

**“Omzetstijgingen
voor alle branches
in 2017”**

INretail blikk vooruit

Algemeen directeur van INretail Jan Meerman en de INretail
branchespecialisten Bert-Jan van der Stelt (Wonen), Edwin Belt (Mode)
en Dave Quadvlieg (Schoenen en Sport) geven hun visie op 2017.



INRETAIL

Seinen op groen

INretail: positieve omzetverwachting 2017

Alle voorwaarden lijken aanwezig om van 2017 een goed omzetjaar te maken. De koopkracht stijgt, de werkgelegenheid neemt toe en de lonen stijgen een beetje. Tegelijk blijven de inflatie en de hypotheekrente laag. Dat heeft veel invloed op de bestedingsruimte van consumenten. En die hebben in het algemeen veel vertrouwen in de groeiende economie van dit moment.



Groei

In alle branches die zij vertegenwoordigt, rekent INretail voor 2017 op omzetgroei. De woondetailhandel zal **5%** meer omzet dan een jaar eerder noteren. Modewinkels zullen net als schoenenwinkels van **2%** omzetgroei profiteren. En de sportretail kan rekenen op **2,5%** meer groei in omzet dan in 2016. Consumenten kunnen altijd en overal aankopen doen en de omzetgroei wordt dan ook via zowel offline als online kanalen gerealiseerd.

In 2017 hebben alle ondernemers voordeel van het gunstige economische perspectief van dit moment. Retailers die vasthouden aan gerichte keuzes binnen hun business model zijn de kanshebbers voor extra omzetgroei.

Actief

De omzetschade die de crisis veroorzaakte, is nog niet terugverdiend. Toch stijgt, dankzij enkele goede omzetjaren de investeringsbereidheid weer in de woonbranche. In de fashion- en sportbranche is het effect van de crisis nog duidelijk merkbaar, maar ook hier zien ondernemers groeikansen. Banken kunnen zich veel actiever opstellen en meedenken met ondernemers die zich onderscheiden met een doordacht, origineel en kansrijk plan. Dat stimuleert vernieuwend ondernemerschap.

Gemeenten, provincies en de landelijke overheid zijn verantwoordelijk voor een stimulerend ondernemersklimaat waarbinnen winkels kunnen floreren. De actiepunten uit de Retailagenda die worden gerealiseerd zorgen voor veel positieve impulsen, maar tientallen gemeenten kunnen nog veel meer werk maken van stimulerend retailbeleid.

Verkiezingen

Of politiek maatschappelijke factoren komende maanden impact hebben op de omzetontwikkeling is nu nog onduidelijk. Het verloop van de verkiezingen in maart is niet te voorspellen. Als de uitkomsten leiden tot een zogenaamd veel-partijen kabinet, waarvan de definitieve samenstelling lang kan duren, dan kan dit effect hebben op het consumentenvertrouwen. Op dit moment staan de seinen 100% op groen.

Jan Meerman

Algemeen directeur INretail
jmeerman@inretail.nl

Wonen

Inzetten op omzetgroei en rendementsverbetering!

De woonbranche staat er steeds beter voor. Over de eerste elf maanden van 2016 is de omzetgroei 7,3% hoger dan in 2015. Het is het derde groeijaar op rij. De zeven jaren daarvoor waren zwaar. De woningmarkt blijft een belangrijke aanjager van de bestedingen in de woonbranche. 'Interieur' is bovendien populair als thema en kan rekenen op veel media-aandacht. Consumenten zijn weer bereid te investeren in duurzame consumptiegoederen. Alle signalen zijn positief en ik verwacht opnieuw een jaar met **5%** omzetgroei in 2017 voor de totale woonbranche ten opzichte van voorgaand jaar.

Keuzes

Woonretailers profiteren verschillend van de omzetgroei in de branche. Gespecialiseerde woonondernemers ondervinden concurrentie van grootwinkelbedrijven, doe-het-zelf zaken, online-woonaanbieders en trendy nieuwe woonformules. Ondernemers die de afgelopen jaren een duidelijke strategie kozen en de klant hun onderscheidend vermogen tonen profiteren volop van de positieve vooruitzichten. Dit in tegenstelling tot retailers die nog moeten nadenken over het verbeteren van hun positionering, het winkelbeeld en de wijze van klantbenadering. De verschillen tussen ondernemingen gaan toenemen.

Het Woonstijlenonderzoek, www.inretail.nl/woonstijlen, dat INretail in januari 2017 lanceert, biedt prachtige aanknopingspunten voor een duidelijke positionering. De uitkomsten helpen bij het maken van keuzes in de collectie en de marketing.

Ik wens je een prachtig 2017 toe!



Bert-Jan van der Stelt
Branchespecialist Wonen
bjvdstelt@inretail.nl
06 518 118 76

Kansen voor 2017

Rendement optimalisatie

Het omzetherstel van afgelopen jaren verbetert de conditie van de woonwinkels, maar de **vloerproductiviteit** moet nog veel gezonder worden. De markt biedt daarvoor oplossingen variërend van **hard franchise** aangestuurde formules tot kleinschalige **shop in shop** concepten. Een kritische blik op de totale winkelvloeroppervlakte is hoe dan ook goed, want veel vierkante meters zijn geen onderscheidende factor meer. Nu telt een warme, inspirerende maar wel **efficiënte klantbeleving**. En dat vraagt om keuzes en lef. Bijvoorbeeld om ruimtes af te stoten of te verhuren. Ook afschrijven kan een optie zijn. Intensievere samenwerking met minder leveranciers blijft een belangrijk aandachtspunt. Het levert meer focus en betere marges op. Met minder leveranciers wordt het ook eenvoudiger om je winkelpresentaties te optimaliseren. Het Woonstijlenonderzoek van INretail is daar een belangrijk hulpmiddel bij.

Online en voorraad

Consumenten ervaren steeds minder drempels om een woonproduct online te kopen. Op dit moment wordt bijvoorbeeld al bijna **21%** van de kasten online gekocht, waarbij (uiteraard!) een snelle levering wordt verwacht. Zo is de consument inmiddels opgevoed door andere online aanbieders. Het is een **ketenuitdaging** om een goede oplossing voor **productbeschikbaarheid** te vinden. Grootwinkelbedrijven en (franchise)ketens spelen er al op in, maar ook zelfstandige speciaalzaken moeten met hun leveranciers overleggen hoe ze een antwoord kunnen bieden. De rol van de bank mag hierbij niet onbenoemd blijven: zij moeten ondernemer en leverancier meer **financiële ruimte** bieden om voorraad aan te houden.

Veranderend gedrag

Openingstijden van een winkel zijn al lang niet meer leading voor het koopmoment van een consument. Online heeft het grote voordeel dat er **24/7** gewinkeld kan worden. De meeste web-aanbieders zijn ook 's avonds bereikbaar voor vragen. Fysieke winkels moeten hier op inspelen. Dat betekent niet per se langere openingstijden maar **meebewegen** met het veranderend consumentengedrag. Dat kan bijvoorbeeld door samenwerking met interieurstylisten die zo een flexibele schil om de onderneming en haar openingstijden vormen.

Team

Kansen verzilveren lukt het best met een enorm gemotiveerd team dat samen succes wil maken. Investeren in de juiste mensen en een **goede teamsamenstelling** loont. Het zorgt voor een positieve drive en creëert een klimaat waarin medewerkers zich kunnen ontwikkelen. Veel ondernemers beseffen niet dat ze een interessante werkgever zijn voor stagiairs en schoolverlaters. Juist frisse starters zorgen voor nieuwe en andere energie in een team. In veel ondernemingen betaalt die investering in minder ervaren medewerkers zich dubbel en dwars terug.

Weg omhoog hervonden

De modebranche sluit het jaar 2016 positief af met een plus van 1,9%. INretail verwacht dat de modebranche in 2017 een omzetplus van **2%** zal kunnen noteren. In dit percentage is zowel de offline als online omzetgroei meegenomen.

De branche heeft de weg omhoog weer gevonden. Toch is de omzetschade van afgelopen seizoenen nog niet gerepareerd. Er wordt geconcurrereerd met andere markten die ook knokken om de kooplust van de consument, zoals de aanbieders van gadgets, mobiele telefonie en -abonnementen. Maar ook met de markt van duurzame consumptiegoederen, want consumenten zijn weer bereid te investeren in bijvoorbeeld meubels, tv en wasmachines. Aan de fashionbranche de uitdaging om hoger op de prioriteitenlijst te komen bij de consument in het uitgavenpatroon.

Het speelveld van de retailer verandert sterk en brengt veel vragen met zich mee. Online aanwezigheid is een uitdaging, maar een organisatie omvormen naar een omnichannel retailbedrijf gaat nog veel verder. En welke kansen bieden big data en slimme technologische oplossingen? Wat past bij de onderneming en de doelgroep waarop het zich richt? Voor 2017 geldt nog sterker het codewoord 'Kiezen'. INretail gaat ook in 2017 ondernemers helpen focussen, handvatten bieden en in contact brengen met betrouwbare en deskundige experts. Samen op weg omhoog.

Een veelbelovend jaar gewenst!



Edwin Belt
Branchespecialist Mode
ebelt@inretail.nl
06 105 056 66

Kansen voor 2017

Groei door strategie

De macro economische situatie is gunstig. Nu veel externe factoren positief meewerken, is het voor veel retailers vooral de uitdaging om zelf een duidelijke strategie te bepalen en hiernaar te handelen. Dat vraagt naast creativiteit ook om vasthoudendheid en focus op de ingezette koers.

De verschillen groeien tussen voldoende en goed tot uitstekend presterende spelers in de fashion marktmarkt, ongeacht een achtergrond als web- of stenen winkel. Ondernemers die **bewuste keuzes** maken in medewerkers, automatisering, assortimentsamenstelling en winkeluitstraling werken aan een voorsprong. Het merendeel van hen zal actief zijn als crosschannel speler om optimaal de consument te bedienen. Want de ruime meerderheid van de consumenten koopt inmiddels **crosschannel** als het gaat om fashion (circa 60%, bron: INretail). Er blijft ook toekomstperspectief voor local hero's, speciaalzaken en nichespelers zonder webwinkel. Wel is het dan van levensbelang om de doelgroep extreem goed te kennen en het aanbod en de marketing naadloos aan te laten sluiten op de wensen en het gedrag van de klant die bij dit type onderneming past. Vindbaar zijn via internet is uiteraard, ook zonder webshop, wel een must.

Duurzaam

Duurzaam ondernemen krijgt steeds meer aandacht en wordt ook door steeds meer ondernemers opgepakt. Dat is positief. INretail zet hier ook actief op in. Werd vorig jaar het **Textiel Convenant** ondertekend, in 2017 gaat de uitwerking duidelijk zichtbaar worden. Hoe meer ondernemers duurzaam ondernemen, hoe minder onderscheidend ten opzichte van andere fashionretailers, maar als branche des te meer. De consument kan er steeds meer op vertrouwen dat producten duurzaam worden geproduceerd. Hierin kan de Nederlandse fashionretail zichzelf profileren ten opzichte van buitenlandse spelers, zowel binnen Nederland als op internationale online platforms.

Medewerkers

Plezier in het werk vermindert **ziekteverzuim** en verhoogt de **arbeidsproductiviteit**. Goed werkgeverschap straalt af op je personeel en daarmee op de winkel en de consument en niet te vergeten potentiële nieuwe werknemers. INretail richt zich nadrukkelijk op **duurzame inzetbaarheid** van medewerkers in de branche. Opleiden is daarbij belangrijk en zelf kan een medewerker ook veel doen om 'fit to the job' te blijven. Op www.werkindewinkel.nl zijn de mogelijkheden rond het thema duurzame inzetbaarheid overzichtelijk bij elkaar gebracht.

Kooplust

Met de economische seinen op groen, is de consument eerder bereid om ook meer te besteden aan fashion. De kansen op **impulsaankopen** nemen toe, zeker wanneer men in gezelschap winkelt. Eerder is uit INretail onderzoek gebleken dat op zondag de gemiddelde uitgaven hoger liggen dan op andere dagen in de week. De zondag biedt bij uitstek ook de mogelijkheid om in gezelschap te winkelen. Dit betekent niet dat **zondagopenstelling** op alle locaties haalbaar is. Hoe stedelijker, hoe groter de animo onder consumenten om op zondag te winkelen.

Lichte omzetgroei zet door

De schoenenbranche rond het jaar 2016 positief af, in lijn met onze prognose aan het begin van het jaar (2%). Voor 2017 zijn de verwachtingen eveneens positief. Als INretail verwachten we voor 2017 dat de schoenretail opnieuw een omzetstijging van **2%** zal realiseren ten opzichte van 2016. Dit als gemiddelde van zowel de offline als online omzet samen. De sportbranche sluit het jaar 2016 eveneens positief af met een plus van 2,5% ten opzichte van de omzet in 2015. Voor 2017 wordt verwacht dat voor de sportretail een **2,5%** omzetstijging ten opzichte van 2016 mogelijk moet zijn. Geholpen door de positieve economische ontwikkelingen die de consument vertrouwen geeft en meer bestedingsruimte.

Gaten geven lucht

Er is een flinke sanering geweest in de branche. Niet alleen veel mkb'ers, maar ook grote schoenen- en sportretailers zijn (deels) uit het winkellandschap verdwenen. Failliet, dan wel voortijdig gestopt om faillissement te voorkomen of gestopt om reden van leeftijd. Het is wrang, maar het geeft degenen die overleven lucht en ruimte om te ondernemen en de klanten op maat te bedienen. Deze retailers hebben het afgelopen jaar keuzes gemaakt, mede door meer zicht op cijfers via bijvoorbeeld de retailmonitoren en het brancherapport Sportfocus 2016. De strijd om de gunst van de consument vereist sterke retailers met visie en onderscheidend vermogen.

Durf en creativiteit, maar ook de toepassing van techniek om het de consument zo gemakkelijk maar ook inspirerend mogelijk te maken, blijven ook in 2017 belangrijke USP's.

Succes in 2017!



Dave Quadvlieg
Branchespecialist
Schoenen & Sport
dquadvlieg@inretail.nl
06 125 071 35

Kansen voor 2017

Vraag of aanbodgestuurd?

De macro omstandigheden zitten mee, maar dit wil nog niet zeggen dat de consument in je winkel komt. Het concurrentieveld is sterk, zowel tussen branches die steeds meer vervagen als binnen de traditionele branches. De **sneakertrend** is wat dit betreft een mooi voorbeeld. Wie profiteert optimaal van deze trend? Is het de schoenen- en/of de sportbranche en is dit online of offline? Het zal de consument weinig boeien. Branches, winkel(typen) zijn niet de termen waarop de consument (online) gaat zoeken. En dat heeft ook zo haar consequenties voor offline, daar waar de zoektocht steeds vaker online start. Duidelijk is dat daar waar een vraag ontstaat, veel spelers hier op in kunnen springen. Maar samen ook een trend kunnen versterken, door een groot en gevarieerd aanbod binnen een in dit geval specifiek schoentype. De schoenretail heeft er in ieder geval rekening mee gehouden dat de sneakertrend in 2017 doorzet tijdens de inkoop in de indeling van de paren.

Vergrijzing

Het thema vergrijzing is niet nieuw, maar lange tijd bleef de retailer hier ver bij weg als het ging om **nadrukkelijke profilering** op de oudere doelgroep. Mede ook omdat de doelgroep zelf niet als 'oudere' bevestigd wil worden in marketing communicatie uitingen. Evenwel blijkt uit onderzoek van INretail een groeiende behoefte aan **faciliteiten** die inspelen op gemak (en ongemak) van deze doelgroep. Bijvoorbeeld met voldoende zitplekken, zo ook in de paskamer. Wie past zich het snelste en beste aan wat betreft deze doelgroep? Vooralsnog de **pasvormschoenwinkels** en de **sportspecialzaken** met heel veel persoonlijke aandacht en productkennis.

Bestedingsruimte

Een groeiende economie, dalende werkloosheidscijfers en toenemend consumentenvertrouwen. De basis voor een hogere **koopbereidheid**. Uitgestelde aankopen, veelal op het vlak van de grotere duurzame producten, komen weer in beeld. Zo ook **skivakanties**. Waar eerder een pas op de plaats werd gemaakt, trekt het aantal boekingen weer fors aan. De sportretail profiteerde hier eind 2016 al van en zal hiermee het jaar 2017 goed beginnen.

Gezond leven

Aandacht voor een gezonde levensstijl is en blijft groot. Mogelijkheden zijn er in overvloed qua sportscholen (zelfs 24/7), bootcamps, trailrunning, Yoga etc. Allemaal even **toegankelijk** en **laagdrempelig**. Dit biedt met name kansen in bepaalde producten voor specialisten. De vraag is niet meer of je gezond leeft en sport, maar hoe vaak per week dat je dit doet en met welk sportief doel of uitdaging. Denk aan de halve marathon met bijbehorende trainingsschema's. Bovendien werkt het aanstekelijk, waarbij men elkaar aanspreekt op actief sporten en bewegen. Daarbij zijn ook de **meetinstrumenten** (horloges met hartslagmeter etc) die blijven innoveren niet meer weg te denken. Ook hier weer het meten en monitoren van prestaties om iedere keer weer beter te willen presteren.

INretail is de grootste brancheorganisatie in retail non-food. We lobbyen om ondernemen makkelijker te maken. Onze retailprofessionals ondersteunen en adviseren je over cao, bedrijfsvoering, juridische kwesties en marktontwikkelingen. Daarnaast helpen wij je om je voor te bereiden op de toekomst van het retaillandschap.



INRETAIL

Arnhemse Bovenweg 100 | 3708 AG Zeist

Postbus 762 | 3700 AT Zeist

T 088 973 06 00 | E info@inretail.nl | www.inretail.nl