

24 april 2020 – Sector Advisory – Retail

Ondernemen in tijden van corona

De gevolgen van het coronavirus voor ondernemers in de sector retail

Sinds 12 maart is de samenleving enorm veranderd. Ondernemers moeten improviseren en anderhalve meter afstand houden lijkt het nieuwe normaal te worden. [ABN AMRO verwacht dit jaar](#) een krimp van de Nederlandse economie van 3,8 procent in een scenario waarbij de 'lockdown' twee maanden duurt en daarna stapsgewijs wordt opgeheven. Het coronavirus zal daarom voor langere tijd grote gevolgen hebben voor ondernemers binnen de retail. Voor de sector retail gaat ABN AMRO uit van 8 procent krimp.

Op korte termijn is crisismanagement nodig, maar tegelijk moeten ondernemers alvast verder kijken. In deze korte publicatie geeft ABN AMRO hier aanbevelingen voor.

Macro-economische groeiverwachtingen

	2019	2020	2021
Nederlandse economie			
BBP	1,8	-3,8	2,2
Part. consumptie	1,4	-5	4,5
Overheidsconsumptie	1,6	3,3	1,8
Investeringen	5,3	-8,2	-1,5
Uitvoer	2,4	-6,7	5,2
Invoer	3,1	-6,9	5,2
Werkloosheidspercentage	3,4	4,1	5,2
Internationaal (BBP)			
Eurozone	1,2	-4,3	1,6
VS	2,3	-4,8	3,4

Groeiverwachting sectoren (in volumes)

	2019	2020	2021
Agrarisch	1	-3,5	1,5
Food	1	-4	2
Industrie	-1	-10	8
Bouw	4	-4,5	-2,5
Vastgoed waardeontwikkeling	7	1,5	-5
Retail	2,5	-8	6
Leisure	1,4	-25	30
Transport & Logistiek	1,5	-7	4
TMT	3	-1	0,5
Zakelijke Dienstverlening	3	-4	-0,5
Healthcare	3,1	3	3,5

Lees onze [sectorprognoses van 27 maart](#) voor de volledige toelichting

ABN AMRO heeft net als de overheid [diverse maatregelen](#) getroffen om ondernemers direct te ondersteunen, onder meer via het verlenen van [uitstel van rente en aflossingen](#). De overheidsregelingen kunt u [hier vinden](#).

Invloed coronacrisis op de retail

De retail wordt op verschillende manieren hard geraakt:

1. Een vraagschok als gevolg van het wegblijven van voorzichtige klanten en beperkingen van bezoekersaantallen.
2. Vrijwillige sluiting van veel winkels om het personeel te beschermen en maatregelen te treffen.
3. Vraaguitval als gevolg van dalend vertrouwen bij consumenten en ondernemers die inkopen bij retail-groothandelaren doen.

Grote gevolgen van de anderhalve-meter-samenleving op de sector retail

Nu Nederland voorlopig een anderhalve-meter-samenleving zal zijn, raakt dat retailsector in het hart. Winkeliers krijgen met tal van praktische problemen te maken die om oplossingen vragen. De uitdaging is daarbij om binnen de gestelde eisen van veiligheid in te spelen op sterke veranderingen in het gedrag van de consument om zo de schade zoveel mogelijk te beperken. Hieronder volgt een aantal stappen die retailondernemers kunnen zetten:

- ✓ Voor veiligheid in de winkel is het van belang een maximaal aantal mensen toe te laten. Doe dit slim door winkelmandjes of winkelkarren te verplichten, maar deze beperkt ter beschikking te stellen. Spreiding van het aantal klanten door langere openingstijden kan helpen om de omzet op peil te houden. Maak het in winkels voor klanten makkelijk om op gepaste afstand op hun beurt te wachten met bijvoorbeeld strepen op anderhalve meter. Inmiddels zijn beschermingsschermen voor personeel bij kassa's en balies en het aanbieden van ontsmettingsmiddelen bij binnenkomst onmisbaar.
- ✓ De coronacrisis kan leiden tot faillissementen, banenverlies en heeft in april voor een [daling van het consumentenvertrouwen](#) gezorgd. Consumenten worden hierdoor nog prijsbewuster. Retailondernemers moeten extra toegevoegde waarde bieden om te voorkomen dat ze in een prijsoorlog geraken. Het middensegment krijgt het lastiger ten opzichte van discounters en luxere retailmerken die automatisch meer waarde toevoegen. Veel retailers moeten zich daarom opnieuw uitvinden en herpositioneren.
- ✓ Digitale kanalen en persoonlijke aandacht zijn van groot belang. De ontwikkeling van het onlinekanaal krijgt een versnelling door deze crisis, omdat meer consumenten gebruikmaken van het onlinekanaal en er positieve ervaringen mee krijgen. Naast gemak biedt onlinewinkelen ook veiligheid voor de klant en het personeel. Om toch in contact te blijven met klanten, is het nuttig om social media in te zetten om de klant direct te benaderen en verkoopgesprekken een-op-een via Facetime of WhatsApp te voeren. Hiermee wordt drukte op de winkelvloer beperkt en kan in een veilige omgeving advies gegeven worden. Voor supermarkten is het verstandig de onlinecapaciteit uit te breiden nu onlinebestellingen in deze periode met 50 procent zijn gestegen. Helaas lijkt het onlinekanaal het verlies van de verkopen in de fysieke non-foodwinkel op dit moment niet te kunnen compenseren.
- ✓ Creativiteit en lokaal denken zijn van groot belang om door deze periode heen te komen. Winkels die sterk afhankelijk zijn van fysieke verkoop kunnen op zoek gaan naar andere afzetkanalen dan alleen online, bijvoorbeeld door producten aan te bieden via bijvoorbeeld supermarkten waar nog veel publiek komt. Doordat fysiek winkelen minder spontaan wordt, zal er voorlopig veel minder bezoek in de winkelstraat zijn en komt het nog meer aan op de competenties en creativiteit van het personeel om klanten goed te bedienen en de conversie per klant te verhogen. Door de crisis doen consumenten hun fysieke inkopen dichterbij huis. Dit biedt een kans voor lokale ondernemers om de binding met de plaatselijke consument te versterken. Verdere toelichting bij deze punten kunt u [lezen op onze site](#).

Wat het coronavirus voor u betekent binnen de sector retail

Branche	Impact van 1,5-meter samenleving	Grootste uitdaging	Grootste kans	Link naar relevante publicatie
Automotive	groot	Vraaguitval door uitstel grote aankopen en verlaagde mobiliteit met impact op aftersales	Onlinekanaal en locatiebeleid herijken	Interview op ABN AMRO insights
Food	matig	Veiligheid in winkels en distributiecentra	Onlinekanaal verder ontwikkelen	Analyse op ABN AMRO insights
Non-food	groot	Vraaguitval en veiligheid in winkels en distributiecentra	Onlinekanaal verder ontwikkelen en conversie per klant verhogen	Interview op ABN AMRO insights
Groothandel consumentengoederen	groot	Vraaguitval bij retailafnemers	Onlinekanaal verder ontwikkelen en alternatieve afzetkanalen zoeken	Insight op ABN AMRO insights

Bovenstaande geeft beknopte informatie. Neem voor meer informatie contact op met onze sectorspecialisten:

Ward van der Stee | Sector Analist Retail & Leisure | ward.van.der.stee@nl.abnamro.com

Paul Metzmakers | Sector Econoom Retail & Leisure | paul.metzmakers@nl.abnamro.com

Henk Hofstede | Sector Banker Retail | henk.hofstede@nl.abnamro.com

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd. Het gebruik van tekst en/of cijfers uit deze publicatie is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld.

Teksten zijn afgesloten op 24 april 2020, © ABN AMRO, april 2020