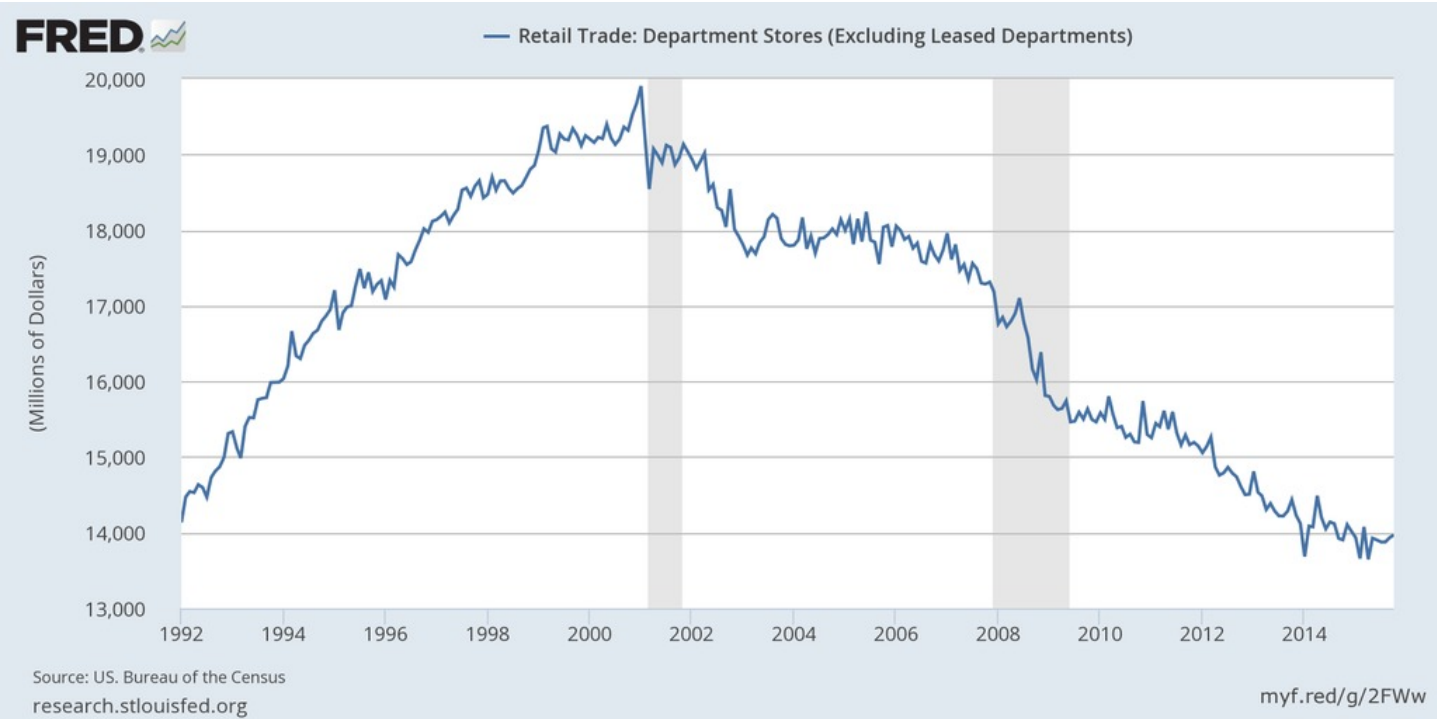


De vrije val van het warenhuis

01-12-2015 12:37

Het Amerikaanse warenhuis is terug, kopte RetailTrends nog in april. Terwijl het warenhuis in ons land onder vuur ligt, bloeit hij op aan de andere kant van de oceaan. Waar e-commerce veel warenhuizen wereldwijd de afgelopen jaren langzaam aan de das om lijkt te doen – ook in ons land hebben dinosauriërs als V&D en HEMA het moeilijk – zien ze daar opeens een verrassende comeback.

Dat verhaal van onze correspondent Anke Meijer ging echter over New York. De stad waar het ene naar het andere warenhuis uit de grond wordt gestampt. Maar de Big Apple is geen blauwdruk voor de rest van de Verenigde Staten, blijkt nu. Waar het tij in New York is gekeerd, gaat het in de rest van het land helemaal de verkeerde kant op. Dat is in ieder geval het beeld dat uit deze grafiek van St. Louis Fed naar voren komt.



De centrale bank had een fijne timing voor deze grafiek: Black Friday. Een dag waarop traditioneel veel bij J.C. Penney, Macy's, Nordstrom en Kohl's wordt geshopt. Maar Black Friday was dit jaar meer dan ooit een dag waarop deze traditionele warenhuizen met elkaar en met online retailers in gevecht waren om nog lagere prijzen te kunnen bieden door de overheadkosten terug te dringen.

Beurs

De teruglopende omzetten komen ook terug in de beurskoers van verschillende ketens. Nordstrom, dat er graag als succesvoorbeeld wordt bijgehaald, leverde in november op één dag meer dan zeventien procent in. De grootste daling in vijftien jaar, vond CNN uit. Twee dagen eerder berichtte The Wall Street Journal al over de slechtste dag voor Macy's in 6,5 jaar door een vergelijkbare terugloop. Over het hele jaar ligt de koers zelfs ruim veertig procent lager, weet presidentskandidaat Donald Trump. Zijn kledinglijn werd in de zomer uit de winkels van Macy's gehaald na wat controversiële uitslatingen over Mexicaanse immigranten. Ik had nooit gedacht dat het niet verkopen van mijn stropdassen en shirts zo'n grote impact zou hebben, tweette hij met enig leedvermaak.

Maar het is niet de ontbrekende kledinglijn van Trump die de warenhuissector dwarszit. In eerste instantie is dat het uitgangspunt van het warenhuis, dat een beroep doet op de ogenschijnlijk grenzeloze consumptiemaatschappij. Of ze nu op de lagere klassen of rijkere consumenten richten, alle ketens ondervinden nu de gevolgen van wat economen een langdurige cyclische daling noemen.

Na jaarlijkse omzetsdalingen van 4,5 procent in de afgelopen vijf jaar, leek echter vooral in de luxere markt weer schot in de zaak te zitten. Nordstrom kijkt dan ook verbaasd naar zijn eigen cijfers, die sinds augustus aan het teruglopen zijn. De nodige economische indicatoren leken erg positief voor de Verenigde Staten, de consumenten en de bestedingen, aldus topman Blake Nordstrom. Maar alles wat wij kunnen zeggen, is dat wij een teruggang zien.

Is er iets aan de hand met de Amerikaanse economie? Analisten grepen de cijfers van Nordstrom aan om hun zorgen te uiten. Als zelfs Nordstrom, met zijn superieure verdienmodel, het niet voor elkaar kan krijgen succes te boeken, wie dan wel?

Het Amazon-effect

De oorzaak van de teruglopende omzetten bij Nordstrom ligt volgens de analisten misschien niet langer bij aanhoudend warm weer of toeristen die hun hand even op de knip houden. Het kan een indicatie zijn dat de manier waarop consumenten shoppen en wat ze kopen definitief verandert. Kleding en cosmetica zou meer en meer ingeruild worden voor elektronica, auto's, woningartikelen en reizen.

Of zoals adviesbureau Evercore het verwoordt: De verwarrende discrepantie tussen de sterke gezondheid van de high-end Amerikaanse consument op papier en de actuele resultaten van retailers is vooral een weerspiegeling van de tektonische verschuivingen in het retaillandschap. Die verschuivingen worden volgens de analisten vooral veroorzaakt door een digitale revolutie, met een afname van impulsaankopen, toenemende specialisatie en omslag van dingen naar ervaringen tot gevolg.

En dan is daar nog Amazon, die consumenten zo opvoedt dat ze lagere kortingen verwachten dan fysieke retailers zich kunnen veroorloven. Analisten spreken daarbij graag van het Amazon-effect. De webwinkelgigant zag zijn beurskoers in tegenstelling tot J.C. Penney, Macy's, Nordstrom en Kohl's in aanloop naar de feestdagen flink toenemen. [USA Today](#) maakte aan de hand van gegevens van S&P Capital een vergelijking tussen de traditionele warenhuisketens, Amazon en de aandelenindex S&P 500 over de afgelopen twee maanden.



Niet geheel toevallig maakte Macy's vorige maand bekend nog meer winkels te zullen sluiten. De grootste warenhuisketen van Amerika kondigde begin dit jaar al aan tot veertig winkels te sluiten, net zo veel als J.C. Penney. Maar daar komen er in het geval van Macy's dus nog meer bij. De warenhuisketen zit echter niet bij de pakken neer, vertelt ceo Terry Lundgren. "Dit is een managementteam dat Macy's al eerder door moeilijke tijden heeft geloodst. Zoals we in het verleden hebben laten zien, gebruiken we deze uitdagende tijden om er daadkrachtig uit te komen."