

'Detailhandel koerst af op verdere kaalslag'

04-11-2016 08:24



Als de Nederlandse detailhandel op dezelfde weg doorgaat komt zijn economische en maatschappelijke rol in gevaar. Er zullen 55 tot 130 duizend voltijdbanen verdwijnen, de bijdrage aan de Nederlandse economie zal richting 2025 met 0,3 tot een procentpunt verminderen en twintig tot 35 procent van de winkelruimte wordt overbodig. Dat concludeert adviesbureau McKinsey & Company in een onderzoek naar de toekomst van de sector, dat in opdracht van brancheorganisatie Detailhandel Nederland is gehouden. De resultaten werden donderdag tijdens Retailpoort 2016 overhandigd aan minister-president Mark Rutte.

Toekomstige verschuivingen in de bevolkingssamenstelling, consumentengedrag, technologische innovatie en toenemende concurrentie zorgen er volgens de onderzoekers voor dat er de komende tien jaar nieuwe kansen en bedreigingen ontstaan. Hoewel sommige winkeliers in staat zijn zich aan te passen, verslechtert de situatie in de totale detailhandel als er niet tijdig wordt ingegrepen.

Om herstructurering mogelijk te maken moet de overheid samenwerken met de sector om structurele barrières als inflexibele bestemmingsplannen, ongewenste prikkels in de vastgoedsector en inflexibiliteit in de arbeidsmarkt weg te nemen. Individuele winkeliers moeten op hun beurt versneld hun winkelportfolio en personeelsbestand aanpassen aan de veranderende marktomstandigheden.

Verder moet de sector zich inzetten voor differentiatie en innovatie over alle kanalen heen. 'Veel spelers zullen door de hele keten heen moeten samenwerken om de steeds hogere verwachtingen van de klant waar te maken.

maken en winstgevend te blijven', luidt het rapport. 'Dit vereist flinke aanpassingen in het organisatiemodel en de talentopbouw.'

McKinsey & Company adviseert online marktplaatsen in te zetten op lokale producten, waar winkeliers de samenwerking met andere partijen moeten opzoeken. Zo moet er met vastgoedeigenaren meer variatie en beleving gecreëerd worden in de resterende winkelgebieden. Verder kunnen winkeliers elkaar versterken door gezamenlijk Nederlandse producten en diensten aan te prijzen in het buitenland en kan de overheid regelgeving aanpassen om een gunstig groeiklimaat te creëren.