld, zien de economische ontwikkelingen als de belangrijkste bedreiging (57%), gevolgd door marktontwikkelingen (54%) en maatschappelijke trends (41%). “De omzet is mager, banken denken totaal niet mee, de bevolking wordt ouder, en een publiek/private samenwerking om onze stad op de kaart te zetten ontbreekt”, aldus een ondernemer met een kookwinkel plus kookstudio. Een retailondernemer met een kledingzaak vraagt zich af: “Ziet de overheid kans om de markt te laten bloeien en zich terug te trekken en gaat de afname aan flexibilisering van personeel door de nieuwe Wet werk en zekerheid niet ten koste van de groei?”.

Een ondernemer met een gespecialiseerde winkel benoemt de personeelsproblematiek: “Onderscheid is alleen mogelijk met hoog gekwalificeerd en goedkoop personeel. Met name die combinatie is lastig, de overheidsmaatregelen (met name van de lokale overheid) hebben vaak ingrijpende consequenties in de praktijk van de bedrijfsvoering. Denk aan parkeerproblematiek en de toenemende concurrentie door branchevreemde ondernemingen die de krenten uit de pap pikken”.

Bedreigingen



Unieke branchekennis

Voor onze specialistische kennis over de retailbranche maken wij gebruik van Branche in Zicht (BiZ) dat unieke brancherapportages heeft met actuele en betrouwbare cijfers, trends en ontwikkelingen. BiZ wordt ondersteund door het grootste netwerk van accountants en adviseurs, SRA geheten. De 370 SRA-kantoren hebben meer dan 50% van alle mkb-bedrijven als klant. Zij wisselen kennis en ervaring uit die weer worden ingezet voor uw onderneming. Betrokkenheid en kwaliteit staan daarbij voorop.

Branche in Zicht biedt retailondernemers ‘harde cijfers’ over het afgelopen jaar. De Retailscan is een aanvulling hierop: een sentimentanalyse met een inschatting over de verwachting voor de komende periode. De scan is uitgezet door het netwerk van SRA-accountantskantoren, via hun website.