

Retailjaar 2017: Seinen staan op groen

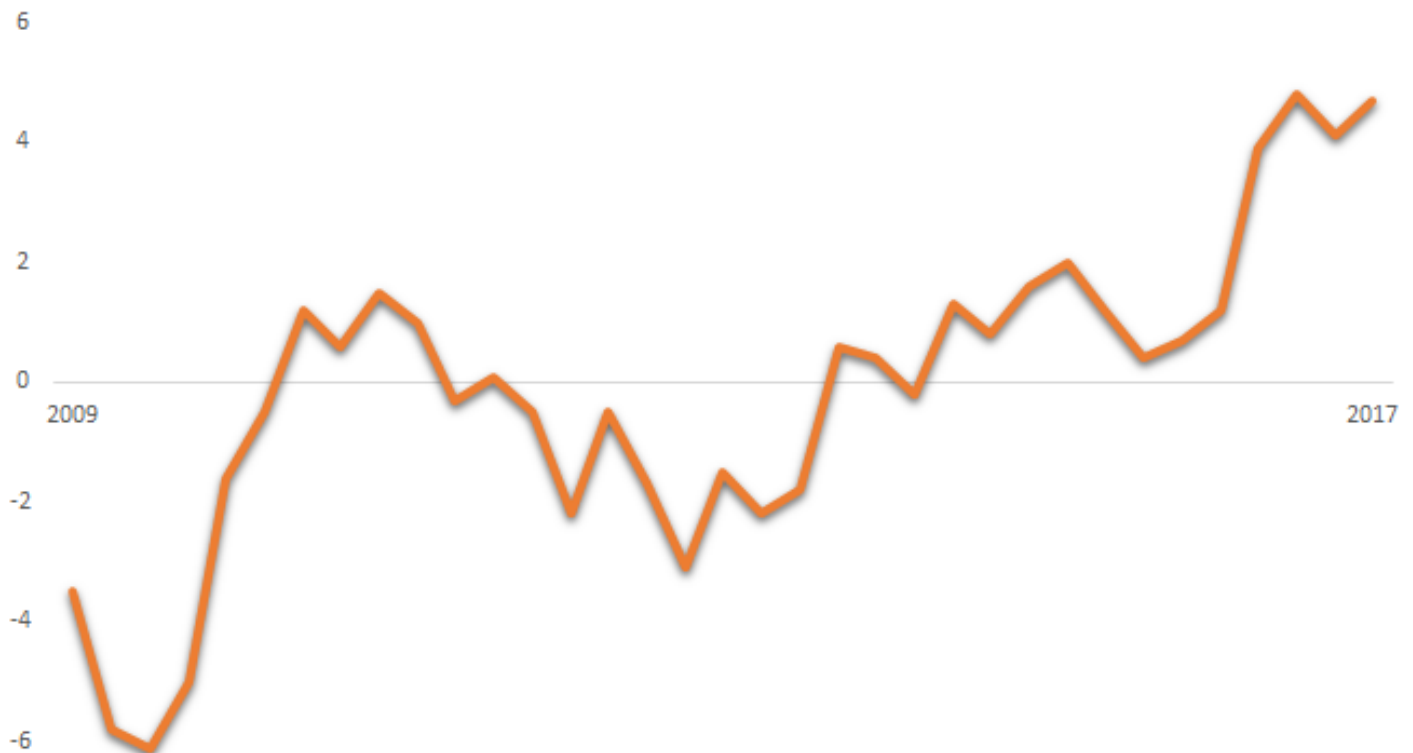
19-12-2017 08:00



Wat gebeurde er afgelopen jaar in retailland? RetailTrends blikt terug op 2017, aan de hand van acht hoofdpunten. Vandaag: het herstel van de detailhandel.

Na jaren van pessimisme staan de seinen weer op groen. Een recordaantal faillissementen maakte het afgelopen jaar plaats voor maandenlang omzetgroei. Statistiekbureau CBS, dat iedere maand een update geeft over de omzet in de detailhandel, sprak in crisistijd vooral over krimp. Maar sinds dit jaar is het bij de publicatie van de cijfers niet meer de vraag óf er sprake is van groei, maar hoeveel procent de groei bedraagt.

Hoewel er al sinds eind 2014 elk kwartaal een groei wordt gemeten ten opzichte van het jaar ervoor, zit het tempo er in 2017 echt goed in. Zo werd in de eerste drie maanden al direct een groei van 4,8 procent geboekt; de sterkste kwartaalgroei in meer dan tien jaar. Het bleek bovendien een opmaat voor de rest van het jaar, met een uitschieter van 5,8 procent in september.



Omzetgroei in de detailhandel per kwartaal (% ten opzichte van jaar eerder)

Vanzelfsprekend is het herstel van de detailhandel niet overal even goed voelbaar. Vooral de elektronica-branchen lukt het niet om de crisisperiode achter zich te laten. Terwijl alle andere sectoren plussen noteren, is er binnen elektronica ook dit jaar sporadisch sprake van omzetgroei. Aan het eind van het derde kwartaal lag de omzet liefst 21,1 procent lager dan in 2010, toen er al flink was ingeleverd.

Uitschieters

De sector zal met jaloerse blik kijken naar de woonbranche, die ook flink gehavend uit de crisisjaren is gekomen. Met hulp van een hoger consumentenvertrouwen en bovenal een stijging van het aantal verhuizingen, zit de omzet van woonwinkels dit jaar flink in de lift. Volgens de INretail [Woonwinkelmonitor](#) lag de omzet van woonretailers in de eerste negen maanden van 2017 liefst negen procent voor op 2016. "We kunnen dus echt wel zeggen dat het weer goed gaat in de woonbranche. Er is volop vertrouwen bij de consument en er zijn historisch veel verhuisbewegingen, wat leidt tot meer vraag in alle deelbranches. Daarbij zien we dat 'interieur' een hot item is, gezien de vele interieurprogramma's op tv en de aandacht in woonmagazines, kranten en tijdschriften", aldus branchespecialist Bert-Jan van der Stelt.

Ook de geluiden uit de [modebranche](#) zijn positief, vult collega Edwin Belt aan. In het derde kwartaal werd een groei van liefst 9,9 procent gemeten, waardoor het gemiddelde over de eerste negen maanden klom naar vijf procent. Vooral baby- en kinderkleding en beenmode groeiden hard, maar ook in de boven- en ondermode is sprake van een omzetstijging. Belt valt op dat er in de eerste drie kwartalen een hogere gemiddelde prijs per artikel wordt betaald (plus 7,2 procent), terwijl er een afname in het aantal verkochte stuks (min 2,1 procent) is te zien. "Men koopt blijkbaar minder kleding, maar áls men koopt, gebeurt dit tegen een hogere gemiddelde prijs ten opzichte van een jaar eerder." Dit kan volgens hem betekenen dat er duurdere artikelen worden gekocht of dat de artikelen minder fors zijn afgeprijsd dan het jaar ervoor.

De woon- en modebranche zijn ook volgens ABN Amro de sterkst groeiende sectoren van ons land. De bank is zelfs [in positieve zin](#) verrast door het herstel dat de detailhandel laat zien. Het jaar wordt naar verwachting

afgesloten met een groei van bijna drie procent: de sterkste toename sinds 2007. ING heeft dezelfde groeiverwachting voor dit jaar en [wijst](#) daarvoor ook op nieuwe initiatieven in de winkelstraat, vooral in grote steden met kansrijke gebieden. Zo opende Hudson's Bay dit jaar zijn eerste tien warenhuizen in ons land.

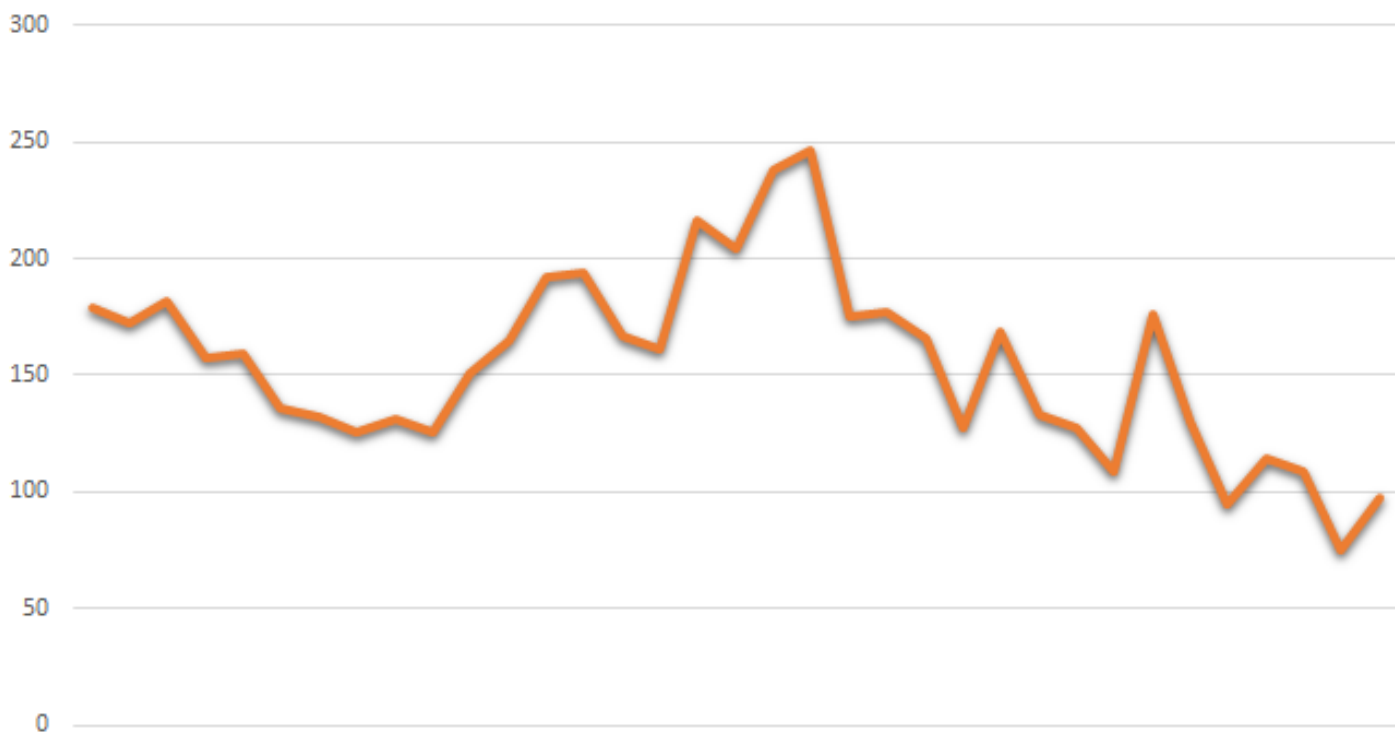
Winkelleegstand

De Canadese retailer is een van de oorzaken dat die andere graadmeter van het herstel in de detailhandel –winkelleegstand – positief uitslaat. Het aantal panden met de rolluiken dicht neemt namelijk [in rap tempo](#) af, als we Locatus en Strabo moeten geloven. De leegstand steeg na het uitbreken van de bankencrisis van grofweg vijf naar acht procent. Inmiddels staat nog zeven procent van de winkels leeg en zet de daling door het aanhoudende economische herstel nog wel even door. Hans van Tellingen en Gertjan Slob wijzen daarvoor op de toenemende consumentenbestedingen, waardoor er minder faillissementen en winkelsluitingen zullen komen. Daarnaast zorgt de druk op de woningmarkt er volgens hen voor dat de panden die leeg komen waar mogelijk sneller worden omgebouwd tot woningen. De leegstand komt naar verwachting van het duo terug op frictieniveau. "Op goede plekken is er al een tekort aan winkelruimte", stellen zij.

Vergelijkbaar [positief nieuws](#) van Locatus was er dit jaar over de risicoprofielen van winkelpanden. Voor het eerst in jaren zijn er meer winkelpanden in Nederland met zonnig toekomstperspectief. 32 procent van de panden heeft nu een gezond risicoprofiel, tegenover 28 procent in de voorgaande jaren. Dat komt mede doordat veel 'slechte' winkels uit de zijn voorraad gehaald door ze een andere functie te geven, waardoor het totaalbeeld van de Nederlandse winkelstraten is verbeterd.

Faillissementen

Uit deze Retail Risk Index blijkt verder dat het aantal gestopte ondernemers ook is teruggelopen. Waren er in 2014 en 2015 respectievelijk 15.114 en 14.479 stoppers, vorig jaar waren dat er nog 13.409. Een trend die ook is terug te zien in het aantal faillissementen in de detailhandel, dat eveneens een goede graadmeter vormt voor het herstel van de branche. Eind vorig jaar concludeerde ABN Amro-econoom Sonny Duijn al dat 'de grootste golf faillissementen als gevolg van de crisis is geweest'. Diverse winkeliers slaagden er vorig jaar al in om uit de financiële problemen te geraken, maar in 2017 is het beeld nog rooskleuriger.



Aantal faillissementen in de detailhandel per kwartaal

Het betekent niet dat de detailhandel dit jaar niet een aantal keer werd opgeschrikt door grote faillissementen. Vooral in de modebranche was het weer een paar keer raak. McGregor ging voor de tweede keer failliet en ook damesmodeketens Tuunte, Witteveen en Charles Vögele redden het niet. Daarnaast waren er wat kleinere en regionale ketens die op de fles gingen, zoals Hier Mode, College Style en Cotton Style. Ook waren er faillissementen voor Front Runner en voormalig RetailRookie De Schoenenfabriek. In andere branches gingen relatief weinig grote namen failliet. De 'opbrengst' bestaat uit Euroland en Phone House, die al aan het begin van het jaar op de fles gingen. Wellicht dat in de crisisjaren het kaf al van het koren is gescheiden.

Uitdaging

De kans is groot dat het aantal faillissementen volgend jaar verder terugloopt. ING denkt bijvoorbeeld dat er in 2018 een groei van 2,5 procent inzit. ABN Amro gaat op zijn beurt uit van een groei van twee procent. Een van de belangrijkste uitdagingen waar retailers voor staan is volgens de bank nog altijd de transitie naar omnichannel. Omdat de concurrentie groot is en de winstgevendheid beperkt, is er beperkte ruimte voor ondernemers om die transitie te maken. Bovendien zou het niet eenvoudig zijn om online een winstgevende business op te zetten.

En dat is niet onbelangrijk, omdat webwinkels nog altijd aan populariteit winnen. De online omzetgroei ligt volgens zowel het CBS als Thuiswinkel.org nog altijd in de dubbele cijfers. Een belangrijke nuance is dan ook dat nagenoeg alle groei in de Nederlandse detailhandel afkomstig is van webwinkels, stelt directeur Wijnand Jongen van laatstgenoemde brancheorganisatie. "De verkopen in de winkelstraat zelf groeien derhalve nog altijd niet of nauwelijks."

Eerder in deze serie:

[De entree van Hudson's Bay](#)