

Retailscan

Deelnemer: 1120533

Hoe staat u ervoor?
Uw persoonlijke adviesrapport

Detailhandel in beeld

In januari 2015 was de omzet in de detailhandel 0,8 procent hoger dan in dezelfde maand vorig jaar. Daarmee houdt de detailhandel de groei vast die in 2014 is ingezet. De verkopen (volume) groeiden in januari wederom, terwijl de prijzen iets sterker daalden dan in voorgaande maanden. Zowel winkels in voedings- en genotmiddelen als non-foodwinkels noteerden een hogere omzet en een groter volume (CBS).

Vooraf in winkels in voedings- en genotmiddelen groeiden in januari de omzet en het volume. Klanten gaven in deze winkels bijna 3 procent meer uit, het volume groeide iets sterker. Ook non-foodwinkels zetten meer om dan in januari vorig jaar. De omzet was ruim 1 procent groter, de verkopen kwamen ongeveer 3 procent hoger uit. De verschillende non-foodbranches lieten een wisselend beeld zien. Winkels in consumentenelektronica, winkels in woninginrichtingartikelen en drogisterijen zetten meer om dan een jaar eerder. De omzet van doe-het-zelfzaken, winkels in huishoudelijke artikelen, kledingwinkels en vooral textielsupermarkten was daarentegen lager dan een jaar geleden. De prijzen in de non-foodbranche liepen daarbij verder terug. Vooral kleding was door het zachte winterweer in de uitverkoop sterker afgeprijsd. Postorderbedrijven en internetwinkels realiseerden ruim 9 procent meer omzet dan in januari vorig jaar. Daarmee nam de omzet iets minder sterk toe dan in de afgelopen maanden.

Nieuwe Kansen

De Nederlandse detailhandel zucht onder een grote overcapaciteit. In 2014 steeg de leegstand van 6,9% naar 7,5% van alle winkelpanden, aldus onderzoeksbureau Locatus. Positief is dat het CBS spreekt van de grootste consumptiestijging in vier jaar tijd. De stijgende consumentenbestedingen hebben een direct positief effect op de vraag in de sector. Voor het eerst sinds de zomer van 2007 is het vertrouwen van consumenten weer positief. Het consumentenvertrouwen komt in maart uit op 2. In februari was dat -7. Vooral over de economie zijn consumenten behoorlijk positief. De winstprognose door retailers die deelnamen aan de SRA-Retailscan 2014 was 2,3% (over de tweede helft 2014 en eerste helft 2015). Deze voorspelling is realistisch gebleken.

De retailsector verandert fundamenteel. Zo ontstaan er steeds meer concepten die non-food en horecadiensten combineren. Denk aan een lunchgedeelte in een warenhuis of een koffiehoek in een kledingwinkel. De invloed van het online-kanaal is groot. Er komen nieuwe, succesvolle spelers bij, zoals online winkels (bijvoorbeeld in schoenen) en discounters. De tijd dat het winkelpersoneel per definitie een informatievoorsprong had op de consument is voorbij. Dankzij de nieuwe media kunnen consumenten zich op allerlei manieren oriënteren en laten informeren. Deze veranderingen bieden kansen, om formules te verleggen en daarmee groei te realiseren. Om die kansen goed te benutten, moeten retailers hun strategie aanscherpen door innovatie, lokale aanpassing en samenwerking (bron: BiZ-Brancherapport Retail).

Uw bedrijf vergelijken

Om die kansen te pakken, moet uw onderneming goed gepositioneerd zijn en moet u weten waar u staat ten opzichte van de concurrent. Voor specialistische kennis over uw onderneming en uw branche maken wij gebruik van Branche in Zicht (BiZ). Wilt u weten hoe u ervoor staat? Met deze scan krijgt u alvast een beeld.

Vergelijking kengetallen

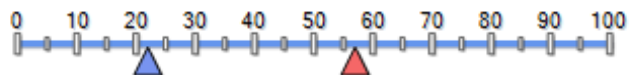
Wat was uw brutomarge in 2014?

De brutomarge is de verhouding tussen de brutowinst en de omzet, uitgedrukt in een percentage van de omzet.



- Zelf (38)
- Branche (40)

Als u kijkt naar uw personeelskosten in het afgelopen jaar (2014): welk percentage van de omzet heeft u hiervoor moeten reserveren? Dit is wat uw branchegenoten zeggen.



- Zelf (57)
- Branche (22)

Toekomstverwachting

Hoe verwacht u dat de komende twaalf maanden de omzet zich zal ontwikkelen?



- Zelf (4)
- Branche (4,7)

Hoe verwacht u dat de komende twaalf maanden de winst zich zal ontwikkelen?



- Zelf (-8)
- Branche (4,77)

Hoe verwacht u dat de komende twaalf maanden de personeelskosten zich zullen ontwikkelen?



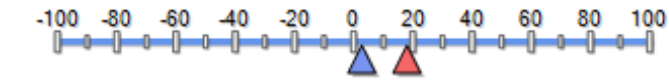
- Zelf (4)
- Branche (1,38)

Hoe verwacht u dat de komende twaalf maanden de investeringen zich zullen ontwikkelen?



Zelf (10)
 Branche (1,89)

Hoe verwacht u dat de komende twaalf maanden uw financieringsbehoefte zich zal ontwikkelen?

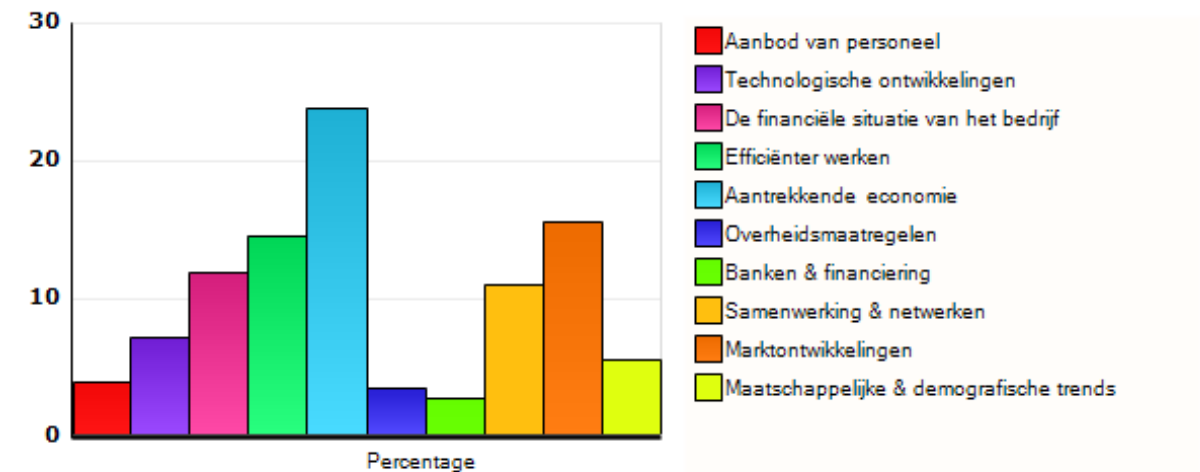


Zelf (18)
 Branche (2,78)

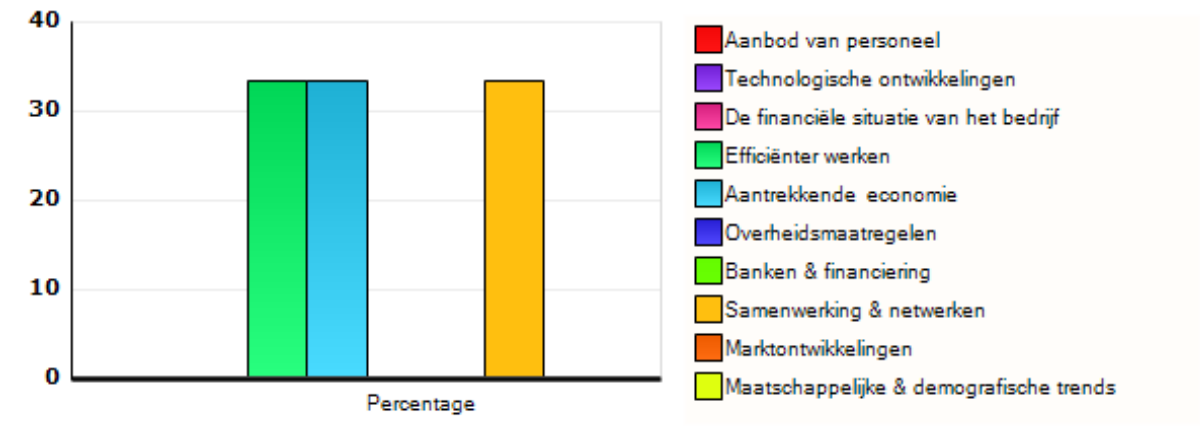
Kansen in de Retailbranche

Kansen voor de detailhandel zijn vooral: nieuwe technologie, samenwerking en nieuwe winkelgebieden (bron: BiZ-Brancherapport). Zo blijkt dat de detailhandel het aanbod, klantcontact en de service kan verbeteren dankzij het gebruik van internet, mobiele informatie en sociale netwerken van klanten. Verder zijn door een betere samenwerking in de keten nieuwe, flexibele concepten mogelijk met onder meer logistieke voordelen. Bij nieuwe winkelgebieden staat het aanbod van beleving en smaak centraal, met tijdelijke winkels en speciaalzaken.

In de grafiek ziet u een overzicht van de kansen in uw branche, zoals benoemd door u en uw brancheleden. Zo ziet u in een oogopslag wat door uw branche op dit moment als belangrijkste kans wordt gezien.



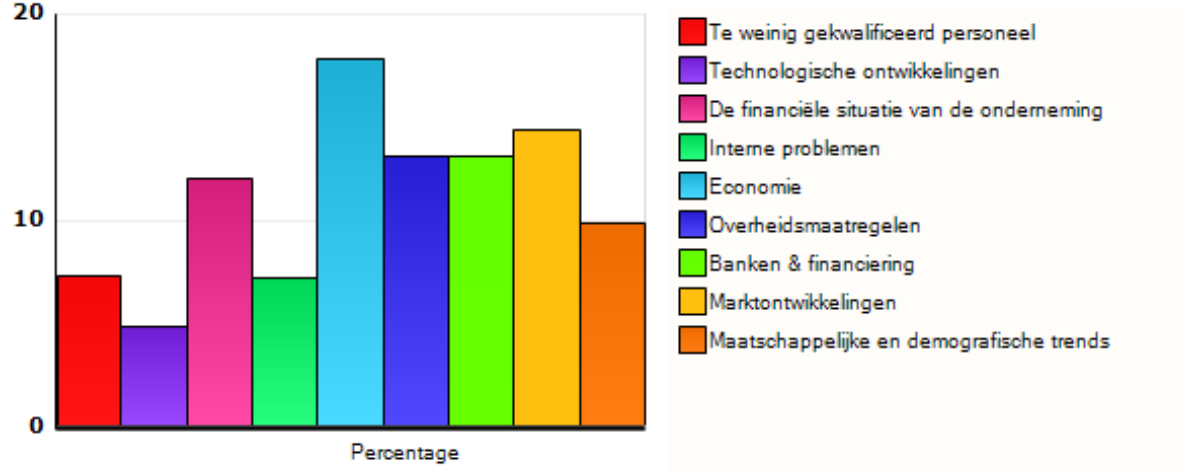
De door u genoemde belangrijkste kansen



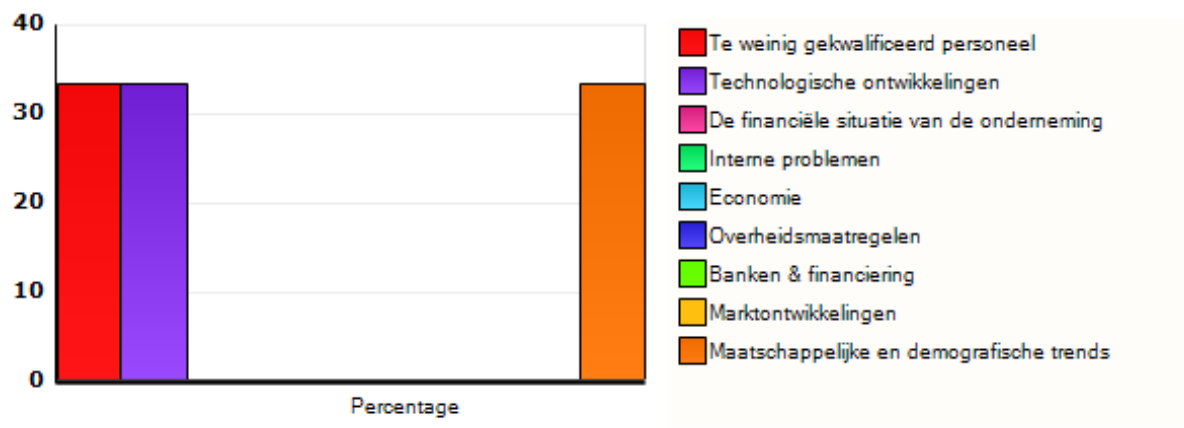
Bedreigingen in de Retailbranche

Helaas zijn er ook bedreigingen. De belangrijkste zijn: een tekort aan personeel met de juiste competenties en winkelleegstand (bron: BiZ-Brancherapport). Zo heeft de consument zich voordat hij of zij de winkel bezoekt al uitgebreid online georiënteerd. De kennisvoorsprong die het winkelpersoneel op de consument had, is daarmee verdwenen. Veel winkelmedewerkers hebben daardoor niet meer de juiste vaardigheden om de consument te begeleiden. Hij of zij moet gastheer of gastvrouw zijn in plaats van verkoper. Dat vraagt om andere competenties.

In de grafiek ziet u een overzicht van de bedreigingen in uw branche, zoals benoemd door u en uw branchegenoten. Zo ziet u in een oogopslag wat door uw branche op dit moment als belangrijkste bedreiging wordt gezien.



De door u genoemde belangrijkste bedreigingen



Branche in Zicht: kennis delen

Voor onze specialistische kennis over uw branche maken wij gebruik van Branche in Zicht (BiZ) dat unieke brancherapportages heeft met actuele en betrouwbare cijfers, trends en ontwikkelingen. BiZ wordt ondersteund door het grootste netwerk van accountants en adviseurs, SRA geheten. De 370 SRA-kantoren hebben meer dan 50% van alle mkb-bedrijven als klant. Zij wisselen kennis en ervaring uit die weer worden ingezet voor uw onderneming. Betrokkenheid en kwaliteit staan daarbij voorop.

Advies op maat

In deze roerige tijden komt de echte ondernemer boven! U staat daarin niet alleen. Of het nu gaat om branchespecialisatie, fiscaliteiten, financiering, verbetertrajecten of andere vraagstukken, wij hebben die expertise in huis. Uw SRA-kantoor helpt u met veel ondernemingszin en vakbekwaamheid verder. Van betrouwbare cijfers naar vooruitstrevend ondernemen.

Dit adviesrapport is gegenereerd op
03-04-2015

