

schoenen

- » Omzet schoenenbranche met 2,2% gedaald in 2010
- » Lichte stijging van de omzet verwacht in 2011
- » Grotere rol voor internetaanbieders in de schoenenbranche

Branchebeschrijving

In de schoenendetailhandel worden dames- en herenschoenen, kinderschoenen, laarzen, sportschoenen, sandalen en pantoffels verkocht. Onder het assortiment vallen tevens accessoires zoals veters, onderhoudsmiddelen en lederwaren zoals riemen en tassen. De VGS (Ver-

eniging Grootwinkelbedrijven in Schoenen) is de branchevereniging, die via haar leden ruim eenderde van de markt dekt.

Trends en ontwikkelingen

Omdat de consument de hand nog op de knip hield, daalde de omzet van de schoenenbranche met 2,2% in 2010. November was met een omzetgroei van bijna 20% een lichtpunt. Bedacht moet worden dat door het vroege intreden van de winter, de consumenten die maand hun aankopen naar voren haalden. Na het topjaar 2006 is het bergafwaarts gegaan met het aantal verkochte schoenen, met 2010 als voorlopig dieptepunt. De volumeontwikkeling van de schoenenbranche blijft hiermee achter bij de kledingbranche. Hoewel schoenen steeds meer onder de aandacht komen als modeartikel, weten kledingzaken door snel wisselende collecties de aandacht van de consument beter vast te houden. Kledingzaken weten zo de consument te verleiden vaker per jaar aankopen te doen.

In de schoenenbranche wordt gezondheid de laatste jaren meer onder de aandacht gebracht. Waar dit voorheen op het kinder- en ouderensegment was gericht, speelt deze trend tegenwoordig ook in het modieuze segment. Afgelopen jaren ondervonden traditionele schoenenwinkels meer concurrentie van internetaanbieders en branchevreemde aanbieders zoals kleding- en sportzaken. Naast deze toenemende concurrentie zien we steeds meer schaalvergroting in de branche. Ook zien we vaker verticale integratie in de branche, doordat grote internationale merken hun eigen winkels openen, om zo hun merk optimaal te kunnen neerzetten. Kledingzaken verleiden de consument vaker per jaar aankopen te doen.

Onze visie

Voor 2011 verwacht ABN AMRO dat de werkloosheid gemiddeld wat lager zal uitvallen dan in 2010. Daar tegenover staat een koopkrachtdaling onder andere door overheidsbezuinigingen. Al met al nemen de consumentenbestedingen toe met krap 1%. De schoenenbranche kan hiervan profiteren met een omzetgroei van 1%. Ondanks de concurrentie met kleding- en sportzaken, doet de consument nog steeds de meeste aankopen in de schoenenwinkel. Deze biedt de klant een uitgebreider assortiment en meer kennis en service. Met de komst van grote internetaanbieders groeit de rol van internet verder in de komende jaren. Veel traditionele winkels investeren, om niet achter te blijven, in hun website om zowel de online winkelende als de oriënterende

consument aan zich te binden. Om de schoenenbranche een impuls te geven moet het aandeel in het besteedbare inkomen omhoog worden gebracht. De branche zou kunnen inspelen op trends als duurzaamheid. Maar ook demografische ontwikkelingen zoals vergrijzing bieden kansen voor de schoenenbranche. Senioren zijn doorgaans trouwer aan merk en winkel, waardoor het verleiden en vasthouden van oudere klanten belangrijke uitdagingen zijn voor de winkelier. Ook aan de inkoopkant liggen kansen voor de branche. Door samen te werken in inkoop, kan de branche meer inkoopmacht krijgen en betere inkoopcondities afdwingen bij leveranciers. In de keten liggen tevens kansen voor samenwerking.

Kerngegevens

Aantal bedrijven: **1.305**
Aantal winkels: **3.460**

Omzet per winkel: **EUR 590.000**
Omzet per fte: **EUR 155.000**

ABN AMRO omzetverwachting 2011: + 1 %

Websites

www.cbwmitex.nl
www.hbd.nl
www.schoenencentrum.nl
www.schoenvisie.nl

Omzetontwikkeling

Bron: CBS

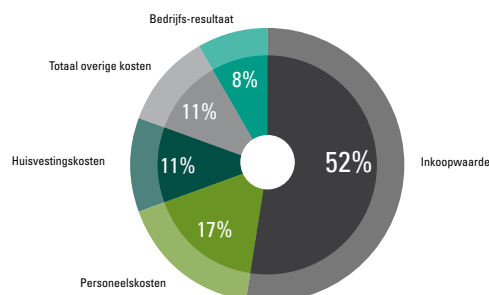
- ▶ In 2010 is de 2,8% volumedaling deels gecompenseerd door een 0,6% prijsstijging, waardoor de omzetsdaling uitkwam op 2,2%.
- ▶ Sinds 2006 is het aantal verkochte schoenen jaar op jaar gedaald. In 2010 was het aantal verkochte schoenen lager dan tien jaar geleden.
- ▶ De prijs van schoenen is sinds 2005 geleidelijk gestegen met gemiddeld 0,9% per jaar.



Exploitatiebeeld

Bron: HBD

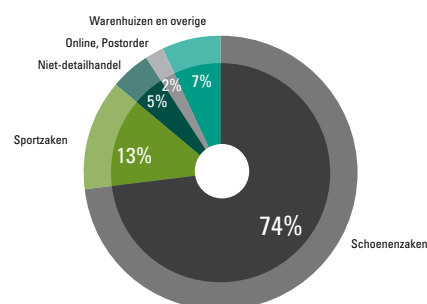
- ▶ Mede door schaalvergroting is de inkoopwaarde van schoenenwinkels gedaald tussen 2002 en 2009. In 2002 bedroeg de inkoopwaarde 57% van de omzet, in 2009 was dat 52%.
- ▶ De inkoopkosten van schoenzaken zijn met 52% relatief laag ten opzichte van de gehele detailhandel (66%). Personeelskosten zijn relatief hoger, omdat personeelsleden over een hoger kennisniveau beschikken.



Marktaandeel van verkoopkanalen

Bron: HBD

- ▶ Ondanks de branchevervaging wordt het grootste deel van de schoenen verkocht via schoenenwinkels.
- ▶ Om meer inloop te genereren, verkopen schoenenwinkels steeds vaker branchevreemde producten zoals kleding en accessoires.
- ▶ Steeds meer fysieke winkels hebben tegenwoordig ook een online afzetkanaal om de verkopen te stimuleren.



Bestedingen aan schoenen

Bron: HBD, ABN AMRO Sector Research

- ▶ De bestedingen aan schoenen zijn in 2010 uitgekomen op een bedrag van EUR 2,1 miljard.
- ▶ Ten opzichte van 2004 zijn de bestedingen per hoofd nauwelijks toegenomen.
- ▶ Het aandeel van schoenen in de totale consumptieve bestedingen is de afgelopen jaren gedaald.

