

Voorspelbaar, maar leuk is het niet

30-10-2015 10:32

Door Antoine Endtz

Advocaat bij Endtz & Co Advocaten

Als wij het Centraal Bureau voor de Statistiek mogen geloven gaat het goed in Nederland. Volgens de laatste cijfers (eind september) is ons BBP, oftewel onze industriële productie, weer op het niveau van vóór de crisis in 2008 (na een stijging van 1,8 procent op jaarbasis). Nog een paar klinkende cijfers: wij investeerden met elkaar tien procent meer in de aanschaf van materiële vaste activa (woningen, auto's, machines etc.) in vergelijking met 2014. Ook is onze export in het afgelopen jaar met ruim 5,4 procent toegenomen en is het aantal faillissementen sinds 2008 niet meer zo laag geweest.

Ik hoor u al denken: wanneer gaan wij retailers hiervan profiteren? Als we naar de retailcijfers kijken dan zijn die namelijk minder positief. Consumenten hebben dit jaar slechts 1,4 procent meer besteed dan in 2014 en daarbij loopt de omzetontwikkeling in food en non-food ongeveer gelijk op. Na een omzetsdaling van in totaal meer dan tien procent over de afgelopen jaren is dit wel een heel bescheiden herstel. Ook de winkelsanering zet onverminderd door.

In september ging weer een aantal winkelketens op de fles. In een markt waarin de winkelvloeroppervlakte met bijna 25 procent is gestegen bij een sterk gekrompen vraag is dat op zich voorspelbaar, maar leuk is het niet.

Is er dan wel licht aan het einde van de retailtunnel? Jazeker. En niet uit onverwachte hoek. De webverkopen rezen het afgelopen jaar weer met ruim dertien procent, wat bijna een verdubbeling is van de groei in 2014. Volgens de laatste voorspellingen zullen de onlineverkopen in 2020 voor het eerst boven de omzetten in de fysieke winkels uitstijgen. Het aantrekkende consumentenvertrouwen en de stijgende salarissen zullen echter ook gaan zorgen voor hogere fysieke winkelomzetten. Deze zullen geen explosieve groei vertonen, maar geleidelijk verbeteren.

Samenvattend: wie zijn webzaken goed op orde heeft zal volgens mij sneller profiteren van het herstel van onze economie dan de puur fysieke retailer. Maar één ding is duidelijk: komende winter zitten we er qua omzet waarschijnlijk warmer bij dan vorig jaar.

Bron: RetailTrends 10