

Waarom fashionretail het hardst wordt getroffen

18-05-2015 12:17

Hoewel het aantal faillissementen in de detailhandel lijkt te dalen, verkeert de fashionretail nog steeds in zwaar weer. Maandag publiceerde het CBS cijfers over de flink dalende bedrijfsresultaten in de fashionretail.

Uit de cijfers blijkt dat het bedrijfsresultaat in drie jaar tijd daalde van ruim vijfhonderd miljoen euro in 2010 naar nog geen 150 miljoen euro in 2013. Een krimp van ruim zeventig procent. Het bedrijfsresultaat van de gehele detailhandel daalde in dezelfde periode met zestien procent.

Dat mede hierdoor de faillissementen zich opstapelen is niet verwonderlijk. In 2013 trof ruim een derde van de faillissementen in de detailhandel de fashionbranche en staakten bijna 2100 fashionretailers hun activiteiten. Recente voorbeelden zijn Mexx, Geddes & Gilmore en Miss Etam. En wie volgt de ontwikkelingen bij V&D niet op de voet?

Dat fashionretailers hun winst tussen 2010 en 2013 zagen kelderen komt volgens het CBS doordat de omzet veel harder daalde dan de kosten. Waar de omzet in deze periode met zevenhonderd miljoen euro (7,2 procent) daalde, namen de kosten met driehonderd miljoen euro af (3,4 procent). Hierdoor daalde het bedrijfsresultaat als percentage van de omzet van 5,5 procent in 2010 tot 1,6 procent in 2013.

Vooraf personeel- en huisvestingskosten bleven hoog. Deze kosten zijn gezamenlijk goed voor dertig procent van de totale kosten en bleven in de gemeten periode stijgen. Zo groeiden de huisvestingskosten met bijna zeven procent, terwijl de personeelskosten met ruim anderhalf procent toenamen.

Eind 2013 meldde retaildeskundige Carel Bikkers al aan RetailNews dat retailers vooral gebukt gaan onder hoge winkelhuren. Waar de waarde van vastgoed is gedaald en ook de omzet en winst van winkeliers teruglopen, zijn de huren gedurende de crisis gelijk gebleven. Wanneer vastgoedeigenaren vasthouden aan contracten die enkele jaren geleden zijn afgesloten, zorgde dat volgens hem voor een probleemsituatie. Eigenlijk niets nieuws onder de zon dus. Is er dan helemaal niet ingegrepen?

Consultant marktondersteuning binnenland en retaildata Rens Tap van Modint en branchemanager mode Edwin Belt van INretail reageren.

Waarom worden fashionretailers zo hard getroffen?

Tap: "In de fashionbranche is de dynamiek groot. Met name zelfstandigen staan onder druk van grote ketens, die werken met enorme volumes en andere kostenstructuren. Bij deze groep ligt dan ook de grootste uitdaging in de fashionbranche. Maar ook bij grote ketens valt direct op wie het moeilijk hebben: ketens in het midden die allang in de markt opereren, die vastzitten aan personeel met een vast contract en langlopende huurcontracten – neem een voorbeeld aan V&D – komen in de problemen. Zij moeten wachten tot ze weer opnieuw in een onderhandelingspositie komen, tot zij kunnen ingrijpen. Bij een V&D is deze strijd om loonsverlagingen nog steeds gaande."

Belt: "De tegenvallende bedrijfsresultaten zijn met name te wijten aan de dalende omzet. Hoewel ook de kosten hoog zijn, is daarin de afgelopen jaren afgeremd, terwijl de omzet een dalende lijn inzette. De consument is sinds de crisis prijsbewuster en koopt minder. Als deze aan de kassa vier stuks in plaats van vijf afreken, mist de retailer een omzet van twintig procent. De kosten blijven echter gelijk. Een voorbeeld dat de crux van de situatie goed weergeeft. Daarnaast is webwinkelen door de consument ontdekt. Als we kijken naar de totale omzet in de markt, blijkt daarin dat de online omzet wel degelijk iets stijgt, maar de fysieke de daling veroorzaakt."

Een grote kostenlast voor fashionretailers zit 'm in de huisvestingskosten. Moet pandeigenaren niet eens soepeler omgaan met huurprijzen?

Tap: "De eigenaren zitten ook aan financieringen vast. Maar inderdaad, ik ken een voorbeeld van een leegstaande winkel die nu te huur aangeboden wordt tegen een prijs die men de vorige huurder niet wilde geven. De huur moet een relatie houden met wat er in de winkel verdiend wordt; omzetgerelateerde huren. Anderzijds; als men in een andere branche dan mode de huur wel op kan brengen, dan zullen modezaken moeite hebben panden te vinden. Het blijft uiteindelijk vraag en aanbod."

Belt: "Ook huurkosten stonden hoog op de agenda van retailers. In 2010, bij de start van het onderzoek, waren de huren veel hoger dan die nu zijn. Al met al is er op een aantal punten al verbeteringen waargenomen, en daar waar onderhandeld kon worden is dat gedaan. Het blijft een kwestie van willen. Contract is contract, hoor ik vaak bij onze leden. De huurafspraken zijn gemaakt in tijden van hoge omzetten. Nu die gedaald zijn blijkt het voor veel retailers de steen naar de bodem. Wat verhuurders beter kunnen doen is samen met de retailer kijken naar reële verhoudingen tussen kosten en omzet."

Is daarmee het stijgende aantal faillissementen nog niet ten einde?

Tap: "Het aantal faillissementen in de fashion is hoog, maar hoort ook bij de dynamiek die er altijd al is geweest. Er komen nieuwe spelers bij en er vallen spelers af. Het is door de crisis dat de consument minder is gaan uitgeven en prijs een belangrijke factor is geworden. Er wordt geconcurrereerd met goedkope ketens en het internet. De fashion heeft hier in hogere mate mee te maken dan andere branches. Daarbij zegt de hoogte van het aantal faillissementen weinig over het toekomstperspectief, als deze niet wordt afgezet tegen het aantal nieuw gevestigde winkels."

Wat betekent deze dynamiek voor de toekomst van de fashionretail?

Tap: "Ik zie nog weinig verbetering. En ook de cijfers laten dit zien: de omzetten dalen, terwijl het volume stijgt. Kortom, we verkopen meer maar tegen een lagere prijs. Dat is killing voor de marge. Deze wordt met moeite omhoog gehouden, nu bijvoorbeeld ook de dollarkoers stijgt en productie duurder wordt. De hoop is gevestigd op de uitgaven van consumenten. Zij hebben er weer meer vertrouwen in. Vraag is waar zij hun geld aan gaan besteden. Een nieuw huis, vakantie, kleding of een nieuwe iPhone?"

"Waar nieuwe spelers op dit moment kans maken, is in de gespecialiseerde niches. Daar vinden consumenten nog iets speciaals. Bovendien kunnen nieuwe spelers onderhandelen over huren en goedkope flexwerkers inzetten. In deze submarkten zien we straks minder winkels, maar wel rendabele. Het middensegment blijft het het moeilijkst krijgen, daar waar de reeds omgevallen modeketens zich ook bevonden. Het midden zal zich meer opdelen tussen de vraag naar goedkoop en de behoefte aan een duur segment. Het 'nieuwe midden' zijn ketens als de Zara en H&M."

Belt: "Als je ziet dat de grootste omzetstijging aan de internetzijde wordt behaald, dan is het als retailer verstandig om crossmediaal te gaan kijken. Wees in de winkelstraat sterk. Maar ook in het online winkelkanaal. Daarmee verhoog je je kansen om uit deze strijd te komen enorm. Op dit moment zien we dat retailers de kostenzijde – zover mogelijk – aardig op orde hebben. Het grootste deel van de kosten betreft de inkoop, maar dit is ook de factor die uiteindelijk het geld oplevert. Wat personeel betreft: leid hen goed op en zorg dat ze on- en offline een gesprekspartner zijn voor consumenten."