

Detailhandel

Arbeidsmarktupdate

29 december 2016



Inhoudsopgave

Samenvatting	2
1. Werkgelegenheid en vacatures	4
1.1 Ontwikkelingen in omzet en werkgelegenheid	4
1.2 Segmenten en beroepen	7
1.3 Werving en vacatures	8
2. Kenmerken personeel	11
2.1 Geslacht, leeftijd en dienstverband	11
2.2 Opleiding en werkervaring	12
3. Trends en ontwikkelingen	14
3.1 Ontwikkelingen per segment	14
3.2 Sectoroverstijgende trends	16
4. Tekorten en overschotten	20
4.1 Ontwikkeling werkloosheid	20
4.2 Spanning op de arbeidsmarkt	22
4.3 Wervingsproblemen	23
5. Arbeidsmarktkansen	24
5.1 Kansen voor pasafgestudeerden	24
5.2 Kansen voor werkzoekenden in de detailhandel	25
5.3 Kansen voor werkzoekenden uit de detailhandel	27
5.4 Kansen voor Wajongers	28
Literatuur	29
Colofon	34

Samenvatting

Duidelijke tekenen van herstel in de detailhandel

De omzet in de detailhandel hangt sterk af van het koopgedrag van consumenten. Tijdens de economische crisis was het consumentenvertrouwen laag en waren mensen voorzichtiger om nieuwe goederen te kopen. Na de crisis - vanaf 2013 - nam de koopbereid weer toe. Het vertrouwen in de economie groeit en sinds 2014 stijgt ook de koopkracht weer. UWV verwacht voor 2016, 2017 en 2018 een productiegroei voor de detailhandel van circa 2% per jaar.

In 2015 werd door de detailhandel 100 miljard euro omgezet. Hoewel de sector voornamelijk bestaat uit kleine (web)winkels (<10 werkzame personen), wordt het grootste deel van de omzet gerealiseerd door winkels met meer dan 50 werkzame personen. De totale omzet uit winkels in voedingsmiddelen (waaronder supermarkten) is groter dan de omzet uit winkels in de non-food. Het marktaandeel van 'pure' webwinkels is slechts 6% van de totale omzet, toch groeit online als verkoopkanaal sterk.

Komende jaren blijft de werkgelegenheid 'voorzichtig' groeien

De detailhandel behoort tot de grotere sectoren in de werkgelegenheid. De sector biedt in 2015 werk aan bijna 870 duizend personen. Er zijn zo'n 735 duizend werknemersbanen en 133 duizend banen voor zelfstandig ondernemers. Het omvangrijkste beroep in de sector is verkoopmedewerker (31%). Tussen 2011 en 2013 daalde het aantal banen van werknemers in de detailhandel. In 2014 en 2015 heeft het herstel in de sector geleid tot een snelle groei van werknemersbanen. Over twee jaar ging het om een toename van 23 duizend banen (+1,6% per jaar). Onder zelfstandigen was de ontwikkeling van de werkgelegenheid de afgelopen jaren vrij stabiel.

Voor 2016, 2017 en 2018 verwacht UWV een lichte maar gestage groei van het aantal banen in de sector. Over drie jaar wordt een groei voorspeld van 20 duizend werknemersbanen (+0,9% per jaar) en ruim 3 duizend banen voor zelfstandigen (+0,8% per jaar).

2016 was problematisch voor warenhuizen en winkelketens

De verwachte banengroei vlakt naar verwachting dus wat af. Dit heeft onder andere te maken met de wankelende positie van traditionele warenhuizen en winkelketens. Tegen het einde van 2015 en in 2016 is er een aantal grote winkel(keten)s failliet gegaan, waaronder V&D en de winkelformules van Macintosh. In 2016 verloren ruim 21 duizend mensen hun baan als gevolg van faillissementen in de sector. In 2015 ging het nog om bijna 8.000 faillissementsuitkeringen in de detailhandel. Bijna 18 duizend van de 21 duizend mensen zijn afkomstig van een grote winkel of keten. De faillissementen hebben vooral in het eerste kwartaal van 2016 geleid tot een flinke toename van WW-uitkeringen.

Hoewel er de komende jaren flink wat nieuwe werkgelegenheid ontstaat (o.a. door de groei van webwinkels), moet er rekening worden gehouden dat er extra banen verdwijnen als gevolg van nog meer winkelsluitingen. Volgens experts heeft het omvallen van traditionele winkelketens en warenhuizen te maken met het veranderende koopgedrag van consumenten. Door de opkomst van online winkelen verschuift de (distributie)functie van warenhuizen voor een deel naar webwinkels. Consumenten die nog wel naar fysieke winkels gaan, doen dit vaak alleen nog als deze winkels waarde kunnen toevoegen, zoals het bieden van sfeer of goede service.

In de sector daalt de relatieve vraag naar verkoopmedewerkers en stijgt de vraag naar transport en logistiek personeel. De eisen die worden gesteld aan verkooppersoneel veranderen: zij moeten over de juiste service- en adviesvaardigheden beschikken.

Veel vacatures door hoog verloop en flexibele markt

De detailhandel telt ongeveer 138 duizend vacatures, 17 procent van de totale vacaturemarkt. Er is geen andere sector in de economie met zo veel vacatures. In 2014 en 2015 groeide de vraag naar nieuw personeel sterk: er kwamen 33 duizend vacatures bij (+31%). Voor 2016, 2017 en 2018 voorspelt UWV een lichte groei van 0,7% per jaar, vergelijkbaar met de verwachte groei in de werkgelegenheid.

De vraag naar personeel in de sector is hoog omdat het verloop eveneens hoog is. Er werken veel jongeren in de detailhandel: 3 op de 10 arbeidskrachten is een scholier of student. Het aandeel flexibele krachten (waaronder oproep- en invalkrachten) ligt veel hoger dan gemiddeld over alle sectoren samen.

Concurrentie onder werkzoekende verkopers neemt af

De werkloosheid in de detailhandel is vanaf 2010 sterk toegenomen. Vooral in 2012 en 2013 steeg het aantal nieuwe WW-uitkeringen vanuit de sector. In 2014, 2015 en 2016 daalde het aantal nieuwe WW-uitkeringen licht. De werkloosheidsdaling komt op het conto van kleine en middelgrote winkels.

Tussen 2013 en 2015 daalde hier het aantal nieuwe WW-uitkeringen met 13%. Onder personeel van grote winkels en ketens steeg het aantal WW-uitkeringen tussen 2013 en 2015 met 3%. Ook in 2016 steeg de werkloosheid vanuit grote winkels en ketens fors, met een werkloosheidspiek in het eerste kwartaal van 2016 (+9.000 nieuwe WW-uitkeringen). Met name onder verkoopmedewerkers van 50 jaar of ouder nam hier de werkloosheid de afgelopen jaren sterk toe.

Ondanks de perikelen in grote winkels en warenhuizen, lijkt de totale werkloosheid vanuit de detailhandel over een hoogtepunt heen te zijn. De dalende werkloosheid in combinatie met de aantrekkelijke vacaturemarkt zorgt ervoor dat de concurrentie onder verkopers daalt. In 2015 en 2016 is de verhouding tussen vraag en aanbod in balans (ongeveer 1 kortdurend werkzoekende op 1 openstaande vacature). Wel zijn er regionale verschillen. In Noord en Oost-Nederland en in delen van Limburg, Noord-Brabant en Zuid-Holland is er (nog) sprake van een ruime arbeidsmarkt voor verkopers.

Steeds betere arbeidsmarktkansen voor werkzoekende verkopers

De arbeidsmarktkansen voor de meeste verkoopfuncties liggen net iets onder het gemiddelde. Er zijn ook beroepen met matige arbeidsmarktkansen, zoals verkopers van kleding en schoenen (bijvoorbeeld kinderkleding of dameskleding). De vraag naar dit soort verkopers is de laatste jaren gedaald, onder andere door de komst van webwinkels. Voor de komende jaren worden de kansen voor verkopers en ondernemers positief ingeschat.

In de sector spelen opleidingsniveau en –richting minder een rol voor beginnende medewerkers dan in andere sectoren. Dit biedt kansen voor WW'ers. In 2015 zijn er naar schatting meer dan 19 duizend mensen vanuit de WW ingestroomd in een baan in de detailhandel: 58% was voorafgaand aan de WW-periode al werkzaam in de sector, 42% was eerder werkzaam via een uitzendbureau of in een andere sector (zoals de zakelijke dienstverlening, zorg of groothandel). De sector biedt vooral kansen aan jonge WW'ers: meer dan de helft van de werklozen die werk vonden in de sector was jonger dan 35 jaar.

Gemiddeld lukt het 6 op de 10 mensen die vanuit de detailhandel de WW instromen om binnen een jaar weer aan het werk te komen. Sommige van hen zijn (al dan niet noodgedwongen) op zoek gegaan naar een functie buiten de detailhandel. Overstapberoepen voor verkopers liggen voornamelijk op het terrein van horeca, klantcontact, administratie/secretarieel en commercieel. Waar de arbeidsmarkt voor administratieve functies momenteel weinig kansen biedt, zijn er bijvoorbeeld betere kansen op het gebied van klantcontact.

1. Werkgelegenheid en vacatures

De sector Detailhandel bestaat uit kleine en middelgrote winkels (mkb) en grootwinkelbedrijven. Bedrijven in de detailhandel leveren goederen aan consumenten voor persoonlijk gebruik. Dit zijn zowel nieuwe als tweedehands goederen. De verkoop van auto's, motorfietsen en caravans valt niet binnen de detailhandel. Vaak worden de begrippen detailhandel en retail als synoniemen van elkaar gebruikt. Dit is niet geheel terecht; onder retail vallen naast fysieke goederen namelijk ook diensten die worden geleverd aan consumenten (door bijvoorbeeld reisbureaus). Het verschil tussen de detail- en groothandel is dat in de groothandel goederen geleverd worden aan bedrijfsmatige afnemers in plaats van aan particulieren.

1.1 Ontwikkelingen in omzet en werkgelegenheid

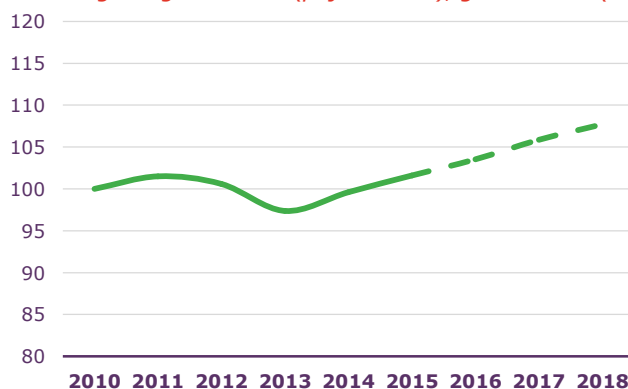
Als (potentiële) consument word je bijna dagelijks geconfronteerd met de sector Detailhandel. Bewust of onbewust komen mensen in aanraking met reclames, (web)winkels, marktkramen of straatverkopers. De sector staat of valt met het koopgedrag van consumenten. In 2015 bedroeg de totale binnenlandse consumptie van huishoudens ongeveer 294 miljard euro.

Vanaf 2013 duidelijke tekenen van herstel in de detailhandel

De economische crisis heeft duidelijk zijn sporen nagelaten. In tijden van laagconjunctuur hebben mensen vaak minder te besteden (ook door een hoge werkloosheid), is het consumentenvertrouwen laag en zijn mensen minder bereid of in staat om nieuwe goederen aan te schaffen. In het jaar 2011 daalde het consumentenvertrouwen zeer sterk, met een dieptepunt aan het einde van 2012. Vanaf begin 2013 neemt het vertrouwen van consumenten in de economie weer toe. Halverwege 2015 waren er sinds lange tijd weer meer consumenten positief gestemd over de Nederlandse economie dan negatief. Ook stijgt de koopkracht weer sinds 2014 (onder andere dankzij lastenverlichtingen). De koopbereidheid van consumenten is tussen 2013 en 2016 sterk toegenomen.

Productiecijfers detailhandel: realisatie en prognoses

Bruto toegevoegde waarde (prijzen 2014), geïndexeerd (2010=100)

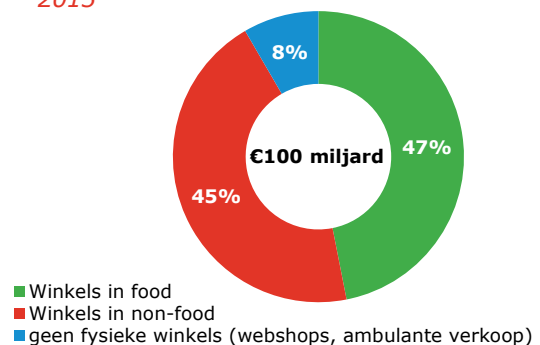


Bron: UWV

- De productie in de detailhandel (in bruto toegevoegde waarde) bedroeg in 2015 ongeveer 23,5 miljard euro. Hiermee is de sector goed voor bijna 4% van de economie.
- Naast (regionale) demografische ontwikkelingen, hangt de productie in de detailhandel vooral sterk samen met de conjunctuurontwikkeling. Tussen 2011 en 2013 daalde de productie in de sector met ruim 4%. De afgelopen jaren gaat het weer beter met de economie en herstelt dus ook de productie in de sector: tussen 2013 en 2015 steeg deze met ruim 4%.
- Vermoedelijk zet het herstel door in 2016 en de daaropvolgende jaren. UWV verwacht voor de detailhandel tussen 2016-2018 groei van zo'n 2% per jaar.

- De totale omzet in de detailhandel kwam in 2015 uit op 100,3 miljard euro (exclusief btw). Het grootste aandeel in de totale omzet werd gerealiseerd door het segment food: de verkoop van voedingsmiddelen (47%). Dit komt met name door de omzet van supermarkten. Ongeveer 45% van de omzet komt vanuit winkels in de non-food en 8% is gerealiseerd door webwinkels en ambulante verkoop (zoals warenmarkten). Tot webwinkels worden in deze cijfers alleen bedrijven gerekend die het grootste deel van hun omzet halen uit de verkoop via het onlinekanaal.
- Ten opzichte van 2014 is de omzet in 2015 met 1,9% toegenomen. Tussen 2013 en 2014 steeg de omzet al met 0,5%. Het jaar ervoor was er nog sprake van een daling van 3%.

Omzet sector Detailhandel 2015

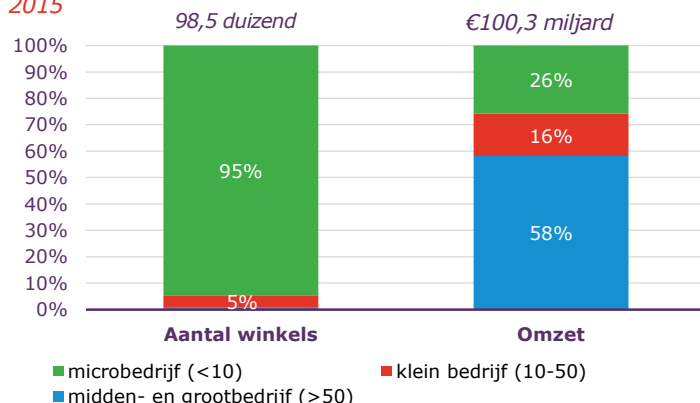


Bron: Detailhandel.info

Vooral supermarkten en de detailhandel die gericht is op woningen en duurzame consumptiegoederen profiteren van het feit dat consumenten minder de hand op de knip houden. Speciaalzaken in voeding blijven onder druk staan, vooral doordat supermarkten marktaandeel innemen. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de ontwikkelingen in verschillende branches.

Omvang sector Detailhandel naar bedrijfsomvang

2015



- In 2015 telde Nederland ongeveer 98,5 duizend winkels, een daling van 1,5% ten opzichte van 2014. Van alle winkels bestaat 95% uit bedrijven met maximaal 9 werkzame personen (micro-bedrijf). Slechts 5% van de winkels bestaat uit bedrijven met 10 of meer werkzame personen (klein, midden- en grootbedrijf).
- Ondanks het relatief kleine aantal bedrijven, zorgen het midden- en grootbedrijf samen wel voor de meeste omzet (58%).

Bron: Detailhandel.info

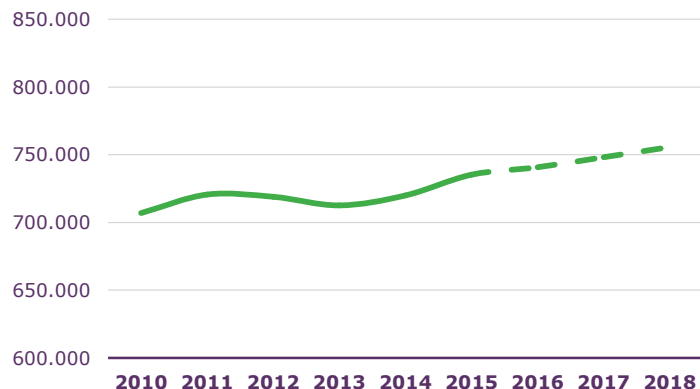
Forse banengroei voor werknemers in de detailhandel in 2014 en 2015

De werkgelegenheid in de detailhandel bestaat uit bijna 510 duizend voltijdbanen (fte). Circa 58% van de het totaal aantal fte in de sector komt voor in winkels met maximaal 50 werkzame personen (micro- en kleinbedrijf). De overige 42% - zo'n 213 duizend fte - is vertegenwoordigd in de grotere winkels en ketens met meer dan 50 werkzame personen.

In totaal waren er in 2015 bijna 870 duizend banen in de sector.¹ Er zijn circa 735 duizend werknemersbanen, ruim 9% van het totaal aantal banen van werknemers in 2015. Qua werknemers is de detailhandel de op een na grootste sector in de werkgelegenheid (na de zorgsector). De sector telt zo'n 133 duizend banen voor zelfstandigen, ruim 6% van het totaal aantal banen van zelfstandigen.

Banen van werknemers in de sector Detailhandel

2010-2015 realisatiecijfers, 2016-2018 prognoses



- De economische crisis heeft zoals gezegd invloed gehad op de omzet in de detailhandel. Veel winkels en ketens zijn in zwaar weer beland; sommigen wisten hun hoofd boven water te houden, andere winkels moesten noodgedwongen bezuinigen op (personeels)kosten of zelfs hun deuren sluiten. Tussen 2011 en 2013 heeft dit geleid tot een daling van zo'n 8 duizend banen van werknemers (-1%).

Bron: UWV Prognosecijfers (2016)

- Lang heeft de werkgelegenheidskrimp in de detailhandel niet geduurd. Net als in andere marktsectoren reageerde de werkgelegenheid in de detailhandel snel op het economisch herstel. In 2014 was het aantal werknemersbanen weer bijna op het niveau van 2011. In totaal nam het aantal banen van werknemers in 2014 en 2015 toe met bijna 23 duizend, een groei van +1,6% per jaar.

Bekend is hoe de werkgelegenheid zich in verschillende branches heeft ontwikkeld tussen 2010 en 2015.² In warenhuizen gingen de meeste banen verloren. Hier daalde de werkgelegenheid de afgelopen jaren met ruim 2 duizend voltijdbanen (-15%). Dit is exclusief het faillissement van V&D eind 2015 / begin 2016. Andere branches met een relatief groot verlies van voltijdbanen zijn doe-het-zelfzaken (-11%), woonwinkels (-11%) en winkels in consumentenelektronica (-11%). In sommige segmenten steeg het aantal voltijdbanen tussen 2010 en 2015. Bij juweliers en opticiens kwamen er bij elkaar ruim 4 duizend

¹ Het aantal banen ligt hoger dan het aantal voltijdbanen omdat een deel van de werknemers in deeltijd werkt.

² Op basis van Gianotten, H. (2016). *De Retail Transitie. Retail anders wordt gewoon*. Stichting KCH.

fte bij (+35%). In het segment 'detailhandel niet in winkels' groeide de werkgelegenheid met bijna 24 duizend voltijdbanen (+54%). Het betreft hier vooral een toename van banen bij webwinkels.

Komende jaren 'voorzichtig' groeiende werkgelegenheid verwacht

Dit betekent echter niet dat de sterke stijging van het aantal banen in de detailhandel de komende tijd noodzakelijkerwijs doorzet. Tussen 2015 en 2018 verwacht UWV een gematigd positieve baanontwikkeling van bijna +0,9% per jaar (6.800 werknemersbanen). Over drie jaar gaat het om een verwachte groei van meer dan 20 duizend banen van werknemers.

De banengroei vlak de komende jaren dus waarschijnlijk af. Hierbij spelen de volgende factoren een rol:

1. Omvallen traditionele warenhuizen en winkelketens

De afgelopen periode werd een aantal grote winkels en winkelketens failliet verklaard. Zo werd begin 2016 bekend dat een doorstart voor V&D niet meer haalbaar was. Ook voor de schoenenketens van Macintosh (Manfield, Dolcis, Scapino, Invito, Pro Sport) en een deel van de DA-keten viel begin 2016 het doek. Later kwamen ook bedrijven als Unlimited Sports Group (moederbedrijf van Perry Sport en Aktiesport), Scheer & Foppen, modewinkel McGregor en MS Mode in de problemen. Voor sommige winkels (of delen daarvan) was een doorstart nog mogelijk; voor andere winkels bleek het faillissement onafwendbaar. Alleen al voor de hierboven genoemde winkels gaat het in totaal om zo'n 18 duizend werknemers die in Nederlandse filialen werkzaam waren. Omdat voor sommige van de genoemde winkels een doorstart mogelijk was, betekent het niet dat al deze werknemers hun baan verloren. Alleen al in grote winkels en ketens gingen er in 2016 bijna 18 duizend banen verloren door bedrijfsfaillissementen. In hoofdstuk 4 wordt verder ingegaan op werkloosheid en faillissementen in de sector.

Gesteld worden dat de winkelsluitingen van de afgelopen periode vooral het gevolg zijn van veranderd koopgedrag, en niet zozeer van minder bestedingen. Als oorzaak van het omvallen van een aantal traditionele winkelketens noemen analisten vooral de verschuivende vraag van consumenten. Door de groei van het online verkoopkanaal worden warenhuizen (deels) vervangen door webwinkels. Consumenten kopen nog steeds bij fysieke winkels, maar vaak alleen nog als deze winkels waarde kunnen toevoegen aan het winkelen, zoals het bieden van goede service of sfeer.³ Het is denkbaar dat er de komende jaren nog meer warenhuizen en winkelketens hun deuren moeten sluiten.

2. Verschuiving naar online een 'bedreiging' voor verkopers

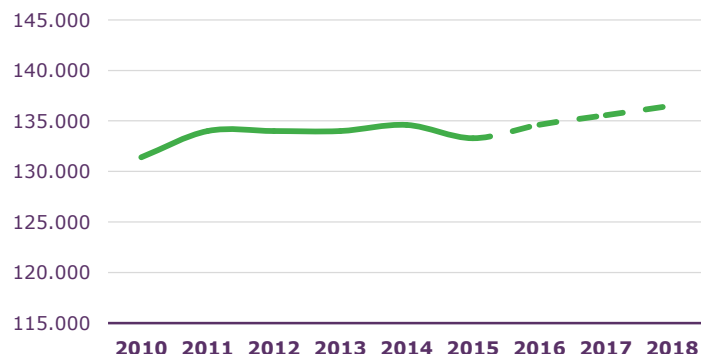
Het verlies van banen van een aantal traditionele winkels wordt deels gecompenseerd door de opkomst en groei van nieuwe (web)winkels. Door de komst van webwinkels zal er op termijn minder behoefte zijn aan verkopers; immers de arbeidsproductiviteit in webwinkels ligt hoger dan in fysieke winkels. Wel zal de vraag naar logistieke functies (zoals orderpickers, bezorgers) naar verwachting stijgen. Volgens de Economist zijn bedrijven in de detailhandel steeds meer gaan lijken op logistieke bedrijven.^{4,5}

Adviesbureau McKinsey & Company schetst in een recent onderzoek een pessimistisch beeld voor de komende jaren.⁶ Bij ongewijzigd beleid verdwijnen er mogelijk tot 2025 zo'n 55 tot 130 duizend voltijdbanen in de detailhandel (10-25% van fte's in de sector). In dit scenario wordt er van uitgegaan dat processen van automatisering en de groei van buitenlandse online spelers op de Nederlandse markt doorzetten. Volgens McKinsey lopen voornamelijk jongeren en laagopgeleiden een risico om hun baan te verliezen.

Aantal zelfstandig ondernemers groeit licht

Banen zelfstandigen

2010-2015 realisatiecijfers, 2016-2018 prognoses



Bron: UWV Prognosecijfers (2016)

- Tussen 2010 en 2015 schommelde het aantal zelfstandigen in de sector. Er was sprake van een lichte stijging van bijna 2 duizend banen. De afgelopen decennia waren er veel sterkere pieken en dalen in de ontwikkeling van de werkgelegenheid voor zelfstandigen in de detailhandel.
- Voor 2016, 2017 en 2018 verwacht UWV een lichte maar gestage groei van het aantal banen voor zelfstandigen in de sector. Verwacht wordt een groei van in totaal ruim 3 duizend banen (+0,8% per jaar).

³ Deze en andere trends worden in hoofdstuk 3 uitgebreid besproken.

⁴ The Economist (2016). 'All that is solid melts into air'. (19-11-2016).

⁵ Op pagina 9 is te zien dat de relatieve vraag naar verkoopfuncties daalt ten koste van logistieke functies.

⁶ McKinsey & Company (2016). *Rewriting retail: a sector in acceleration towards 2025*.

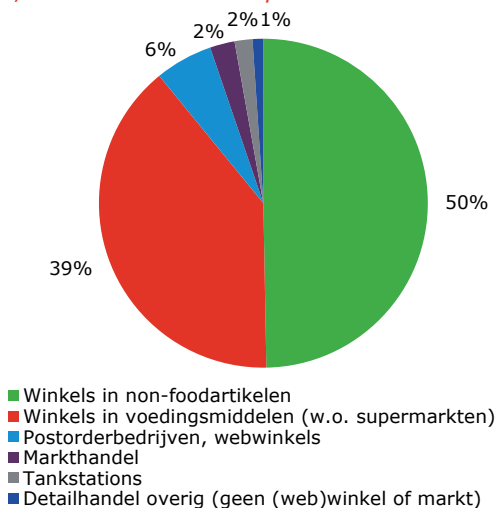
1.2 Segmenten en beroepen

In detailhandel werkt de helft in een non-foodwinkel; 3 op 10 is verkoopmedewerker

- De helft van het aantal banen in de detailhandel komt voor in winkels die overwegend non-foodartikelen verkopen. De non-food biedt werk aan ongeveer 447 duizend personen in 2014. Hiertoe worden ook warenhuizen gerekend (die vaak ook voedingswaren verkopen). De grootste branche binnen de non-food zijn de kledingwinkels (ruim 10% van de totale sector).

Verdeling werkgelegenheid in de detailhandel naar segment

2014, banen van werkzame personen



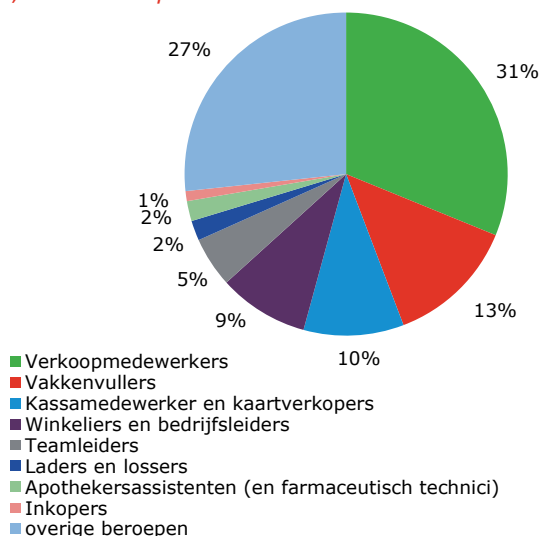
Bron: CBS Statline

- Bijna 40% van de werkgelegenheid bestaat uit winkels in voedingsmiddelen (food). Verreweg de grootste branche binnen de sector Detailhandel zijn de supermarkten; een derde van het aantal banen bevindt zich hier.
- Ongeveer 6% van het aantal banen in de sector bestaat uit postorderbedrijven en webwinkels. Het gaat om meer dan 50 duizend banen van werkzame personen. Dit is bijna een verdubbeling van het aantal banen ten opzichte van 2011, het jaar dat CBS de werkgelegenheid in dit segment is gaan tellen.
- Kleinere segmenten qua werkgelegenheid zijn de markthandel (2%) en de tankstations (2%).

Verdeling van werkenden naar beroep in de detailhandel

2014/15, alleen beroepen met 10 duizend werkenden of meer

- Verkoopmedewerker is met 31% het omvangrijkste beroep binnen de sector Detailhandel. Dit zijn ongeveer 225 duizend werkzame personen.
- Andere beroepen waar veel mensen in werken zijn vakkenvullers (13%), kassamedewerkers (10%), winkeliers en bedrijfsleiders (9%) en teamleiders (5%). Het aantal laders en lossers (2%), apothekersassistenten (2%) en inkopers (1%) is relatief klein in de detailhandel.



Bron: CBS, op verzoek van UWV

Er kan onderscheid worden gemaakt naar vier verschillende beroepsniveaus: elementair/lager, lager/middelbaar, middelbaar/hoger en hoger/wetenschappelijk. Op elementair/lager beroepsniveau is 18% van de werkgelegenheid in de detailhandel vertegenwoordigd. Onder alle sectoren samen bestaat slechts 9% van de werkgelegenheid uit dit soort beroepen. De meeste werkgelegenheid in de sector komt voor op lager/middelbaar beroepsniveau (66%). Dit is beduidend hoger dan gemiddeld over alle sectoren (43%). Beroepen op hoger/wetenschappelijk niveau zijn in de detailhandel juist sterk ondervetegenwoordigd: slechts 5% van het aantal werkzame personen in de sector heeft een baan op dit niveau. Onder alle sectoren samen is 30% van de werkenden vertegenwoordigd op het hoogste beroepsniveau.

In bijlage 1 vindt u een uitgebreide tabel met de meest omvangrijke beroepen (naar beroepsniveau) in de werkgelegenheid in de sector Detailhandel.

1.3 Werving en vacatures

Netwerk en open sollicitaties vaakst ingezet voor werving personeel

UWV brengt in beeld wat de belangrijkste wervings- en aannamekanalen zijn van nieuw personeel. Ook voor de sector Detailhandel (hier inclusief de autohandel) is bekend welke kanalen werkgevers in 2015 hebben ingezet om personeel te werven. Relatief vaak wordt het netwerk ingezet om nieuw personeel te zoeken (23%). Ook krijgen bedrijven in de detailhandel veel sollicitanten via spontane/open sollicitaties (21% tegen 11% gemiddeld). Verhoudingsgewijs komt dit in geen andere sector zo vaak voor als in de detailhandel. Zowel de werving via relaties als spontane/open sollicitaties blijken verreweg de belangrijkste aannamekanalen te zijn in de detailhandel. Voor sollicitanten lijkt het dus effectief te zijn om 'zomaar even langs te lopen' bij een winkel waar ze willen werken.

Inzet wervingskanalen in de detailhandel

2015, meerdere antwoorden mogelijk

	Detailhandel (incl. autohandel)	Alle sectoren
Relaties	23%	22%
Spontane/open sollicitatie	21%	11%
Eigen website	21%	32%
Sociale media	13%	18%
Via eigen personeel	9%	10%
Vacaturesite	9%	17%
Advertentie	9%	9%
Uitzendbureau	2%	7%

Bron: UWV (2016). *Vacatures in Nederland 2015*.

- In vergelijking met andere sectoren zetten bedrijven in de detailhandel minder vaak websites (bedrijfswebsites, vacaturesites) in om te werven. Ook de inzet van sociale media ligt onder het gemiddelde ten opzichte van alle sectoren bij elkaar.
- Het valt tevens op dat bedrijven in de detailhandel maar weinig nieuwe medewerkers zoeken via een uitzendbureau (2%).

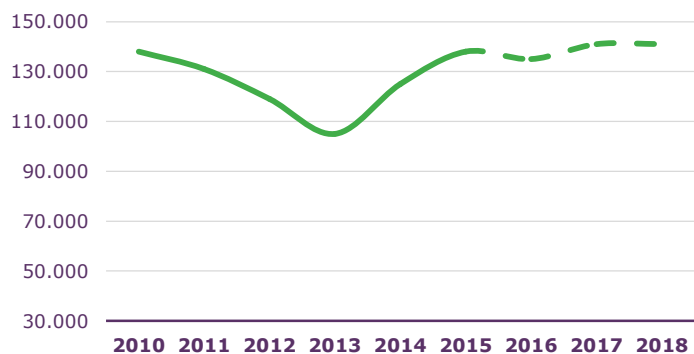
De vacaturemarkt in de detailhandel blijft stabiel op een hoog niveau

De sector kende circa 138 duizend vacatures in 2015, zo'n 17 procent van alle ontstane vacatures in dat jaar. Hiermee is de detailhandel verreweg de grootste sector in de totale vacaturemarkt. In de vacaturemarkt neemt de detailhandel een hoger aandeel in dan in de werkgelegenheid. De sector wordt gekenmerkt door het hoge aantal baanopeningen: er zijn veel kortdurende baantjes en het verloop onder personeel is groot. Dit komt voor een belangrijk deel omdat veel scholieren en studenten een bijbaantje hebben in een winkel of supermarkt. In het volgende hoofdstuk wordt ingegaan op kenmerken van werkenden in de sector.

- Tussen 2010 en 2013 daalde het aantal ontstane vacatures in de sector Detailhandel met 24%. De vraag naar nieuw personeel nam sterk af omdat het in die jaren steeds slechter ging met de economie. Hierdoor werden werkgevers voorzichter om het personeelsbestand uit te breiden of personeel te vervangen. Ook hebben reorganisaties en faillissementen natuurlijk invloed op het aantal vacatures.

Vacatureontwikkeling in de detailhandel

2010-2015 realisatiecijfers, 2016-2018 prognoses



Bron: UWV Prognosecijfers (2016)

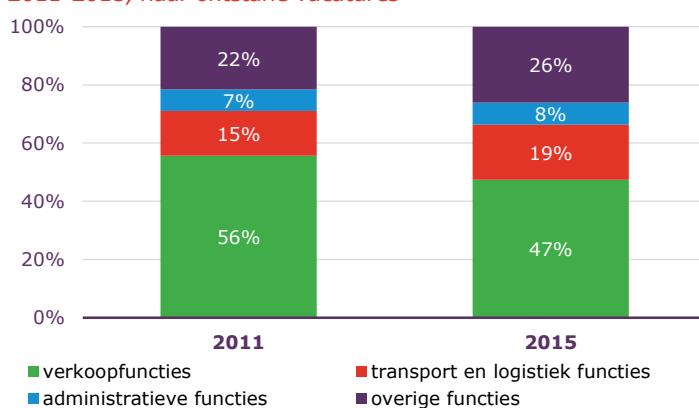
- Vanaf 2013 groeide de vraag naar nieuw personeel in de sector in een rap tempo. Tussen 2013 en 2015 ging het om een toename van 33 duizend vacatures (+31%). In 2015 was het aantal vacatures weer op het niveau van 2010.
- Voor de jaren 2016, 2017 en 2018 verwacht UWV dat de vacaturemarkt licht zal toenemen met gemiddeld 0,7% per jaar tussen 2015 en 2018. Dit groeipercentage is vergelijkbaar met de verwachte banengroei.

Na een algemeen beeld van de vacatureontwikkeling in de detailhandel, wordt hierna ingegaan op de vraagontwikkeling per functiegroep en per beroep.

Door online winkelen verschuift vraag steeds meer richting niet-verkoopfuncties

- Het is bekend welke functiegroepen het sterkst zijn vertegenwoordigd in de vacaturemarkt. In 2015 bestaat 47% van de detailhandel-vacatures uit verkoopfuncties. Circa 19% van de vacatures is gericht op transport en logistiek en 8% bestaat uit vacatures voor administratief personeel.
- Ten opzichte van 2011 is de relatieve vraag naar verkopers afgenomen (-9%-punt). De vraag naar logistiek personeel is juist iets gestegen tussen 2011 en 2015 (+4%-punt).

Verschuiving vraag naar functiegroepen in detailhandel 2011-2015, naar ontstane vacatures



bron: UWV

Deze verschuiving heeft te maken met de steeds prominentere rol van het onlinekanaal in de detailhandel. Er zijn steeds meer webwinkels en winkels die naast een fysieke winkel ook een webwinkel hebben (*cross channel* retailers). Uit onderzoek in opdracht van het Kenniscentrum Handel (KCH) blijkt dat er in dit soort winkels verhoudingsgewijs meer werkgelegenheid wordt geboden aan bijvoorbeeld transport en logistiek personeel, administratief personeel, marketingmedewerkers, en ict'ers dan in fysieke winkels.⁷ Het zijn dan ook met name de webwinkels en *cross channelers* die de komende jaren een toenemende vraag verwachten naar niet-verkoopfuncties zoals de medewerker klantenservice, logistiek medewerker, marketingmedewerker, webshopmanager, social media medewerker en *product/customer experience* specialist.⁸

Vraag naar verkopers van voedingsmiddelen toegenomen

De afgelopen jaren steeg het aantal vacatures sterk. Wanneer specifiek wordt gekeken naar de vacatureontwikkeling tussen 2012/'13 en 2015/'16 per beroep, valt een aantal zaken op:

- Met name in het foodsegment steeg de vraag naar verkoopmedewerkers, bijvoorbeeld verkopers van groente en fruit, brood en banket, kaas en vlees. In omvangrijke beroepen in de non-food, zoals verkopers van kleding en schoenen, is het aantal vacatures juist gedaald. De vraag naar verkoopmedewerkers telecomartikelen nam sterk af, vermoedelijk door de opkomst van internetverkoop.
- Het aantal vacatures voor logistieke functies in de detailhandel nam (sterk) toe. Dit geldt bijvoorbeeld voor de vrachtwagenchauffeur, magazijnmedewerker, logistiek medewerker en vakkenvuller.
- De vraag naar sommige leidinggevende functies in de sector stijgt. Het gaat om de bedrijfsmanager detailhandel en de bedrijfsleider/ondernemer van supermarkten. Overigens is het aantal vacatures voor afdelingsmanagers kassa detailhandel sterk gedaald de afgelopen jaren.
- Er zijn steeds meer vacatures voor functies die niet primair gericht zijn op de verkoop van goederen. Dit zijn beroepen die zich bijvoorbeeld bevinden op het terrein van sales en marketing, zoals: etaleur, online marketeer, commercieel medewerker binnendienst, en accountmanager zakelijke diensten.

⁷ Gianotten, H. (2016). *De Retail Transitie. Retail anders wordt gewoon*. Stichting KCH.

⁸ Minimaal 20% van de bedrijven (zowel *cross channelers* als webwinkels) verwacht een toenemende vraag naar dit soort functies de komende jaren.

Ontwikkeling ontstane vacatures in de detailhandel

Tussen 2012/'13 en 2015/'16*, alleen beroepen met >1.000 vacatures**

Typering ontwikkeling	Beroep
Zeer sterke stijging	Verkoopmedewerker keukens Bedrijfsleider / ondernemer supermarkt Online marketeer Accountmanager zakelijke diensten Vrachtwagenchauffeur binnenland Commercieel medewerker binnendienst
Sterke stijging	Verkoopmedewerker drogisterijartikelen Verkoopmedewerker kaas- en zuivelproducten Verkoopmedewerker woninginrichting Bedrijfsmanager detailhandel Etaleur / decorateur Medewerker klantenservice Magazijnmedewerker Logistiek medewerker
Stijging	Verkoopmedewerker aardappelen, groente en fruit Verkoopmedewerker vlees en vleeswaren Verkoopmedewerker brood, banket, chocolade en suikerwaren Verkoopmedewerker computers en computerbenodigdheden Kassamedewerker Winkelassistent Vakkenvuller
Daling	Verkoopmedewerker supermarkt (houdbare producten) Verkoopmedewerker kleding Verkoopmedewerker schoenen en lederwaren
Sterke daling	Verkoopmedewerker telecomartikelen Afdelingsmanager kassa detailhandel

Bron: UWV

* gekeken is naar de optelling van de laatste twee kwartalen van het ene jaar, en de eerste twee kwartalen van het andere jaar.

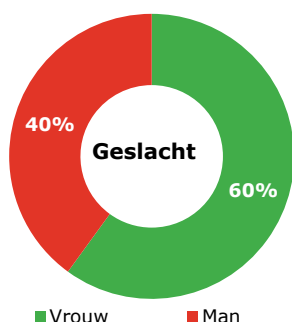
** Er is enkel gekeken naar beroepen met meer dan 1.000 ontstane vacatures in 2012/'13 en/of in 2015/'16.

2. Kenmerken personeel

2.1 Geslacht, leeftijd en dienstverband

Meerderheid werknemers in detailhandel is vrouw

Verdeling werkzame personen detailhandel naar geslacht 2015



- Van alle werkzame personen in de sector is 60% een vrouw en 40% een man. Uit vacatureonderzoek van UWV blijkt ook dat er in 2015 in de sector meer vrouwen (58%) dan mannen (42%) zijn aangenomen.⁹
- Deze verdeling naar geslacht geldt alleen voor werknemers. Onder zelfstandigen in de detailhandel zijn er juist iets meer mannen dan vrouwen werkzaam in de sector (55% is man).

Bron: CBS Statline

Er zijn wel duidelijke vrouwen- en mannenbranches binnen de detailhandel:¹⁰

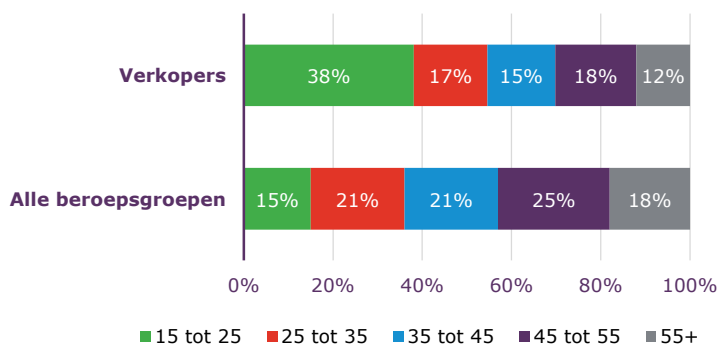
- Cijfers over 2013 laten zien dat 85% van alle voltijdbanen in apotheken en drogisterijen wordt vervuld door vrouwen. Ook in kledingzaken (79%) en parfum- en cosmeticawinkels (76%) bestaat het personeelsbestand overwegend uit vrouwen.
- Branches die juist voornamelijk bestaan uit mannen zijn er ook. Zo wordt 80% van het aantal voltijdbanen in elektronicawinkels vervuld door mannen. In doe-het-zelfzaken (66%) zijn ook beduidend meer mannen dan vrouwen werkzaam.

Drie op de tien arbeidskrachten is scholier of student

De gemiddelde leeftijd in de sector Detailhandel ligt met 34 jaar erg laag in vergelijking met de gemiddelde leeftijd over alle sectoren (41 jaar).¹¹ Van het totaal aantal werkenden in Nederland is een kwart jonger dan 30 jaar. In de detailhandel bestaat bijna de helft van de werkgelegenheid uit jongeren tot 30 jaar. Alleen in de horeca werken verhoudingsgewijs nog meer jonge krachten. Slechts 11 procent van het aantal werkzame personen in de detailhandel is ouder dan 55 jaar.

- In de brede beroepsgroep van verkopers (inclusief winkeliers) is 38% jonger dan 25 jaar, verreweg de grootste leeftijdsgroep. In 2005 lag het aandeel van jonge verkopers nog 4%-punt lager. Over alle beroepsgroepen samen bestaat 15% van de werkgelegenheid in 2015 uit jonge arbeidskrachten (<25 jaar).
- Het aandeel werkzame 45-plussers binnen de beroepsgroep verkopers komt uit op 30%. Dit is laag in vergelijking met het aandeel in de totale werkgelegenheid (43%).

Leeftijdverdeling van de beroepsgroep verkopers 2015



Bron: CBS Statline

⁹ UWV (2016). Vacatures in Nederland 2015.

¹⁰ Stichting Opleidingsfonds Detailhandel. (2013). Zelf arbeidsmarktinformatie samenstellen. www.arbeidsmarktetailhandel.nl.

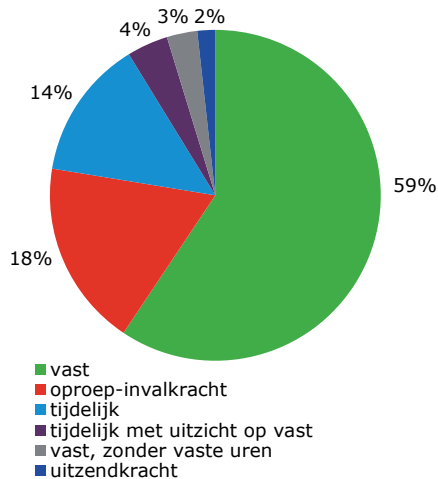
¹¹ ROA o.b.v. CBS over 2014/2015.

Zo'n 31% van de werkgelegenheid in de detailhandel bestaat uit scholieren en studenten.¹² Over alle sectoren samen bestaat slechts 10% van alle werkzame personen uit scholieren of studenten. Veel scholieren en studenten hebben naast hun opleiding een bijbaantje in een winkel of supermarkt, bijvoorbeeld als kassamedewerker of vakkenvuller.

Veel tijdelijke contracten in de sector

Circa 69% van alle werknemers in de detailhandel heeft een vast contract, 31% werkt via een flexibele arbeidsrelatie.¹³ Het aandeel flexibele contracten is hoger dan gemiddeld over alle sectoren bij elkaar.

Verkopers in loondienst naar arbeidsrelatie 2015



Bron: CBS Statline

- Van alle verkopers in loondienst (dus exclusief zelfstandigen) werkt 59% in vaste dienst, 41% heeft een flexibele arbeidsrelatie. Ten opzichte van 2010 nam het aantal flexibele krachten in deze beroepsgroep toe met 35%. Het aantal vaste werknemers nam juist af in deze periode (-8%).
- Vooral de omvang en de ontwikkeling van de groep oproep-/invalkrachten die werken als verkoper is aanzienlijk. Bijna de helft van alle verkopers met een flexibele arbeidsrelatie werkt via deze constructie. Dit komt neer op 18% van alle verkopers in loondienst. Het aantal oproep- en invalkrachten is tussen 2010 en 2015 gestegen met 55%. Door seizoenswerk stijgt de vraag naar tijdelijke krachten snel (bijvoorbeeld in de decembermaand), en neemt vervolgens ook weer af. Oproep-/invalkrachten worden ingezet om de piekbelasting op te vangen.

Aantal kleine baantjes in detailhandel is groot

Ongeveer 65% van het aantal werkenden in de detailhandel werkt in deeltijd (<36 uur per week).¹⁴ Binnen de beroepsgroep verkopers en winkeliers ligt dit aandeel zelfs nog iets hoger (70%). Het aantal deeltijdwerkers binnen deze beroepsgroep nam tussen 2010 en 2015 toe met 12%. Van alle in deeltijd werkenden verkopers en winkeliers, werkt 36% zelfs korter dan 12 uur per week.

Zo'n 32% van alle in 2015 vervulde vacatures in de detailhandel betreft een baan van minder dan 12 uur per week.^{15,16} In geen andere sector worden zo veel vacatures aangeboden voor korte baantjes. Over alle sectoren samen bestaat 15% van de vacatures uit functies voor maximaal 12 uur per week. Het aandeel vervulde vacatures in de sector voor functies van 32 uur per week of meer ligt veel lager dan onder alle sectoren samen (35% tegen 58% gemiddeld).

2.2 Opleiding en werkervaring

Vaak zijn opleiding of werkervaring (nu nog) niet vereist

Ongeveer de helft van het aantal werkzame personen in de detailhandel heeft een middelbaar opleidingsniveau. Circa 39% van de werkenden is laag opgeleid en 12% heeft een hoog opleidingsniveau.¹⁷ Het aandeel laag opgeleiden is relatief hoog. Echter, in deze groep vallen ook veel scholieren die (nog) geen startkwalificatie hebben behaald maar wel bezig zijn met een opleiding. De verdeling van het opleidingsniveau in de sector en de beroepsgroep verkopers wijken niet heel erg van elkaar af.¹⁸

¹² ROA o.b.v. CBS over 2014/2015.

¹³ ROA o.b.v. CBS over 2014/2015.

¹⁴ ROA o.b.v. CBS over 2014/2015.

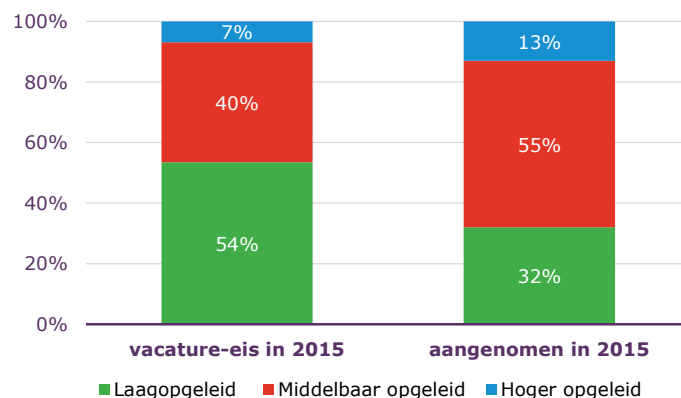
¹⁵ UWV (2016). Vacatures in Nederland 2015.

¹⁶ Het betreft hier enkel de gepubliceerde vacatures.

¹⁷ ROA o.b.v. CBS over 2014/2015.

¹⁸ CBS Statline

Vraag naar personeel in detailhandel naar opleidingsniveau 2015



Bron: UWV Vacatures in Nederland (2016).

- Er werken overigens lang niet altijd laagopgeleiden op lagere functies. Zo werd er in 2015 in meer dan de helft van de vacatures in de sector gevraagd naar personeel zonder startkwalificatie (54%). In 40% van de vacatures werd er gevraagd om een middelbaar opleidingsniveau. Slechts in 7% van de vacatures was een hbo of wo-niveau vereist. Kijkend naar de vervulde vacatures blijkt echter dat er vaker hoger opgeleid personeel wordt aangenomen dan dat er gevraagd wordt. Van het in 2015 aangenomen personeel had 32% geen startkwalificatie (waaronder veel scholieren en studenten). Meer dan de helft had een middelbaar opleidingsniveau en 13% was hoogopgeleid.

Van alle sectoren wordt er in de detailhandel het minst vaak in vacatures gevraagd om werkervaring. Slechts in 40% van de vervulde vacatures wordt er gevraagd om werkervaring. Indien vacatures wel specifieke eisen bevatten, ging het in 26% van de vacatures om klantgerichtheid, in 12% om communicatieve vaardigheden en in 12% om flexibele instelling.

Door veranderende klantbehoefte steeds hogere eisen aan personeel

Dienstverlenende vaardigheden zullen steeds belangrijker worden in de detailhandel. Dit zijn bijvoorbeeld vaardigheden op het gebied van gastvrijheid en communicatie.¹⁹ Voor dit rapport is er een interview gehouden met Cor Molenaar, expert op gebied van retail en koopgedrag. Ook Molenaar geeft aan dat er in de toekomst steeds hogere eisen worden gesteld aan winkelpersoneel, bijvoorbeeld op het gebied van serviceverlening. Volgens Molenaar wordt dit steeds belangrijker gezien de trend dat winkels onderscheidend willen zijn en in willen spelen op het ervaren van geluk door klanten.²⁰ Dit kan betekenen dat ook in de toekomst steeds meer vraag zal zijn naar goed opgeleide werknemers.

Uit onderzoek van Verwey-Jonker Instituut blijkt dat ook in de detailhandel food de behoefte toeneemt aan vakkundig en geschoold personeel.²¹ Competenties als gastvrijheid en productkennis worden hier steeds belangrijker in de nabije toekomst. Dit geldt deels voor personeel in supermarkten, maar zeker voor mensen die in voedingspecialzaken werkzaam zijn. De volgende quote uit het onderzoek vat deze trend goed samen: "Als consument wil je tegenwoordig advies en gastvrij ontvangen worden als je naar een winkel gaat, anders zou je wel online bestellen." De verwachting is dat vakkundig personeel vaker in vaste dienst zal komen te werken, omdat werknemers dan langer kunnen worden behouden.

¹⁹ Gianotten, H. (2016). *De Retail Transitie. Retail anders wordt gewoon*. Stichting KCH.

²⁰ In het volgende hoofdstuk wordt hier verder op ingegaan.

²¹ Stavenuiter, M.; Van der Klein, M. & Aussems, C. (2016). *Vast en flex in vele vormen. Werkgevers, bedrijven en sectoren aan het woord over flexibele arbeidscontracten*. Verwey-Jonker Instituut.

3. Trends en ontwikkelingen

De detailhandel wordt gekenmerkt door een aantal opvallende trends en ontwikkelingen. Sommige trends zijn nu al gaande, andere hebben betrekking op de toekomst. Het zijn ontwikkelingen die invloed hebben op de consument, maar (mogelijk) ook op de werkgelegenheid in de sector.

Hieronder worden allereerst in vogelvlucht de ontwikkelingen besproken voor een aantal afzonderlijke branches.²² Verderop benoemen we zes meer algemene trends in de detailhandel. Er is gebruikgemaakt van bestaande bronnen en de uitkomsten van het interview met retaildeskundige Cor Molenaar.

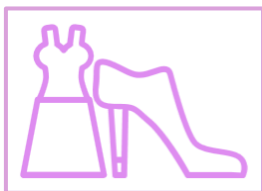
3.1 Ontwikkelingen per segment

Voedingsmiddelen: innovatie en gezondheid



- Food heeft minder last gehad van de economische crisis dan de non-food. Het belang van voedings- en genotsmiddelen in de totale consumentenbestedingen neemt al jaren toe. Ook in slechtere economische tijden blijft de consument voedingsmiddelen kopen; voeding is immers een basisbehoefte. Sterker nog, er is tijdens de crisis relatief meer geld besteed aan voedingsmiddelen omdat men minder vaak uiteten is gegaan of bezuinigde op andere uitgaven.
- Hiervan hebben vooral supermarkten geprofiteerd. De omzetstijging van supermarkten ligt al jaren rond de 2% per jaar en komt in 2016 zelfs iets hoger uit. Hoewel de verkoopvolumes van supermarkten gestaag stijgen, verliezen zij tegenwoordig terrein aan bezorgers van maaltijd(box)en (zoals Thuisbezorgd, Deliveroo en Foodora). Om de concurrentie voor te blijven, breiden supermarkten hun assortiment verse kant-en-klaarmaaltijden uit.
- Experts verwachten dat online als aandeel van de totale supermarktmarkt de komende jaren zal groeien. Innovatie – waaronder informatie uit big data – speelt hierbij een cruciale rol. Zo kunnen we in de toekomst nog betere en klantgerichte (gepersonaliseerde) webwinkels verwachten. Cor Molenaar verwacht echter dat online de fysieke supermarkt niet zal vervangen. Supermarkten vervullen namelijk ook een sociale functie: vele consumenten komen graag in een supermarkt om anderen te ontmoeten.
- Als het gaat om voeding wil de consument gemak, maar ook steeds vaker gezond. Supermarkten experimenteren nu al met 'gezonde' kassa's, voedingsadvies op de winkelvloer, productinnovatie en het streven naar een bepaald aandeel aan omzet uit gezonde producten. Experts verwachten dat de gezondheidstrend voor supermarkten – als belangrijkste speler in de food – steeds belangrijker gaat worden. Mobiel internet, *health tools* en sociale media (onder andere door foodblogs) dragen eraan bij dat de transparantie groter wordt en voedingstrends sneller worden gedetecteerd.
- Voedingsspecialzaken (zoals bakkers, slagerijen en slijterijen) hebben de crisis daarentegen wel gevoeld. Tussen 2007 en 2015 daalde hier de omzet met zo'n 15%. In 2015 was er voor het eerst sinds lange tijd weer een opleving te zien. Sommige oudere ondernemers hebben moeite om opvolgers te vinden. Dit maakt het extra lastig voor dit soort zaakjes om te overleven. Voor specialzaken wordt het steeds belangrijker om onderscheidend te zijn, omdat zij te maken hebben met concurrentie van supermarkten (zoals Marqt, Landmarkt en Jumbo Foodmarkt) en online (zoals HelloFresh). Deze spelers zetten eveneens in op ambachtelijke en verse producten en persoonlijk advies.

Kleding en schoenen: nog niet uit de problemen



- Sinds 2007 daalt de omzet van winkels in *fashion*. In 2015 en 2016 is een aantal grote winkelketens (in kleding en schoenen) failliet gegaan. Hoewel een deel van deze winkels wordt doorgestart, lijkt de onrust in de branche voorlopig aan te houden. In 2015 daalde de omzet in kledingwinkels met 0,6%, in schoenenwinkels nam de omzet zelfs af met 5,7% (beide branches exclusief 'pure' webwinkels). Voor 2016 wordt groei verwacht van 1% in kledingwinkels en een stabilisatie in schoenenwinkels. Elke andere branche in de detailhandel groeit naar verwachting sterker in 2016.

²² Op basis van o.a. deze bronnen:

ABN Amro (2016). Insights Retail. *Bouwmarkten; Drogisterijen; Kledingwinkels; Schoenenwinkels; Supermarkten; Winkels in consumentenelektronica; Woonwinkels*. (20-05-2016).

ABN Amro (2016). Insights Retail. *De voedselspecialzaak 2.0, het visitekaartje van de agrifoodsector*.

ING Economisch Bureau (2016). Sectorvisie Fashion. *Old fashion. Vergrijzing vormt nieuwe uitdaging fashion retail*.

ING Economisch Bureau (2015). Sectorvisie Supermarkten. *Supermarkten: zelfde snelheid, andere koers*.

ING Economisch Bureau (2016). Vooruitzicht Detailhandel. *Winnaars en verliezers in de winkelstraat*.

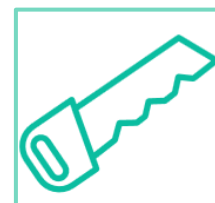
ING Economisch Bureau (2016). *Winkelstraat wordt internationale marktplaats*.

Rabobank (2016). *Cijfers & Trends. Food*. (40^e jaargang editie 2016/2017)

Rabobank (2016). *Rabobank Retail Updates* (juli, augustus en september 2016).

- De branche heeft te maken met een verschuiving naar het onlinekanaal, onder andere door de toetreding van grote buitenlandse spelers als Zalando op de Nederlandse markt. Het aantal fysieke winkels in *fashion* daalde tussen 2011 en 2015 met bijna 10%. Circa 15% van de bestedingen aan kleding gaat tegenwoordig online. Experts verwachten dat dit alleen maar gaat toenemen de komende jaren.
- Toch blijven er ook consumenten die behoefte houden aan offline winkelen. Sommige kopers willen kleding passen en voelen en hebben behoefte aan persoonlijk advies. Voor verkopers in deze branche betekent dit dat service en adviesvaardigheden steeds belangrijker worden. Online dient naast verkoopkanaal ook als oriëntatiemiddel voor consumenten. De omzet van *omnichannel*-retailers in kleding (bedrijven met zowel een fysieke als online winkel) stijgt sneller dan die van pure webwinkels in kleding.
- Deskundigen verwachten dat de vergrijzende consument een volgende uitdaging kan worden voor de *fashion* retail. De Nederlandse samenleving wordt steeds ouder. Volgens het CBS bestaat een kwart van de bevolking in 2030 uit 65-plussers. Ook neemt het aantal eenpersoonshuishoudens verder toe. Oudere en kleinere huishoudens geven gemiddeld minder geld uit aan kleding en schoenen dan jongere en grotere gezinnen. Nu al zien we dat in minder dichtbevolkte (veelal krimpende en vergrijzde) gebieden (Groningen, Drenthe, Friesland en Flevoland) het aantal vestigingen van kleding- en schoenenwinkels het snelste daalt.

Bouwmarkten en woonwinkels: aantrekkende woningmarkt geeft impuls



- De economische crisis heeft impact gehad op de omzet van woonwinkels. In tijden waarin consumenten minder te besteden hebben, wordt bespaard op de (her)inrichting van de woning. Nu de economie weer herstelt, trekt ook de huizenmarkt aan. Er worden meer huizen gebouwd en het aantal woningtransacties is toegenomen. Hierdoor noteerden de winkels in woninginrichting in 2015 een ongekend hoge omzetstijging van meer dan 6%.
- De consument wil onderscheidend zijn. Door *mass customization* (het combineren van maatwerk met massaproductie) krijgt hij invloed in het ontwerpproces. Zo biedt MyKea de mogelijkheid om IKEA-meubels naar eigen smaak te *stylen*.
- Gedurende de crisis zagen bouwmarkten hun verkoopvolumes met bijna 30 procent dalen. Die tijd lijkt voorbij. Na een omzetsdaling van ruim 2% in 2015, verwachten deskundigen groei voor 2016 en 2017. Het aantrekken van de huizenmarkt vergroot ook de afzetmarkt voor doe-het-zelfzaken. De consument lijkt echter wel steeds minder te klussen. Vaker dan voorheen worden klussen uitbesteed. Bouwmarkten proberen toegevoegde waarde te leveren door klushulp en de mogelijkheden om kleine klussen zelf uit te voeren. Om meer klanten te trekken zetten doe-het-zelfwinkels ook in op het toevoegen van branchevreemde artikelen, zoals: fietsen, sportattributen en meubels.

Consumentenelektronica: online gecombineerd met service in winkels is de toekomst



- Elektronica-winkels hebben moeilijke jaren achter de rug. Net als kleding- en schoenenwinkels, heeft dit soort winkels moeite om klanten te behouden. De prijsdruk is groot, en er wordt door elektronica-winkels flink gestunt met prijzen. Gedurende de crisisjaren telde de branche meer dan 220 uitgesproken faillissementen. De omzet daalde de afgelopen jaren. In 2015 nam de omzet van winkels in consumentenelektronica af met ruim 3%. Voor 2016 en 2017 verwacht ING wel een omzetstijging van 1,5% per jaar, onder andere omdat het herstelde consumentenvertrouwen goed uitwerkt voor deze branche.
- Toch lijkt het erop dat er toekomst is voor de branche. De vraag naar elektronica-producten (zoals smartphones en tablets) blijft groot. Het aantal fysieke winkels daalt. De consument kiest steeds vaker voor online. In 2014 werd een vijfde van de omzet uit elektronica en witgoed gerealiseerd door online verkoop. Er zijn mogelijkheden voor winkels met een *omnichannel*-formule. Zo onderscheidt Coolblue zich met een breed assortiment (voornamelijk online), persoonlijk advies in fysieke winkels, de mogelijkheid om de online aankoop zelf in de winkel op te halen en extra service zoals bezorging en installatie van witgoed. Kortom, complete flexibiliteit en gemak voor de klant. Ook andere elektronica-winkels voegen extra service toe. Zo worden er balies in winkels gezet waar consumenten geholpen kunnen worden met bijvoorbeeld de installatie van een tablet of smartphone of het virusvrij maken van een laptop. Deze trend kan er toe leiden dat de vraag toeneemt naar personeel met veel kennis en de juiste servicevaardigheden.

Drogisterijen: verzorging blijft belangrijk voor consument



- Winkels op gebied van persoonlijke verzorging doen het goed. Hun continue groei lijkt onverstoort. In 2015 werd een omzetgroei van +5% genoteerd. Voor 2016 en 2017 verwachten expert eveneens groei. Gezondheid is voor de consument belangrijk, en de aanhoudende vraag naar verzorgingsproducten is daar een afgeleide van. De vergrijzing biedt kansen voor drogisterijen, omdat het medicijngebruik onder ouderen hoog is.
- Voor reguliere drogisterijen is concurrentie een bedreiging. Deze komt vanuit online (zoals bol.com en onlinedrogist.nl) en van discounters (zoals Trekpleister, Action en Voordeelshop). Daarnaast neemt de concurrentie toe van branchevreemde aanbieders zoals supermarkten. Door de grote concurrentie is samenwerken een aantrekkelijke optie voor drogisterijen. Dit gebeurt nu al vaak via franchise-constructies.

3.2 Sectoroverstijgende trends

Hieronder worden zeven trends in de detailhandel genoemd.²³ Het gaat om de veranderende klantbehoeften, de opkomst van webwinkels, de rol van technologie, de winkelleegstand, de deel- en maakeconomie en de (mogelijke) invloed van wet- en regelgeving op de werkgelegenheid.

1. Klantbehoefte verandert

De behoeften van de consument zijn sterk veranderd de afgelopen jaren en deze zullen ook in de toekomst veranderen. Voor detaillisten betekent dit dat zij hier continu op moeten inspelen en zo nodig hun business strategieën moeten aanpassen.

- In de detailhandel ligt de macht steeds meer bij de consument. De consument is veeleisend, zowel over de kwaliteit van het product als over de levering ervan. Doordat producten steeds vaker via meerdere distributiekanaalen worden aangeboden (*cross channeling*), bepaalt de consument zelf waar en wanneer hij iets koopt. Heel gemakkelijk kunnen producten (door middel van *reviews*) en prijzen met elkaar worden vergeleken. Met de komst van de smartphone is er een zeer belangrijk verkoopkanaal bijgekomen, stelt detailhandelexpert Cor Molenaar. De mobiele telefoon neemt tegenwoordig een zeer hoge positie in op de behoefte ladder van mensen. Volgens Molenaar is de consument ook steeds mondiger geworden. Daarnaast verwacht de consument goede service. De klantentrouw daalt: als winkels niet voldoen aan de gestelde eisen, wordt vaak zonder enkele moeite overstapt naar een andere (online) aanbieder.
- Voor het oriënteren en kopen van producten wordt steeds vaker uitgeweken naar het onlinekanaal (al dan niet 'noodgedwongen' omdat een aantal fysieke winkels verdwijnt). Het internet neemt de (distributie)functie van een deel van de klassieke warenhuizen over. Een aantal fysieke winkels en ketens in het middensegment verliest hierdoor cliëntèle en verdwijnt uit de winkelstraat.
- Dit betekent niet dat consumenten niet meer naar fysieke winkels gaan. Consumenten willen zich in toenemende mate tijdens het winkelen 'gelukkig voelen'. Molenaar spreekt over 'hedonisme': het streven naar genot en geluk. Consumenten gaan naar fysieke winkels die een fijne sfeer, beleving of service bieden. *Retailtainment* draagt hier aan bij. Hierbij wordt shoppen gecombineerd met amusement, een verrassende omgeving of een steeds wisselend decor.

Winkels die zich onderscheiden van het onlinekanaal trekken nog steeds klanten:

- Zo gaat het goed met voordeelwinkels zoals Op=op, Big Bazar en Primark. De consument houdt ervan om tegen koopjes 'aan te lopen'. Het Nederlandse bedrijf Action had in 2011 bijna 300 winkels in Europa en heeft er in 2015 655. De non-food-discounter had in 2015 een recordomzet van 2 miljard euro. Wekelijks trekt de Action ongeveer 5 miljoen bezoekers; elke bezoeker koopt per keer gemiddeld 7 producten. Volgens CEO Sander van der Laan is het geheim van de Action dat er goedkoop wordt ingekocht en het assortiment continu verandert. Hierdoor wordt winkelen spannend: de consument wordt telkens weer verrast.
- Ook het midden en duurdere marktsegment trekt nog steeds klanten naar fysieke winkels. Soms gaat het om speciaalzaken of boetieks met ambachtelijke of op maat gemaakte producten. Deze winkels sluiten aan bij hetgeen consumenten zoeken tijdens het winkelen: persoonlijke aandacht, service op maat, flexibele openingstijden en een prettige winkelomgeving. Maar ook sommige modeketens doen het goed, onder andere door de lage prijzen en een snel wisselende collectie.

2. Webwinkels: van bricks naar clicks?

Door het toenemende gebruik van internet en de veranderende behoeftes van consumenten, wordt er steeds vaker online gekocht. Marktanalisten noemen deze transitie: van *bricks* naar *clicks*. Consumenten kunnen waar en wanneer ze maar willen – bijvoorbeeld via smartphone of tablet – producten zoeken, bekijken, vergelijken en bestellen. Er zijn webwinkels in het voedingsmiddelensegment en in de non-food. Daarnaast zijn er bedrijven die naast fysieke winkels een webwinkel hebben.

Bij elkaar besteedden consumenten in 2014 zo'n 14 miljard euro aan online winkelen. De afgelopen jaren groeiden de online bestedingen met ongeveer 8,5% per jaar. In 2015 verkoopt 42% van de bedrijven in de

²³ Op basis van o.a. deze bronnen:

ABN Amro (2016). Insights Retail. *Bouwmarkten* (20-05-2016).
AD.nl (2016). 'Naar de supermarkt? Maak het toch lekker zelf!' (18-05-2016).
CBS.nl (2016). Nieuws. 'Steeds meer webwinkels in detailhandel'. (14-06-2016).
CBS.nl (2016). Nieuws. 'Bijna een op vijf koop levensmiddelen online. (24-11-2016).
Decorrespondent.nl (2014). 'De deeleconomie is booming. Maar wat is het?' (09-07-2014).
Detailhandel.info (2016). Consument (Online)bestedingen. (geraadpleegd oktober 2016).
Detailhandel.info (2016). Verkoopkanalen Webwinkels. (geraadpleegd oktober 2016).
Erik Hemmes Trade Marketing Services (2014). *Voordeelwinkels snoepen omzet weg bij super en drogisterij*. (sept. 2014).
ING Economisch Bureau (2016). *Vooruitzicht Detailhandel. Winnaars en verliezers in de winkelstraat*.
ING Economisch Bureau (2016). *Winkelstraat wordt internationale marktplaats*.
Planbureau voor de Leefomgeving (2016). pbl.nl/nieuws/nieuwsberichten/2016 'Winkelleegstand stijgt tot boven de 10%'.
Pretwerk.nl. (2014). 'Retailtainment; kameleonbedrijf in retail en entertainment'. (25-11-2014).
Rabobank (2016). *Rabobank Retail Updates* (juli, augustus en september 2016).
Rijksoverheid.nl (2016). Aanpassingen Wet werk en zekerheid. (geraadpleegd 5-12-2016).
Trouw.nl (2016). Stijgt de werkloosheid straks nu het jeugdloon is afgeschaft? 21/04/2016
Volkskrant (2016). 'Een voorbeeld van echt Hollands ondernemerschap'. (15-04-2016).
Volkskrant (2016). 'Succesvolle webshops vinden weg naar winkelstraat'. (15-01-2016).

detailhandel (met meer dan 10 werkzame personen) online. Dit was in 2010 nog 24%. Ongeveer 73% van de Nederlanders geeft in 2016 aan wel eens wat online te hebben gekocht.

Webwinkels in cijfers

2015, Aantallen en % van totale sector Detailhandel

	Aantal	Aandeel
Winkels*	31 duizend	27%
Omzet (€)	6,3 miljard	6%
Voltijdsbanen (fte)	42 duizend	8%

* in het vierde kwartaal van 2015

bron: CBS Statline; Detailhandel.info

- In het vierde kwartaal van 2015 telde Nederland meer dan 31 duizend postorderbedrijven en webwinkels, ruim een kwart van het totaal aantal winkels (27%). Hiertoe worden alleen de bij de Kamer van Koophandel geregistreerde webwinkels gerekend. Het zwaartepunt ligt in dit soort winkels dus op internetverkoop. Bedrijven die naast een fysieke winkel ook een webwinkel hebben, vallen hier buiten.

- Webwinkels waren in 2015 goed voor 6,3 miljard euro aan omzet, zo'n 6% van de totale omzet in de sector. De omzet uit online winkelen steeg in 2014 met 11% en in 2015 zelfs met 15%. ING verwacht dat de omzetgroei in 2016 stijgt naar +20%. In de branches speelgoed (33%) en consumentenelektronica (24%) is de omzet uit online verkoop aanzienlijk. De omzet uit de verkoop van schoenen (19%) en kleding (16%) is iets minder afhankelijk van het onlinekanaal.
- In webwinkels zijn ongeveer 42 duizend voltijdibanen vertegenwoordigd. Dit is 8% van het totaal aantal fte's in de sector. Eerder in dit rapport was al te lezen dat er meer dan 50 duizend personen werkzaam zijn in webwinkels. De opkomst van webwinkels zorgt ook voor een verschuiving van functietypen. Voor webwinkels zijn beroepen als (online) marketeers, klantenservicemedewerkers, programmeurs en magazijnmedewerkers belangrijk, terwijl de 'klassieke' verkoper nog nauwelijks waarde kan toevoegen. Op pagina 8 van dit rapport stond te lezen dat de vraag naar verkopers verhoudingsgewijs daalt ten kosten van logistiek personeel.

Er lijkt echter een tegentrend gaande: er zijn webwinkels die fysieke winkels openen. Voorbeelden zijn webwinkelgiganten als Coolblue en Neckermann. Zij komen met eigen panden in enkele grote steden in Nederland. Ook Bol.com is fysiek gevestigd in een aantal Albert Heijn-supermarkten voor het afhalen van producten. Sommige deskundigen stellen dat deze beweging - van *clicks* terug naar *bricks* - de toekomst zal zijn van de retail. Klanten willen het brede assortiment en lage prijzen van een webwinkel, gecombineerd met de service van een stenenwinkel. Voor persoonlijk advies en reparaties is het handig om oog in oog te staan met een verkoper. Omdat consumenten in fysieke winkels kunnen langskomen om producten op te halen of te retourneren, zullen bedrijven besparen op kosten. Verzenden en retourneren is nu namelijk vaak gratis. Mocht deze trend inderdaad doorzetten, daalt de relatieve vraag naar verkoopmedewerkers mogelijk minder sterk dan nu wordt gedacht.

3. Overige technologie

Vele sectoren in de economie hebben te maken met de ontwikkeling van technologische toepassingen. Dit speelt ook in de detailhandel. Het online aanschaffen van producten via een webwinkel is hier een aansprekend voorbeeld van. Hieronder worden verschillende vormen van techniek in de detailhandel genoemd, sommige worden nu al toegepast, andere zijn meer futuristisch van aard.²⁴

Nu al gaande

- Kassasystemen worden steeds slimmer. Zaken als contactloos betalen en de zelfscanner in een supermarkt maken afrekenen en boodschappen doen eenvoudiger en sneller.
- Op logistiek vlak zijn de technologische toepassingen groot. Het inpakken van producten kan in vele gevallen worden gedaan door machines. In grote distributiecentra en magazijnen vervult een robotsysteem de taak van een orderpicker.



In de toekomst...?

- *Virtual reality* (vr) is in opkomst in de detailhandel. Dit soort technologische toepassingen kunnen positief bijdragen aan de winkelbeleving van de consument, zowel in fysieke winkels als online. De Chinese webwinkel Alibaba wil *virtual reality* integreren in het online winkelen. In de toekomst zet de klant thuis een vr-helm of -bril op en kan aankopen doen alsof hij in een echte winkel is. Ikea heeft een pop-up winkel in Toronto geopend waar consumenten uitsluitend met een vr-bril voedingsproducten kunnen bestellen en virtueel hun nieuwe keuken kunnen inrichten. Ook andere woonwinkels willen dit soort technieken inzetten. *Augmented reality* maakt het mogelijk dat consumenten in de oriëntatiefase meubilair thuis kunnen 'uittesten'.
- Er zijn proeven geweest om pakketten via *drones* te bezorgen, onder andere door DHL en internetwarenhuis Amazon. De Duitse tak van MediaMarkt is met een test gestart om bestellingen met robots te bezorgen.
- Robots worden in de toekomst mogelijk ook in winkels ingezet. Schoenenretailer VanHaren heeft een test uitgevoerd met een robot die gasten verwelkomt. Elektronikawinkel Leapp heeft een verkooprobot inzet. Deze robot op wielen communiceert met klanten en kan helpen bij de afhandeling van een bestelling.
- Kantoorartikelenhandelaar Staples heeft een biometrische bestelfunctionaliteit getest. Via spraaktechnologie kunnen consumenten gemakkelijker bestellingen plaatsen.

²⁴ Begin 2017 publiceert UWW een onderzoek (uitgevoerd door TNO) over de invloed van ontwikkelingen op het gebied van technologie op werkgelegenheid naar sector. Ook wordt er gekeken naar de sector Detailhandel.

4. Leegstand

Faillissementen van onder andere kleding- en schoenenwinkels, elektronicazaken en warenhuizen hebben gaten geslagen in de winkelstraat. Daarnaast is er door de opkomst van webwinkels een toenemende overcapaciteit aan winkelvloeroppervlakte. De winkelleegstand neemt al sinds 2008 onafgebroken toe en komt in september 2016 voor het eerst boven 10% van het totaal aantal winkels. Veel voormalige winkelpanden krijgen een nieuwe functie, zoals woningen of kinderopvangcentra.

Er zijn echter ook retailers die inspelen op deze leegstand:

- Internationale retailers zien kansen in de Nederlandse winkelstraat. Voorbeelden zijn winkels van fabrikanten als Apple en Nespresso. Er is met name interesse in drukke winkelgebieden in steden met meer dan 100 duizend inwoners. Experts stellen dat hierdoor de kloof tussen kansrijke en kansarme winkelgebieden groter gaat worden.
- Er zijn ook discounters die tijdelijke winkels openen in leegstaande winkelpanden. Zo heeft Blokker – naast Big Bazar – de Budget winkel. Deze formule kan snel worden toegepast zodra er een winkel leeg komt te staan.
- Het laatstgenoemde voorbeeld past in de formule die pop-up winkels hanteren. Pop-up winkels kunnen snel worden neergezet. Er wordt vaak niet geïnvesteerd in (dure) inrichting. De huur in dit soort tijdelijke winkels ligt vaak lager dan voor permanente winkels. Met de traffic die een pop-up winkel genereert, hoopt de verhuurder dat structurele huurders geïnteresseerd raken in het betreffende pand.



5. Branchevervaging

De grenzen tussen sectoren en branches wordt steeds vager. Dit geldt ook voor de detailhandel:

- Enerzijds betekent branchevervaging in de detailhandel dat andere sectoren zich in toenemende mate bezighouden met de verkoop van producten. Dit gebeurt bijvoorbeeld in de landbouwsector, waar agrarisch ondernemers kaas of fruit aan huis verkopen. Ook in cultuursector is dit gaande, zo opende het Rijksmuseum recentelijk een uitgebreide webwinkel.
- Branchevervaging gebeurt ook andersom: bedrijven in de detailhandel verbreden hun dienstverlening met zaken die traditioneel tot andere sectoren behoren. Zo is webwinkel Amazon gestart met de verkoop van studentenleningen, en wordt daardoor een concurrent van banken. Ook de mix tussen de detailhandel en de horeca komt steeds vaker voor. Zo zijn er tuincentra, boekhandels en kledingzaken die een koffiehok hebben. Retailers proberen op die manier om klanten langer in de winkel te houden. Bovendien draagt dit bij aan het geluksgevoel waar consumenten naar op zoek zijn.
- Ook tussen de branches binnen de sector Detailhandel worden de grenzen steeds vager. Dit houdt in dat winkels verschillende assortimenten mixen. Voorbeelden hiervan zijn supermarkten die laptops verkopen, drogisterijen die sieraden verkopen of winkels in het luxere segment die zowel meubels, kleding als kunst verkopen. Laatstgenoemde voorbeeld past in de categorie van winkels dat zich richt op een bepaalde doelgroep of *lifestyle* en niet zozeer op een soort product.

6. Deel- en maakeconomie

Een deel van de consumenten is verzadigd als het gaat om de aanschaf van nieuwe spullen, stelt ING op basis van een eigen onderzoek. Meer dan de helft van de consumenten vindt dat zij te veel spullen in huis hebben. Ongeveer 40% denkt over 5 jaar daadwerkelijk minder spullen te hebben dan nu. Dat de consumenten langzaam 'ontspullen' past in het huidige tijdsgewricht, waar steeds meer oog is voor kwalitatief goede, eerlijke en duurzame producten. Consumenten produceren steeds vaker producten zelf of lenen producten van elkaar ('van bezit naar gebruik').

- De meeste initiatieven die het delen stimuleren, steunen op het 'peer-to-peer'-mechanisme. Online platforms werken als intermediairs: ze brengen gebruikers met elkaar in contact. Zo speelt Peerby in op de deeleconomie met een marktplaats waar mensen spullen kunnen lenen van buurtgenoten. Andere voorbeelden van de deeleconomie zijn woningverhuurwebsite Airbnb en taxi-app Uber.
- Daarnaast groeit de tweedehandsmarkt op internet. Sinds de komst van websites als marktplaats.nl en ebay.com is voor consumenten steeds gemakkelijker om tweedehandse goederen te verhandelen.
- Steeds vaker maken consumenten zelf hun eigen producten. Het gaat om voedingsmiddelen en om non-foodproducten zoals kaas, cosmetica of schoonmaakmiddelen. Er bestaan veel websites en blogs die inspelen op het do-it-yourself (DIY) principe. Met de technologie van *3D printing* wordt het in de toekomst mogelijk nog gemakkelijker om als particulier zelf spullen te produceren of onderdelen te reproduceren.
- Als de trend van delen en zelf producten maken verder doorzet, zou het de consumptiegroei op termijn kunnen afremmen. ING wijst erop dat het 'ontspullen' mogelijk nu al een van de oorzaken is dat de omzetgroei in de detailhandel nog onder het niveau is van voor de crisis.

7. Wet- en regelgeving

Er zijn enkele politieke maatregelen die (mogelijk) effect hebben op de werkgelegenheid in de detailhandel:

- Minister Asscher van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) kondigde in april 2016 een aanpassing van het wettelijke **minimumjeugdloon** aan. De aanpassing houdt in dat het minimumjeugdloon voor 21- en 22-jarigen wordt afgeschaft. Zij ontvangen voortaan dus een volwassen salaris. Voor 18- tot 20-jarigen gaat het jeugdloon iets omhoog. Naar verwachting wordt de wetwijziging medio 2017 ingevoerd. De aanpassing leidt volgens sommige partijen – onder andere gebaseerd op een onderzoek van het CPB - tot een dalende werkgelegenheid voor jongeren. Voor werkgevers wordt het immers duurder om jonge arbeidskrachten aan te nemen (of te behouden). Dit kan gevolgen hebben voor de detailhandel, waar veel scholieren en studenten worden ingezet.

-
- Sinds 1 september 2015 is het **sociaal leenstelsel** ingevoerd. Studenten die starten met een bachelor- of masteropleiding krijgen geen basisbeurs meer, maar kunnen in plaats daarvan geld lenen. Studeren wordt dus duurder. Dit zou tot gevolg kunnen hebben dat steeds meer studenten een bijbaantje willen naast hun studie, om deze te kunnen betalen. Onder het nieuwe leenstelsel mogen studenten namelijk onbeperkt bijverdienen. Anderzijds kan het ook een averechts effect hebben op de werkgelegenheid. Omdat studeren duurder wordt, willen studenten immers alles op alles zetten om de studie in korte(re) tijd af te ronden. Dit zou betekenen dat er minder tijd over is om te werken.
 - De detailhandel wordt gekenmerkt door het hoge aantal tijdelijke krachten. Met de invoering van de **Wet Werk en Zekerheid** (WWZ) is per 1 juli 2015 ook de ketenregeling gewijzigd. Dit betekent dat flexibele krachten na twee jaar (in plaats van na drie jaar) aanspraak maken op een vast contract wanneer contracten elkaar opvolgen binnen zes maanden (in plaats van drie maanden). De vraag is welk effect dit heeft voor flexwerkers in de detailhandel. Zullen flexibele arbeidskrachten onder de WWZ ook echt sneller doorstromen naar een vaste aanstelling? De verwachting is dat de aangepaste ketenregeling ertoe leidt dat sommige werkgevers hun flexibele schil eerder zullen 'vervangen'.

4. Tekorten en overschotten

4.1 Ontwikkeling werkloosheid

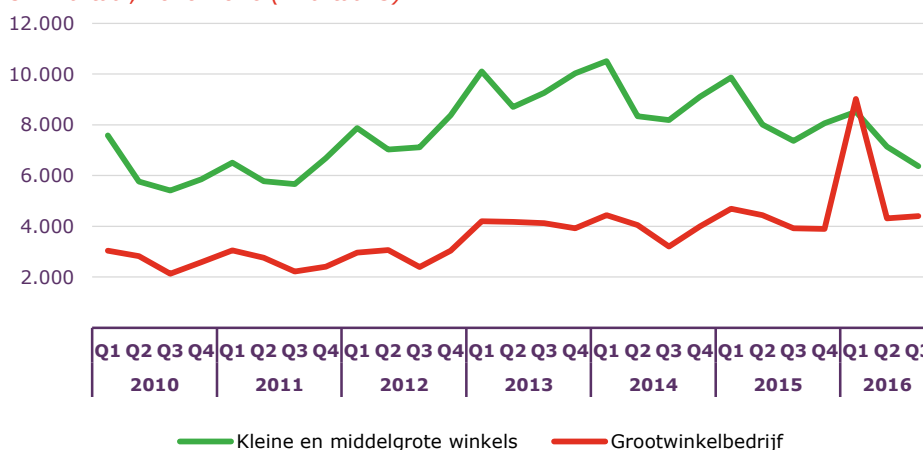
Sterk gestegen werkloosheid in detailhandel over hoogtepunt heen, behalve voor GWB

De werkloosheid afkomstig vanuit de detailhandel ligt rond het gemiddelde. Per maart 2016 waren er in de sector ruim 5 lopende WW-uitkeringen op 100 dienstverbanden (tegen een landelijk gemiddelde van 5,5 op 100). In het derde kwartaal van 2016 zijn er ongeveer 11 duizend nieuwe WW-uitkeringen vanuit de detailhandel, ruim 9% van het totaal aantal nieuwe WW-uitkeringen over alle sectoren. Ook dit is vergelijkbaar met het aandeel werknemersbanen in de detailhandel in de totale werkgelegenheid.

- In de WW-statistieken van UWV is onderscheid te maken tussen kleine en middelgrote winkels en zogeheten grootwinkelbedrijven. Dit zijn warenhuizen en filiaalbedrijven met een totale loonsom WW van zo'n €5 miljoen of meer. Over de afgelopen jaren zijn er ruim tweemaal zoveel WW-uitkeringen verstrekt aan mensen die voorheen werkten in kleine of middelgrote winkels dan aan hen die in grootwinkelbedrijven werkzaam waren. Gezien de verdeling in de werkgelegenheid is dit niet vreemd.

Ontwikkeling instroom WW-uitkeringen sector Detailhandel

Per Kwartaal, 2010-2016 (kwartaal 3)



Bron: UWV

- In 2010 en 2011 werden er relatief weinig nieuwe WW-uitkeringen verstrekt vanuit de detailhandel. In elk van deze jaren ging het om gemiddeld 8.800 nieuwe WW-uitkeringen per kwartaal (35 duizend per jaar). In 2012 en 2013 steeg het aantal nieuwe WW-uitkeringen vanuit de sector sterk. De dalende werkgelegenheid als gevolg van de economische crisis heeft geleid tot een snelle groei van de werkloosheid. Gemiddeld per kwartaal waren er in 2013 zo'n 13.600 WW-uitkeringen vanuit de detailhandel (55 duizend per jaar). In zowel kleine en middelgrote winkels als in grote winkels en ketens lag de nieuwe werkloosheid in 2013 ongeveer 55% hoger dan in 2010.
- Vanaf 2013 daalde het aantal nieuwe WW-uitkeringen uit de sector geleidelijk. Hiermee lijkt de hoge werkloosheid over een hoogtepunt heen te zijn. In 2015 waren er ongeveer 12.600 nieuwe WW-uitkeringen uit de sector (50 duizend per jaar). De dalende werkloosheid komt op het conto van de kleine en middelgrote winkels in de detailhandel. Hier nam het aantal nieuwe WW-uitkeringen tussen 2013 en 2015 af met circa 13%. Ook in 2016 is een verdere daling van de werkloosheid vanuit kleinere winkels te zien, deze komt zelfs in de richting van het niveau van voor de crisis. In het segment grootwinkelbedrijf is (nog) geen sprake van herstel in de WW-ontwikkeling. Ten opzichte van 2013 steeg het aantal nieuwe WW-uitkeringen hier met 3%. In 2016 is de instroom van WW-uitkeringen nog veel sterker toegenomen. De faillissementen van grote detaillisten zoals V&D en Macintosh hebben ertoe geleid dat er ineens veel mensen tegelijkertijd in de WW belandden. In de eerste drie maanden van 2016 kwamen er al 9.000 nieuwe WW-uitkeringen bij vanuit het segment grootwinkelbedrijf.
- Wat opvalt is dat er vanuit de sector vaak een hogere WW-instroom is in het eerste kwartaal van een jaar dan in de andere drie kwartalen. Dit heeft te maken met het seizoenswerk in de sector. De decembermaand is een piekmaand, waarin werkgevers veel tijdelijke (oproep-/inval) krachten inzetten. Een aantal van deze tijdelijke krachten belandt vanaf januari in de WW.

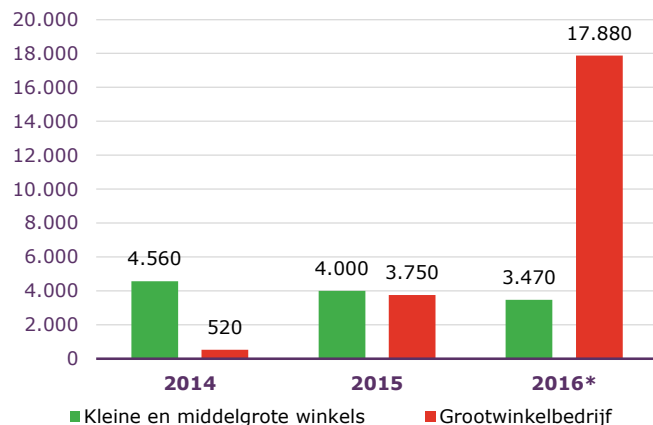
Beduidend meer faillissementsuitkeringen grote winkels en ketens in 2016

Uit cijfers van het CBS blijkt dat er in de eerste drie kwartalen van 2016 al meer dan 400 uitgesproken faillissementen in de detailhandel waren. Vooral het eerste kwartaal van 2016 viel op omdat er een aantal

grote winkelketens failliet ging. Dit heeft ertoe geleid dat het aantal nevenvestigingen (filialen) dat de deuren moest sluiten, sterk is gestegen. Dit blijkt uit gegevens van de Kamer van Koophandel. In het eerste kwartaal van 2015 gingen er nog 217 nevenvestigingen in de sector mee in het faillissement van de hoofdvestiging. Een jaar later waren dat er 896.

- In 2016 (tot en met november) waren er vanuit de detailhandel ruim 21 duizend aanvragen van faillissementsuitkeringen. Het gaat hier dus om mensen die hun baan verloren als gevolg van een faillissement van een winkelbedrijf. In 2015 ging het nog om bijna 8.000 faillissementsuitkeringen. De detailhandel is goed voor 40% van het totaal aantal aangevraagde faillissementsuitkeringen in 2016.
- Er zijn grote verschillen in het aantal faillissementsuitkeringen voor mensen die werkzaam waren bij een kleine of middelgrote winkel en zij die bij een grote winkel(keten) in dienst waren:

WW-aanvragen ten gevolge van betalingsonmacht in de detailhandel



Bron: UWV

* gemeten tot en met eind november 2016.

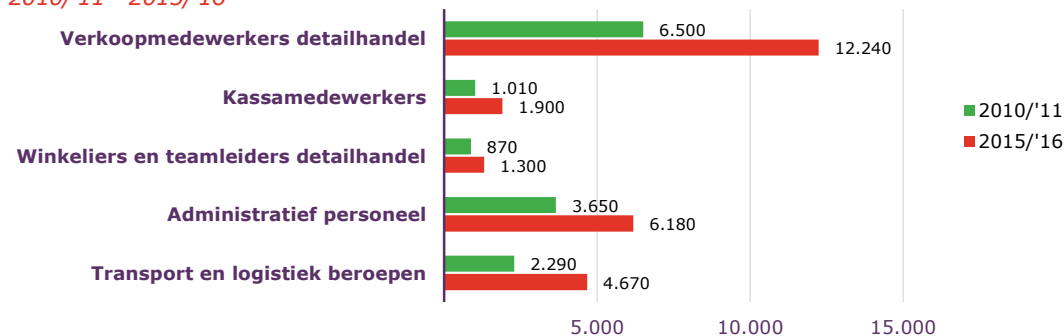
- In 2016 verloren bijna 3.500 mensen hun baan in een kleine of middelgrote winkel door een faillissement. Er waren bijna 18 duizend aanvragen voor faillissements-uitkeringen voor mensen uit een grote winkel of keten.
- Het aantal faillissementsontslagen in kleine en middelgrote winkels daalde tussen 2014 en 2016 (-12% per jaar). Vanuit grote winkels en ketens nam het aantal faillissementsuitkeringen juist sterk toe de afgelopen jaren. In 2016 verloren er viermaal zoveel mensen hun baan door een faillissement van een grote winkel(keten) dan in 2015. Vooral in het eerste kwartaal van 2016 was een zeer sterke stijging te zien.

- Ruim 40% van de 21 duizend mensen (ongeveer 8.800) die in 2016 hun baan verloren door een faillissement in de sector, ontving op enig moment een WW-uitkering in 2016. Het is niet bekend welk deel hiervan weer aan het werk is gegaan.
- Specifiek voor ex-medewerkers van V&D en La Place is wel bekend hoeveel er weer werk hebben gevonden nadat het bedrijf failliet ging. Per 1 augustus 2016 had twee derde van de medewerkers weer een baan (bijna 7.000 mensen). Onder jonge V&D-medewerkers (<25 jaar) vond 78% weer een baan in een half jaar tijd. Van de oudere krachten (50+) was slechts 22% weer aan het werk in augustus.

Vooral sterke stijging werkloosheid onder verkopers

Hieronder wordt voor enkele omvangrijke beroepen en beroepsgroepen in de detailhandel de ontwikkeling van nieuwe WW-uitkeringen getoond. Het beroep verkoopmedewerker detailhandel maakt verreweg het grootste deel uit van de WW-instroom. Het gaat om ruim 12 duizend nieuwe WW-uitkeringen in 2015/'16.²⁵ Kassamedewerkers (1.900 nieuwe WW-uitkeringen) en winkeliers en teamleiders (1.300 nieuwe WW-uitkeringen) komen in de WW-cijfers minder vaak voor.²⁶ Er zijn relatief veel nieuwe WW-uitkeringen in de detailhandel voor mensen met een administratief beroep (6.200 nieuwe WW-uitkeringen) en voor mensen met een transport en logistiek beroep (4.700 nieuwe WW-uitkeringen). Tussen 2010/'11 en 2015/'16 steeg het aantal nieuwe WW-uitkeringen in de detailhandel het sterkst onder transport en logistiek personeel (+104%), verkoopmedewerkers (+88%) en caissières (+88%).

Ontwikkeling nieuwe WW-uitkeringen naar enkele verkoop en niet-verkoop beroepen 2010/'11 - 2015/'16



Bron: UWV

²⁵ Steeds een optelling van de laatste twee kwartalen van het ene jaar, en de eerste twee kwartalen van het andere jaar.

²⁶ Ondernemers komen niet voor in de WW-cijfers. Alleen werknemers in loondienst bouwen WW-rechten op.

Klein deel werkzoekende verkopers volgde een mbo-opleiding detailhandel

Van alle werkzoekenden met een WW-uitkering in oktober 2016 die zich bij UWV hebben gemeld met het inschrijfberep verkoopmedewerker detailhandel, is ruim 50% laagopgeleid. Zo'n 43% van de werkloze verkoopmedewerkers heeft een middelbaar opleidingsniveau en ruim 5% is hoog opgeleid.

Slechts 15% van de verkopers met een WW-uitkering heeft een mbo 2, 3 of 4 opleiding in de richting detailhandel afgerond. Circa 7% van de werkzoekenden verkopers heeft een v(m)bo of mbo-1 opleiding in de richting van handel of detailhandel gevolgd. Daarnaast zijn er relatief veel WW'ers die in de persoonlijke of sociale verzorging zijn opgeleid, zowel op v(m)bo niveau als op mbo-niveau. Het gaat dan bijvoorbeeld om opleidingen als huishoudkunde, kapper, schoonheidsspecialist of verzorgende in de zorg en welzijn. Er zijn ook verkopers in de WW die een secretariële of administratieve opleiding hebben gedaan.

Groeiende werkloosheid met name onder verkoopmedewerkers van 50+ in GWB

Tussen 2013/'14 en 2015/'16 is het aantal nieuwe WW-uitkeringen voor verkoopmedewerkers in de detailhandel licht gedaald (-5%). De nieuwe werkloosheid nam af voor jonge verkopers tot 27 jaar (-13%) en voor de verkoopmedewerkers in de leeftijd 27-50 jaar (-6%). Onder oudere verkopers in de sector groeide het aantal nieuwe uitkeringen juist de afgelopen jaren (+8%). Overigens daalde de WW-instroom voor verkoopmedewerkers - in elke leeftijdsgroep - afkomstig van kleine en middelgrote winkels relatief sterk (-23%). Het aantal nieuwe WW-uitkeringen voor verkopers in grote winkels en ketens nam sterk toe (+38%). Vooral de groei van nieuwe WW-uitkeringen voor 50-plussers valt op (+170%).

Ontwikkeling WW-instroom verkoopmedewerkers detailhandel naar leeftijd

2013/'14 - 2015/'16

	<27 jaar	27-50 jaar	50+ jaar	Totaal
Verkoopmdw. in Detailhandel	-13%	-6%	+8%	-5%
Verkoopmdw. kleine middelgrote winkels	-29%	-22%	-17%	-23%
Verkoopmdw. grootwinkelbedrijf	+5%	+53%	+170%	+38%
Totaal alle beroepen en sectoren	-21%	-12%	+5%	-10%

Bron: UWV 2016

* Steeds is het laatste halfjaar van het ene jaar opgeteld bij het eerste halfjaar van het andere

4.2 Spanning op de arbeidsmarkt

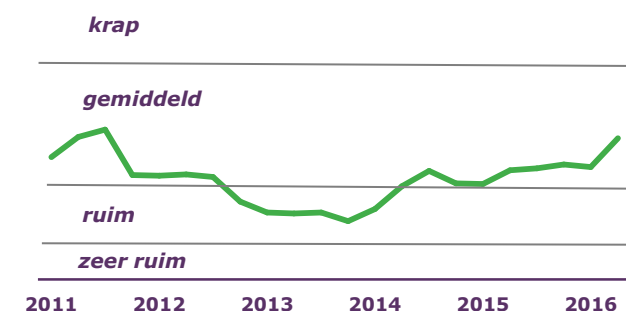
De gestegen werkloosheid vanuit de sector Detailhandel zou kunnen betekenen dat er grote personele overschotten zijn op de arbeidsmarkt. Dat lijkt echter niet (meer) het geval. Omdat de vacaturemarkt vanaf 2013 snel is aangetrokken, komt de vraag-aanbod balans steeds beter in evenwicht.

Verhouding vraag en aanbod verkoopberoepen steeds meer in balans

De door UWV ontwikkelde spanningsindicator berekent de verhouding tussen het aantal openstaande vacatures en het aantal kortdurend werkzoekenden (<6 maanden). Bij weinig openstaande vacatures en veel werkzoekenden is er sprake van een 'ruime' arbeidsmarkt. Dit duidt op overschotten. Als er juist weinig werkzoekenden zijn ten opzichte van het aantal vacatures is de arbeidsmarkt te typeren als 'krap'. Voor alle beroepsgroepen samen geldt een 'gemiddelde' arbeidsmarkt in het tweede kwartaal van 2016.

Ontwikkeling arbeidsmarktspanning verkoopberoepen

2011 (kwartaal 1) – 2016 (kwartaal 2)



Bron: UWV

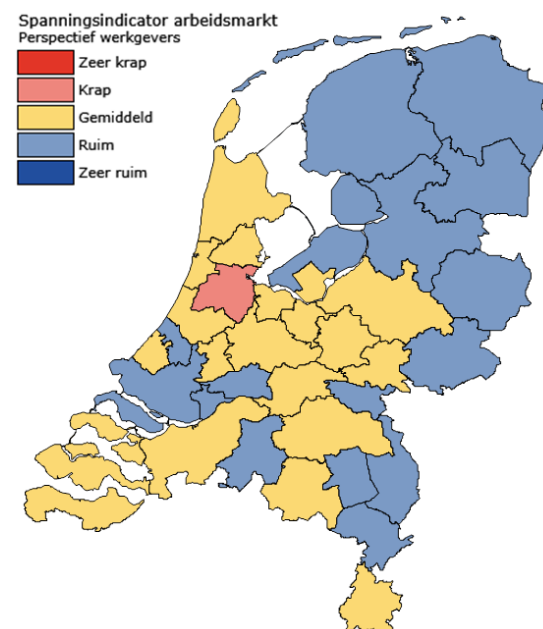
- Vanaf eind 2012 was de arbeidsmarkt voor verkopers een tijd lang ruim. Door de dalende werkgelegenheid ontstond er steeds meer concurrentie per vacature. Voor werkgevers werd het gemakkelijker om vacatures te vervullen. Met name 2013 was een dip jaar: er waren gemiddeld 2 werkzoekende verkopers per vacante vacature. Sinds 2014 neemt de spanning op de arbeidsmarkt weer toe.
- Voor de beroepsgroep verkopers geldt tegenwoordig een gemiddelde spanning op de arbeidsmarkt. De vraag-aanbod verhouding is dus in balans. In het tweede kwartaal van 2016 was de verhouding openstaande vacature / kortdurend werkzoekende ongeveer 1-op-1.

Kijkend naar de verschillen tussen verkoopberoepen hebben alleen de winkeliers en teamleiders (nog) een ruime arbeidsmarkt. De overige beroepenclusters in de verkoop kennen een gemiddelde spanning op de arbeidsmarkt.

Verkopers in Noord en Oost-Nederland vaak ruime arbeidsmarkt

De spanning op de arbeidsmarkt voor verkopers is de afgelopen tijd opgeschoven van ruim naar gemiddeld. Toch hebben niet alle 35 arbeidsmarktregio's in Nederland te maken met een gemiddelde verhouding tussen vraag en aanbod. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat de spanningsindicator geen rekening houdt met woon-werpendel.

Spanningsindicator verkopers naar regio 2015



Bron: UWV

- In Noord en Oost-Nederland en in delen van Limburg, Noord-Brabant en Zuid-Holland is er sprake van een ruime arbeidsmarkt voor verkopers. Werkzoekenden in deze arbeidsmarktregio's concurreren in hogere mate met elkaar dan in andere regio's. Mogelijk speelt de samenstelling van bevolking in de regio hier een rol. Eerder in dit rapport stond te lezen dat door demografische oorzaken het aantal kleding- en schoenenwinkels in de noordelijke provincies bijvoorbeeld sterker is gedaald de afgelopen jaren dan in andere provincies van Nederland.
- Regio's in delen van Noordwest, Midden en Zuid-Nederland hebben een gemiddelde spanning op de arbeidsmarkt voor verkopers.
- In de arbeidsmarktregio Groot-Amsterdam is er zelfs een krappe arbeidsmarkt voor verkopers in 2015. Dat betekent dat sommige detaillisten moeite kunnen hebben om voldoende personeel te vinden. Een nadere analyse laat zien dat het vooral om gaat om commercieel medewerkers en callcenter-medewerkers outbound (telefonisch verkopers). Blijkbaar is de vraag naar dit soort medewerkers in Amsterdam groot in vergelijking tot het aanbod.

4.3 Wervingsproblemen

Personeelstekorten in de detailhandel voorsnog klein

- Uit vacatureonderzoek van UWV komt naar voren dat slechts 14% van de in 2015 vervulde vacatures in de detailhandel moeilijk vervulbaar was voor werkgevers.²⁷ Dit is het laagste percentage van alle sectoren. Over alle sectoren samen bleek 23% van de vacatures moeilijk vervulbaar te zijn. Ook is er specifiek gekeken naar vacatures voor winkelpersoneel. In 2015 was slechts 10% moeilijk vervulbaar. Er bestaat geen enkele beroepsgroep waar het voor bedrijven zo weinig moeite kost om personeel te vinden.
- Uit onderzoek van ADP Nederland, Berenschot en Performa HR onder ruim 1.000 Nederlandse HR-professionals, blijkt dat de krapte wel toeneemt in de handelssectoren (groot- en detailhandel samen). In 2015 ervoer nog ongeveer 10% tot 15% van de HR-professionals in deze sectoren wervingsproblemen. In 2016 ligt dit aandeel rond de 35%.²⁸ Dit percentage is gelijk aan het percentage over alle sectoren samen. Het aandeel moeilijk vervulbare vacatures binnen de beroepsgroep verkoop komt in 2016 uit op 30%, blijkt uit dit onderzoek. Hierbij moet echter worden opgemerkt dat het bij ongeveer twee derde van de moeilijk vervulbare verkoopfuncties gaat om hbo-vacatures (68%). Het aandeel mbo-vacatures onder de moeilijk te vervullen vacatures in de verkoop ligt aanzienlijk lager (18%). In bijna 90% van de moeilijk te vervullen vacatures in de verkoop wordt ervaring gevraagd. Het lijkt erop dat er dus geen tekorten zijn aan 'reguliere' verkoopmedewerkers.
- Ook tot 2020 worden geen personele tekorten verwacht onder de groep van verkopers, blijkt uit een analyse van het ROA. Voor verkoopmedewerkers, kassamedewerkers en telefonisch verkopers worden nauwelijks of zelf geen wervingsknelpunten voorspeld de komende jaren.

²⁷ UWV (2016). *Vacatures in Nederland 2015*.

²⁸ Gemeten met een online vragenlijst in maart en april 2016 onder 1.025 professionals, waarvan 12% groot- en detailhandel.

5. Arbeidsmarktkansen

5.1 Kansen voor pasafgestudeerden

Wisselend beeld perspectieven voor mbo-afgestudeerden in retail

Er zijn een aantal mbo-opleidingen die specifiek opleiden voor een beroep in de detailhandel. Zo zijn er verschillende verkoopopleidingen, maar zeker niet iedere verkoper in de detailhandel zal zo'n opleiding hebben gevolgd. Daarnaast zijn er beroepen in de sector waarvoor geen specifieke opleiding vereist is, zoals vakkenvuller of kassamedewerker. Ook is het niet verplicht een opleiding in de detailhandel te volgen om als ondernemer een winkel te beginnen. Het beeld dat onderzoeksinstituten schetsen over de kansen voor schoolverlaters vanuit mbo-opleidingen in de detailhandel is niet eenduidig:

Het ROA typeert de toekomstige arbeidsmarktsituatie (tot 2020) voor afgestudeerden in de richting 'mbo 2/3 detailhandel' als slecht. Ondanks dat er relatief veel vacatures ontstaan door een hoge vervangingsvraag (onder andere door de vele bijbaantjes in de sector), wordt voor de komende jaren een zeer hoge instroom van schoolverlaters op de arbeidsmarkt verwacht. Dit betekent dat er grote concurrentie zal ontstaan onder mbo-afgestudeerden in deze richting.

Ook voor schoolverlaters 'mbo 4 detailhandel' verwacht het onderzoeksinstituut slechte arbeidsmarktkansen tot 2020. Voor deze groep voorspelt het ROA weliswaar een lagere toestroom van nieuwe schoolverlaters op de arbeidsmarkt dan in de richting 'mbo 2/3 detailhandel', maar het aantal baanopeningen door vervanging van zittend personeel is eveneens kleiner voor mbo'ers niveau 4.

Stichting Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB) schetst een positiever beeld ten aanzien van kansen van afgestudeerde mbo'ers, al wisselt het beeld wel per kwalificatie. De tabel geeft een inschatting van de kans op werk na afronding van de opleiding voor studenten die in het studiejaar 2016/'17 beginnen met de opleiding (dus voor de situatie in 2018-2020).

- De kansen op werk voor verkopers en verkoopspecialisten zijn ruim voldoende volgens SBB. De perspectieven voor afgestudeerden vanuit de kwalificaties eerste verkoper en verkoopadviseur worden zelfs als goed getypeerd. Ook voor de manager retail zijn de arbeidsmarktkansen goed volgens SBB.
- De mbo-kwalificatie ondernemer retail biedt geringe kansen op een baan. Het lukt dus maar weinig afgestudeerden om snel na de opleiding als ondernemer werk te vinden. Mogelijk speelt hier dat studenten ervoor kiezen (of zich genoodzaakt zien) eerst werkervaring op te doen als werknemer bij een bedrijf (bijvoorbeeld als teamleider). Ook is het volgens SBB niet gemakkelijk om een stageplaats te vinden voor deze studenten.

Kansen op werk en stage voor mbo-kwalificaties in detailhandel

2016

Kwalificatie*	Niveau	aantal studenten 2015/'16	Kans op werk 2018-'20	Kans op stage 2018-'20
Verkoper	2	8.213	ruim voldoende	ruim voldoende
Eerste verkoper	3	1.262	goede	goede
Verkoopadviseur	3	164	goede	goede
Verkoopspecialist	3	7.747	ruim voldoende	ruim voldoende
Manager retail	4	6.701	goede	ruim voldoende
Ondernemer retail	4	3.537	gering	matig

Bron: SBB

* Niveau 1 kwalificaties (entreeopleidingen) zijn niet meegenomen, omdat hier geen informatie over beschikbaar is.

Op basis van de gegevens van SBB kan UWV niet stellen dat de kansen over het geheel gezien slecht zijn voor mbo-afgestudeerden in de richting detailhandel (zoals ROA stelt). Alleen voor de ondernemer in de detailhandel worden de kansen gering ingeschat.

Starters met hbo of wo opleiding vaak laag salaris, maar wel vast contract

Uit onderzoek van SEO (Studie & Werk 2016) blijkt dat studenten die vanuit een hbo of universitaire opleiding werk vinden in de detailhandel een relatief laag startsalaris hebben. Starters met een hbo diploma verdienen in de detailhandel gemiddeld zo'n €1.775 per maand. Pasafgestudeerde academici die in de sector beginnen met werken, moeten rekening houden met een bruto maandsalaris van €2.225. In beide gevallen ligt het salaris enkele honderden euro's onder het gemiddelde. Hierbij moet wel worden vermeld dat een gemiddelde werkweek voor startende hbo'ers en wo'ers in de detailhandel iets korter is dan gemiddeld, dus het uurloon ligt waarschijnlijk dichterbij het gemiddelde. Wel krijgen hoogopgeleide

starters in de detailhandel vaker dan gemiddeld een vast contract. Onder hbo-starters in de detailhandel heeft 40% een vast contract, onder academici is dit zelfs een aandeel van 67%.

Kleinere werkloosheid na de hbo-opleiding Small business

Op basis van het onderzoek van SEO kan er ook specifiek worden gekeken naar de arbeidsmarktpositie van startende hbo'ers die de opleiding Small business en Retail management hebben gedaan. Deze studie leidt specifiek op tot een baan als (franchise)ondernemer in de detailhandel.

- Van alle studenten die in studiejaar 2013/'14 de studie hebben afgerond, is 3% werkloos in 2016. Dit is iets lager dan het werkloosheidspercentage onder alle pasafgestudeerde hbo'ers in 2016 (5%). Ook in 2014 en 2015 is gebleken dat er relatief kleine werkloosheid bestaat onder afgestudeerden vanuit de opleiding Small business en Retail management.
- Indien starters vanuit de opleiding Small business werk op niveau vinden, duurt het zoeken gemiddeld bijna 4 maanden. Dit is iets hoger dan gemiddeld: over alle hbo-opleidingen vinden pasafgestudeerden in ruim 3 maanden tijd een baan op het juiste niveau.
- De studie Small business en Retail management leidt op tot ondernemerschap in de detailhandel. Toch komt slechts 6% van de afgestudeerden direct in een eigen bedrijf of familiebedrijf te werken. Klaarblijkelijk is anderhalf jaar tekort voor hen om een eigen onderneming te starten. Zij zullen eerst werkervaring op doen bij een ander bedrijf. Ongeveer 77% van de afgestudeerden vindt dan ook een baan in loondienst. Dit is iets hoger dan het gemiddelde onder alle hbo-starters (75%).

Arbeidsmarktsituatie na de hbo-opleiding Small business en retail management

2016, voor studenten die in studiejaar 2013/'14 zijn afgestudeerd

	Small business en Retail management	HBO totaal opleidingen
werkloosheid		
2014	3%	5%
2015	2%	5%
2016	3%	5%
Positie op de arbeidsmarkt, 2016		
Loondienst	77%	75%
Eigen bedrijf/familiebedrijf	6%	1%
Studerend / Werkzoekend	17%	16%
Anders (incl. ZZP)	0%	8%

Bron: SEO (2016)

Naast afgestudeerden kan er ook worden gekeken naar de kansen voor andere werkzoekenden, zoals zij-instromers of werklozen. Allereerst gaan we hieronder in op de kansen voor werkzoekenden om werk te vinden in de detailhandel. Vervolgens worden de kansen benoemd voor werkzoekenden die afkomstig zijn uit de sector.

5.2 Kansen voor werkzoekenden in de detailhandel

Arbeidsmarktkansen meeste verkoopberoepen iets onder het gemiddelde

De arbeidsmarktkansen van verkopers en managers verschillen per functie. Voor de meeste verkoopberoepen ligt de arbeidsmarktkans net iets onder het gemiddelde. Sommige beroepen kennen matige kansen op werk. In bijlage 2 worden de kansen getoond voor zo'n 70 verkoopfuncties. Er wordt onderscheid gemaakt naar functies binnen de beroepsgroepen kassamedewerkers, verkoopmedewerkers, verkoopadviseurs/-specialisten en bedrijfsleiders/managers.

- In de detailhandel non-food is er een aantal verkoopberoepen met relatief goede arbeidsmarktkansen. Zo zijn er kansen voor verkopers van elektronische artikelen en apparaten (waaronder computers). Ook zijn er verhoudingsgewijs gunstige perspectieven voor verkopers gericht op (ver)huizen, zoals verkopers van keukens, bouwmaterialen en gereedschappen. Dit heeft te maken met het aantrekken van de huizenmarkt.
- Minder goede kansen zijn er in de non-food voor verkopers van kleding en schoenen. Het gaat dan met name om de gespecialiseerde kledingwinkels (kinderkleding, dameskleding, lingerie). Eerder werd al getoond dat het aantal vacatures voor verkopers van kleding en schoenen daalt. De 'groene' verkoper (verkoper van bloemen en planten, dieren of de medewerker in een tuincentrum) heeft eveneens matige baankansen. Ook de afdelingschef in een tuincentrum heeft relatief weinig kans op een baan in vergelijking met andere functies van afdelingsmanagers. Daarnaast zijn er beperkte kansen voor de verkopers van boeken, tijdschriften en kantoorartikelen. Hier zijn de digitalisering van lectuur en de verschuiving naar het onlinekanaal vermoedelijk debet aan.
- In de detailhandel food zijn er geen beroepen die beduidend goede of slechte arbeidsmarktkansen hebben. Over het algemeen hebben verkopers van levensmiddelen gemiddelde kansen op een baan. Onder leidinggevendenden in de foodverkoop scoort de supermarktmanager het beste.

Naar verwachting steeds betere kansen voor verkopers komende jaren

SBB heeft per mbo-kwalificatie berekend wat de arbeidsmarktkansen zijn voor werkzoekenden voor de komende vijf jaar. In dit geval gaat het dus om de arbeidsmarktkansen van alle werkzoekenden met een relevante opleidingsachtergrond, dus niet alleen om de (jonge) schoolverlaters.

- Voor de verkoopmedewerker worden de kansen getypeerd als voldoende. Voor de andere – meer gespecialiseerde – verkoopberoepen zijn de perspectieven op een baan zelfs goed volgens SBB. Ook voor de manager retail voorspelt SBB goede baankansen de komende jaren.
- In tegenstelling tot bij schoolverlaters is het algehele arbeidsmarktperspectief voor de kwalificatie ondernemer retail gunstig te noemen. SBB denkt dat werkzoekende ondernemers in de detailhandel de komende jaren relatief gemakkelijk als ondernemer aan de slag kunnen. Het maakt dus blijkaar uit of een werkzoekende in deze richting voldoende (werk)ervaring heeft.

Hoewel de inschatting van SBB duidelijk positief is, verwacht ook UWV dat de arbeidsmarktkansen voor verkopers waarschijnlijk stijgen de komende jaren. Op basis van de spanningsindicator is nu al te zien dat de concurrentie onder werkzoekende verkopers steeds verder afneemt. Met een (licht) aantrekkende werkgelegenheid en vacaturemarkt in het verschieft, ontstaan er steeds meer baanopeningen in de sector. Zoals eerder vermeld gaat het dan wel om verkopers met de juiste (servicegerichte) vaardigheden.

3 van de 4 werkloze verkopers die werk vindt in detailhandel komt uit de sector

In 2015 zijn er naar schatting zo'n 19.400 mensen vanuit de WW aan de slag gegaan in de sector Detailhandel. Van deze mensen stond een derde bij UWV ingeschreven met een verkoopberoep. In twee derde van de gevallen ging het om werkzoekenden met een niet-verkoopberoep. Van alle WW'ers die werk vonden in de detailhandel, was 58% voor de WW-periode al werkzaam in de sector. Van alle werkzoekende verkopers die aan de slag gingen in de detailhandel, was 3 op de 4 voor de WW ook al in de sector werkzaam. Onder werklozen met een niet-verkoopberoep die vanuit de WW werk vonden in de detailhandel, was 'slechts' de helft voorafgaand aan de WW-periode werkzaam in de sector.

Van WW naar detailhandel: kenmerken van werkvinders

Werkhervattingen in 2015

	Verkopers	Niet-verkoopberoepen	Totaal detailhandel
Sector/contract voor WW			
Uitzendcontract	7%	12%	10%
In loondienst bij werkgever:			
Detailhandel	75%	49%	58%
Groothandel	4%	6%	5%
Zorg en welzijn	3%	7%	6%
Zakelijke dienstverlening	3%	9%	7%
Horeca	3%	4%	4%
Overige sectoren	6%	13%	11%
leeftijdsgroepen			
15-24 jaar	26%	21%	23%
25-34 jaar	28%	35%	32%
35-44 jaar	19%	21%	21%
45-54 jaar	19%	17%	18%
55 en ouder	8%	7%	7%
Opleidingsniveau			
Laag	39%	30%	33%
Middelbaar	55%	51%	52%
Hoog	6%	19%	15%

Bron: UWV

- Vaker dan bij verkopers hadden werklozen met een niet-verkoopberoep - voordat zij in loondienst in de detailhandel gingen werken - een uitzendbaan (al dan niet in de detailhandel) of een baan in een andere sector. Sectoren waar vanuit wordt overgestapt naar de detailhandel zijn bijvoorbeeld: zakelijke dienstverlening, zorg en welzijn, groothandel of horeca.
- De sector biedt kansen voor jonge WW'ers. Van alle werklozen die in 2015 werk vonden in de detailhandel was 55% jonger dan 35 jaar, bijna een kwart was zelfs jonger dan 25 jaar. Slechts 7% van de werklozen die werk vond in de sector was 55 jaar of ouder.

- Er zijn in de detailhandel met name instroommogelijkheden voor laag en middelbaar opgeleide werkzoekenden. Een derde van alle WW'ers die werk vond in de detailhandel is laagopgeleid. Circa 52% van de werklozen die werk vond in de sector heeft een middelbaar opleidingsniveau. Ongeveer 15% van de werkvinders is hoogopgeleid; dit is iets hoger dan verwacht mag worden op basis van de werkgelegenheid (12%). Het aandeel hoger opgeleide werkvinders is aanzienlijk lager onder verkopers (6%) dan onder hen met een niet-verkoop beroep (19%).

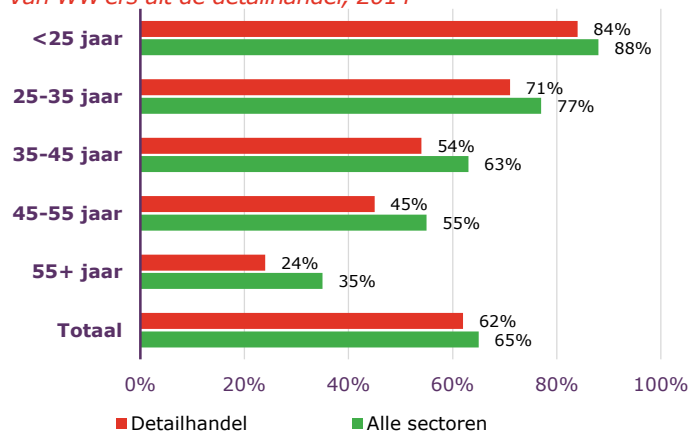
5.3 Kansen voor werkzoekenden uit de detailhandel

In 2014 vindt 62% van de WW'ers afkomstig uit de detailhandel werk binnen een jaar tijd na het moment van instroom (in de detailhandel of erbuiten). Daarmee ligt dit aandeel iets onder het gemiddelde. Over alle sectoren samen weet namelijk 65% van de werklozen een baan te vinden binnen een jaar.

Kans op werk WW'ers uit detailhandel neemt sterk af naarmate leeftijd stijgt

Aandeel werkherhervatting vanuit WW naar leeftijd

Van WW'ers uit de detailhandel, 2014



Bron: UWV

- Het werkherhervattingspercentage van WW'ers vanuit de detailhandel neemt af naarmate men ouder is. Onder jonge WW'ers uit de sector (<25 jaar) ligt het aandeel werkherhervattingen op 84%. Een zeer groot deel lukt het om in relatief korte tijd uit te stromen naar werk. Onder werklozen van 55 jaar of ouder uit de detailhandel vindt slechts een kwart binnen 12 maanden weer werk.
- Dat het werkherhervattingspercentage daalt naarmate de leeftijd stijgt, zien we ook over alle sectoren bij elkaar. In de detailhandel lijkt het effect echter groter te zijn: naarmate de leeftijd stijgt, neemt het verschil in %-punten toe tussen de sector en alle sectoren samen.

Overstappen naar een andere sector of ander beroep

Van alle werkzoekenden uit de detailhandel die binnen een jaar tijd uitstromen naar een baan, gaat 47% weer in de oude sector aan de slag. Een derde van de werkherhervatters vindt werk in een andere sector dan de detailhandel (dat is hoger dan gemiddeld), 16% gaat werken via een uitzendbureau (al dan niet in de detailhandel) en 3% gaat als zelfstandige aan de slag. De sectorale mobiliteit in de detailhandel ligt iets hoger dan gemiddeld. Van alle baanvinders komt 8% terecht in de zakelijke dienstverlening. Andere sectoren waar voor wordt gekozen zijn de groothandel (5%), horeca (5%), metaalindustrie (2%) en vervoer en opslag (2%).

Begin 2016 heeft UWV onderzocht wat alternatieve loopbaanoverstappen zijn voor (leidinggevende) verkoopmedewerkers.²⁹ Gekeken is naar welke beroepen verkopers in het verleden zijn overgestapt en in hoeverre deze beroepen qua gedragscompetenties verwant zijn.

- Overstapberoepen voor verkopers liggen voornamelijk op het terrein van horeca, klantcontact (zoals callcentermedewerker of medewerker klantenservice), administratie/secretarieel (zoals receptionist of directiesecretaresse) en commercieel (zoals commercieel medewerker binnendienst of salesmanager). Ook de pedagogisch medewerker kinderopvang komt voor op de lijst van overstapberoepen.
- Waar de arbeidsmarkt voor administratieve functies momenteel weinig kansen biedt, zijn er bijvoorbeeld betere kansen op het gebied van klantcontact. In dit segment zijn er momenteel veel openstaande vacatures, al gaat het in vele gevallen om een tijdelijke aanstelling. Ook commerciële functies zoals marketingmedewerker bieden relatief betere kansen op werk voor verkopers.

Loopbaansupport Detailhandel

Vanwege de problemen die spelen in de detailhandel als gevolg van faillissementen, wordt er extra aandacht besteed aan de begeleiding van werkzoekenden uit deze sector. Dit wordt sinds april 2016 gedaan in het project Loopbaansupport Detailhandel, een initiatief van werkgevers- en werknemersorganisaties. Het project wordt gedeeltelijk gefinancierd door het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. De instrumenten die worden ingezet, zoals (telefonische) loopbaanondersteuning, loopbaanchecks, -gesprekken en workshops, zijn aanvullend op de dienstverlening van UWV. Het doel is om werkzoekenden weer aan het werk te krijgen, zowel binnen als buiten de sector Detailhandel. Voor meer informatie, zie: www.loopbaansupportdetailhandel.nl

²⁹ UWV. (2016). *Alternatieve loopbaanoverstappen voor verkoopmedewerkers*.

Kledingketen Primark zet WW- en bijstandsgerechtigden in

De Ierse modeketen Primark heeft meerdere vestigingen in Nederland. Voor een aantal locaties zet het bedrijf mensen in die werkloos zijn geworden en/of in de bijstand zitten. Via UWV en de Sociale Dienst zoekt Primark naar kassamedewerkers, magazijnbedienden en verkoopmedewerkers in de winkel. UWV verzorgt de eerste screening van de kandidaten. Voor Dordrecht zou het gaan om de selectie van 450 kandidaten (om hoeveel vacatures het daadwerkelijk gaat is niet bekend). Eerder werden er in Rotterdam 120 en in Almere 75 mensen met een uitkering aan het werk geholpen.

5.4 Kansen voor Wajongers

Samen met werkgevers werkt UWV aan het realiseren van de banenafpraak in het kader van de Participatiewet. Ook Wajongers (met arbeidsvermogen) vallen onder de banenafpraak. Mensen die een Wajong-uitkering ontvangen, hebben sinds jonge leeftijd een arbeidsbeperking. In de brede sector Handel (zowel detail- als groothandel) zijn er relatief veel banen voor Wajongers. Op de 10 duizend dienstverbanden in de sector, werden er in 2014 61 vervuld door Wajongers.³⁰ Dit is aanzienlijk hoger dan gemiddeld (43 Wajong-dienstverbanden per 10 duizend). Waarschijnlijk werken die Wajongers echter vooral bij grotere bedrijven – waar het doorgaans ook gemakkelijker is om begeleiding te bieden. Het aantal werkgevers in de detailhandel dat Wajongers in dienst heeft is namelijk wat lager (4%) dan gemiddeld (5%).

Albert Heijn gaat voor 2.000 Wajongers

In het kader van de banenafpraak werkt UWV samen met Albert Heijn om banen te creëren voor arbeidsgehandicapte medewerkers. Per februari 2016 zijn er ongeveer 1.000 Wajongers in dienst bij Albert Heijn. Het bedrijf streeft er naar om eind 2016 2.000 Wajongers werk te bieden. Om een versnelling te realiseren heeft Albert Heijn sinds november 2015 een participatieteam in het leven geroepen. Dit team bestaat onder andere uit jobcoaches: zij coachen de *buddies* in de winkel die medewerkers begeleiden met een arbeidshandicap.

³⁰ UWV (2016). UWV Monitor Arbeidsparticipatie 2015.

Literatuur

- ABN Amro (2016). Insights Retail. *Bouwmarkten; Drogisterijen; Kledingwinkels; Schoenenwinkels; Supermarkten; Winkels in consumentenelektronica; Woonwinkels.* (20-05-2016).
- ABN Amro (2016). Insights Retail. *De voedselspecialzaak 2.0, het visitekaartje van de agrifoodsector.*
- AD.nl (2016). 'Naar de supermarkt? Maak het toch lekker zelf!' (18-05-2016).
- ADP Nederland, Berenschot en Performa. (2016). *HR Trends 2016-2017. De functie van HR.*
- CBS Statline (2016). Diverse databestanden geraadpleegd over onder andere: werkzame beroepsbevolking naar beroep, bedrijfsleven, webwinkels, faillissementen).
- CBS.nl (2016). Nieuws. 'Steeds meer webwinkels in detailhandel'. (14-06-2016).
- CBS.nl (2016). Nieuws. 'Bijna een op vijf koopt levensmiddelen online. (24-11-2016).
- Decorrespondent.nl (2014). 'De deeleconomie is booming. Maar wat is het?' (09-07-2014).
- Detailhandel.info (2016). Consument (Online)bestedingen. (geraadpleegd oktober 2016).
- Detailhandel.info (2016). Verkoopkanalen Webwinkels. (geraadpleegd oktober 2016).
- Erik Hemmes Trade Marketing Services (2014). *Voordeelwinkels snoepen omzet weg bij super en drogisterij.* (sept. 2014).
- Gianotten, H. (2016). *De Retail Transitie. Retail anders wordt gewoon.* Stichting KCH.
- ING Economisch Bureau (2016). Sectorvisie Fashion. *Old fashion. Vergrijzing vormt nieuwe uitdaging fashion retail.*
- ING Economisch Bureau (2015). Sectorvisie Supermarkten. *Supermarkten: zelfde snelheid, andere koers.*
- ING Economisch Bureau (2016). Vooruitzicht Detailhandel. *Winnaars en verliezers in de winkelstraat.*
- ING Economisch Bureau (2016). *Winkelstraat wordt internationale marktplaats.*
- Kvk.nl (2016). 'Winkelketens zorgen voor forse toename van faillissementen.' Kamer van Koophandel.
- McKinsey & Company (2016). *Rewriting retail: a sector in acceleration towards 2025.*
- Planbureau voor de Leefomgeving (2016). pbl.nl Nieuwsberichten 'Winkelleegstand stijgt tot boven de 10%'. (08-09-2016)
- Pretwerk.nl. (2014). 'Retailtainment; kameleonbedrijf in retail en entertainment'. (25-11-2014).
- Rabobank (2016). Cijfers & Trends. *Food.* (40e jaargang editie 2016/2017).
- Rabobank (2016). *Rabobank Retail Updates.* (juli, augustus en september 2016).
- Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA) (2016). Arbeidsmarkt Informatie Systeem (AIS). (geraadpleegd oktober 2016).
- Rijksoverheid.nl (2016). Aanpassingen Wet werk en zekerheid. (geraadpleegd 5-12-2016).
- SEO (2016). *Studie en Werk 2016. De arbeidsmarktpositie van hbo'ers en academici uit het afstudeerjaar 2013/2014.*
- Stavenuiter, M.; Van der Klein, M. & Aussems, C. (2016). *Vast en flex in vele vormen. Werkgevers, bedrijven en sectoren aan het woord over flexibele arbeidscontracten.* Verwey-Jonker Instituut.

-
- Stichting Opleidingsfonds Detailhandel. (2013). Zelf arbeidsmarktinformatie samenstellen.
www.arbeidsmarktdetailhandel.nl.
- Stichting Samenwerking Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB) (2016), Feiten en cijfers over doelmatigheid. www.s-bb.nl/feiten-en-cijfers-over-doelmatigheid.html.
- The Economist (2016). 'All that is solid melts into air'. (19-11-2016).
- Trouw.nl (2016). 'Stijgt de werkloosheid straks nu het jeugdloon is afgeschaft?' (21-04-2016)
- UWV (2016). *Alternatieve loopbaanoverstappen voor verkoopmedewerkers*.
- UWV (2016). *Arbeidsmarktprognose 2016-2017*.
- UWV (2016). *Monitor Arbeidsparticipatie 2015*.
- UWV (2016). *Vacatures in Nederland 2015*.
- Volkskrant (2016). 'Een voorbeeld van echt Hollands ondernemerschap'. (15-04-2016).
- Volkskrant (2016). 'Succesvolle webshops vinden weg naar winkelstraat'. (15-01-2016).

Bijlage I Werkenden per beroepsgroep

Omvangrijke beroepen in de detailhandel

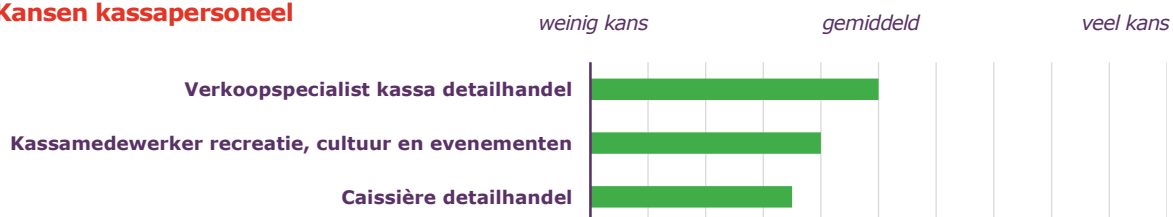
Werkzame personen 2014/'15, alleen beroepen >5.000*

beroepsniveau	Aantal detailhandel	Aandeel detailhandel	Aandeel alle sectoren
Elementair/lager	132.000	18%	9%
Vakkenvullers	97.000		
Laders en lossers	17.000		
Boden, kruiers en bestellers	5.000		
Lager/middelbaar	486.000	66%	43%
Verkoopmedewerkers	225.000		
Kassabedienden en kaartverkopers	72.000		
Winkeliers	44.000		
Toezichthoudend personeel in winkels (teamleiders)	35.000		
Slagers, vishandelaren e.d.	10.000		
Administratief magazijnpersoneel	7.000		
Verkopers in kramen en op markten	7.000		
Kelners	6.000		
Informatieverstrekkers (medewerker klantenservice)	6.000		
Bakkers en banketbakkers	5.000		
Middelbaar/hoger	73.000	10%	16%
Leidinggevende functies in de detail- en groothandel (bedrijfsleiders)	23.000		
Farmaceutisch technici en apothekersassistenten	15.000		
Inkopers	10.000		
Opticiens	5.000		
Vertegenwoordigers	5.000		
Hoger/wetenschappelijk	37.000	5%	30%
Beroep(sniveau) onbekend	3.000	0%	1%
Totaal	732.000	100%	100%

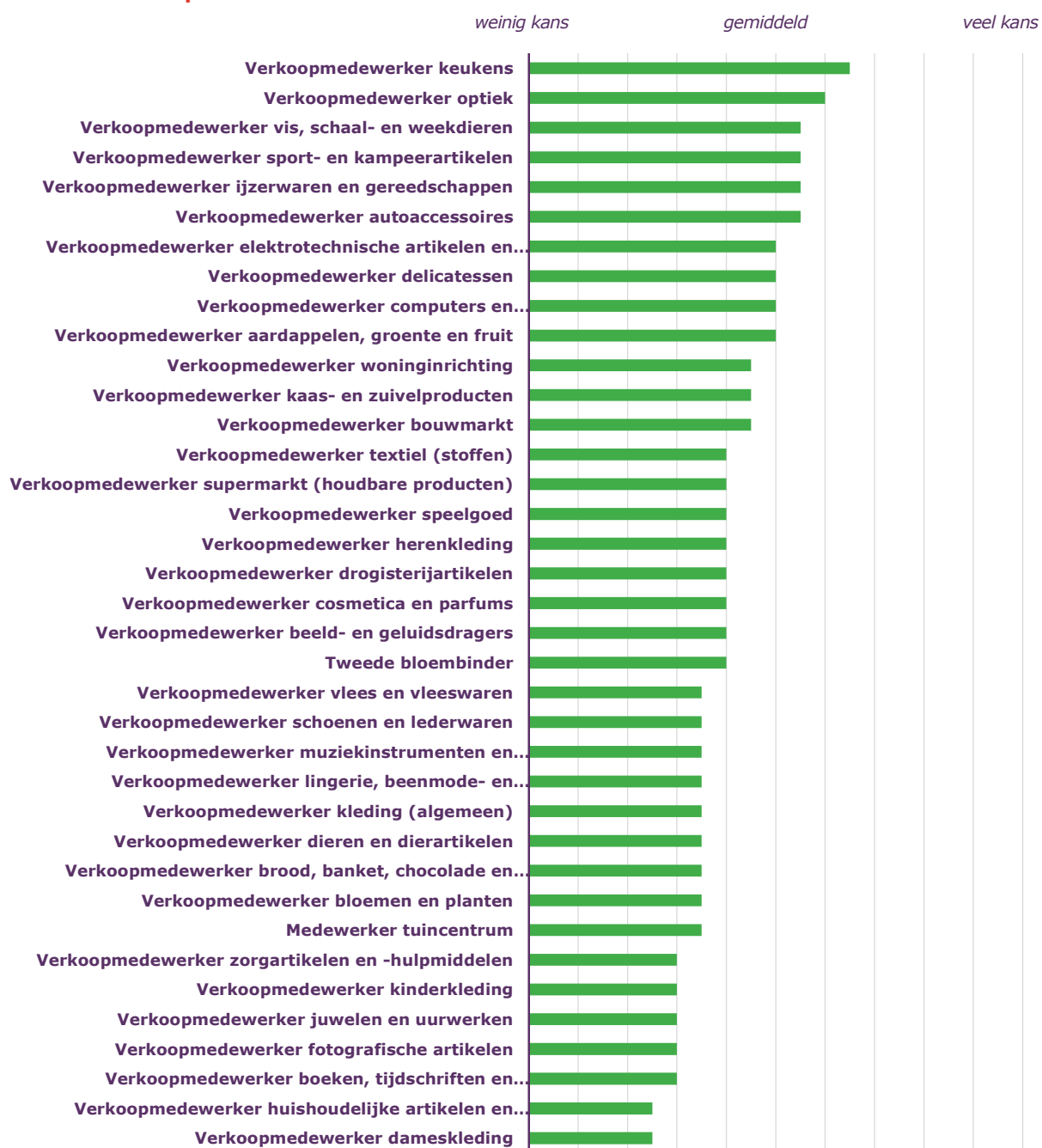
* Aantallen afgerond op 1000-tallen.
Bron: CBS (2016) op verzoek van UWV

Bijlage II Kansen naar verkoopberoep

A. Kansen kassapersoneel



B. Kansen verkoopmedewerkers



C. Kansen verkoopadviseurs/-specialisten



D. Kansen bedrijfsleiders/afdelingsmanagers



Colofon

Uitgave

UWV
Afdeling Arbeidsmarktinformatie en –advies

Postadres

Postbus 58285
1040 HG Amsterdam

Inlichtingen

Tel. 06 506 471 61 / freek.kalkhoven@uwv.nl

Auteur

Freek Kalkhoven

Verantwoording

UWV maakt samen met werkgevers- en werknemersorganisaties en met arbeidsmarktdeskundigen beschrijvingen van meer dan twintig sectoren en enkele beroepsgroepen. Dit project wordt begeleid door een landelijke klankbordgroep, waarin – naast UWV – landelijke werkgevers- en werknemersorganisaties, VNG en de Stichting Samenwerking Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB) zitting hebben.

Deze sector- en beroepenbeschrijvingen bieden een actueel beeld van de overschotten en tekorten en van kansen.

Alle beschrijvingen worden gepubliceerd op www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie en zijn bedoeld voor arbeidsmarktprofessionals van gemeenten, brancheorganisaties, bonden, opleidingsinstellingen, (grote) werkgevers, uitzendbureaus et cetera.

Disclaimer

Alles uit deze uitgave mag worden overgenomen, echter uitsluitend met bronvermelding

UWV © 2016

