

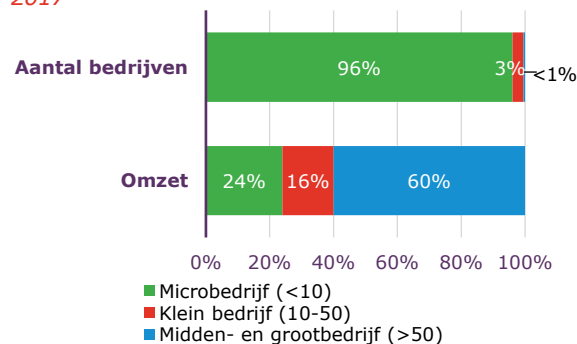
Detailhandel

Factsheet arbeidsmarkt

18 december 2018

Detailhandel in omzet en werkgelegenheid

Aantal winkels/omzet naar bedrijfsomvang 2017



Bron: Detailhandel.info (2018)

Ruim 109 miljard euro omzet

De detailhandel bestaat uit kleine en middelgrote ondernemingen (mkb) en grootwinkelbedrijven. In 2017 telde Nederland zo'n **95 duizend winkels**, met in totaal **27 miljoen m²** aan winkelvloeroppervlak. Bij elkaar zetten zij **109,3 miljard euro** om.

De sector wordt gedomineerd door bedrijven met ten hoogste 10 medewerkers (96%). Het 'klein bedrijf' (10 tot 50 medewerkers) is goed voor 3% van het aantal winkels. Minder dan een procent (zo'n 700) bestaat uit bedrijven groter dan 50 arbeidskrachten. Toch zorgen dit soort winkels bij elkaar voor de meeste omzet in de sector (60%).

Bijna helft omzet komt vanuit winkels in voedingsmiddelen

Circa 46% van de omzet in 2017 wordt gerealiseerd door winkels in voedingsmiddelen (grotendeels supermarkten). Zo'n 43% van de omzet komt uit winkels in de non-food en 9% uit 'pure' webwinkels. Dit zijn winkels die voor het grootste deel van de omzet afhankelijk zijn van online verkoop. Ongeveer 2% van de omzet komt uit ambulante verkoop (onder andere markthandel en straatverkoop).

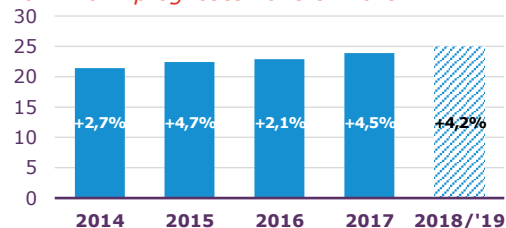
Bron: Detailhandel.info (2018)

Florerende economie stuwt de verkopen

De sector staat of valt met het koopgedrag van consumenten. Na de economische crisis steeg vanaf medio 2013 het consumentenvertrouwen, alsmede de koopbereidheid van de Nederlander. Sinds 2014 zit ook de koopkracht weer in de lift. Nu de economie weer op volle toeren draait, groeit ook de productie in de detailhandel (bruto toegevoegde waarde). Dat doet het sinds 2014, en zal vermoedelijk doorzetten in 2018 en 2019 met gemiddeld 4,2% per jaar.

Productie in detailhandel in miljarden

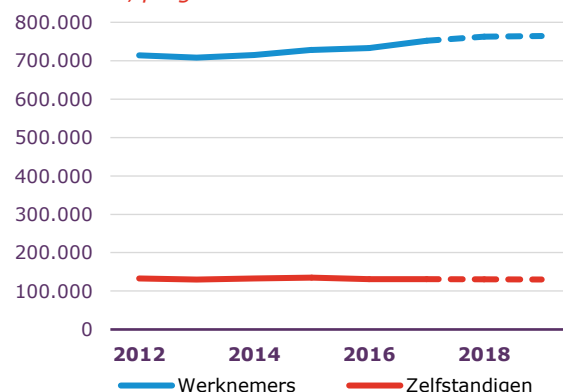
2014-2017 prognoses 2018 en 2019



Bron: UWV

Ontwikkeling banen detailhandel

2012-2017, prognoses 2018 en 2019



Bron: CBS Statline, prognose UWV

Ook in 2018 en 2019 verdere banengroei

In 2017 telde de detailhandel circa **883 duizend banen**. Er zijn 752 duizend banen van werknemers. Qua werknemers is de detailhandel een van de grootste sectoren in de werkgelegenheid (ruim 9%). Net als andere marktsectoren reageert de detailhandel snel op economische ontwikkelingen. Tussen 2012 en 2017 is het aantal werknemersbanen met **38 duizend** gegroeid (+5%). Voor 2018 en 2019 verwacht UWV een verdere groei van **6 duizend** banen per jaar.

Daarnaast zijn er 131 duizend zelfstandigen. Het aantal zelfstandigen in de sector blijft al jaren vrij stabiel. UWV gaat voor 2018 en 2019 uit van een lichte daling van nog geen **500** zelfstandigen per jaar.

Verschuivingen in segmenten en beroepen

Food: steeds meer werk in supermarkten

Circa **45%** van de banen in de detailhandel komt voor in winkels waar hoofdzakelijk **voedingsmiddelen** worden verhandeld. Met 35% nemen **supermarkten** verreweg het hoogste aandeel in de werkgelegenheid. Tussen 2012 en 2016 steeg het aantal supermarktbanen met 35 duizend (+12%). Daarnaast bestaat 10% van de werkgelegenheid in de detailhandel uit andere winkels in food (vaak speciaalzaken).

Non-food: banenkrimpt schoenenwinkels en winkels in huishoudelijke apparaten

Van alle banen in de sector behoort **43%** tot de **non-food**. De grootste non-foodsegmenten zijn consumentenelektronica en huishoudwaren (12%) en kledingwinkels (10%).

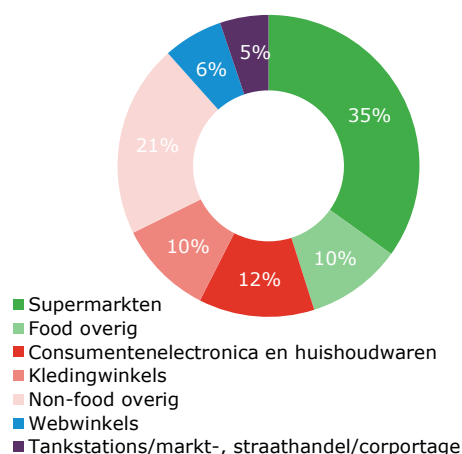
Een aantal specifieke winkels in de non-food werd tussen 2012 en 2016 flink geraakt. Dit komt door

verschillende faillissementen en door de verschuiving van het fysieke verkoopkanaal naar internet. Van alle segmenten daalde het aantal banen in **schoenenwinkels** het sterkst (-32%). Bij **winkels in elektronische apparaten** en **wit- en bruingoed** kromp de werkgelegenheid met een vijfde. Het segment **warenhuizen** kende vooral een sterke krimp in het jaar 2016 (-11%), deels het gevolg van het faillissement van V&D. **Winkels in parfums en cosmetica** zagen het aantal banen juist groeien (+17%). Mogelijk speelt de verschuiving naar online winkels hier minder, omdat consumenten make-up-artikelen en parfums in de winkel willen uitproberen. Daarnaast kwamen er banen bij in **drogisterijen** (+5%). Ook in **doe-het-zelfwinkels** groeide het aantal banen, weliswaar pas vanaf 2015. Dit komt door de aantrekkelijke huizenmarkt, waardoor mensen vaker verhuizen en verbouwen.

Webwinkels: klein maar snel groeiend segment in de werkgelegenheid

Webwinkels zijn goed voor ruim **6%** van het aantal banen in de detailhandel, dik 2%-punt hoger dan in 2012. Hoewel het segment nog relatief klein is, groeit het fors. Consumenten kiezen steeds vaker voor het gemak van winkelen via het internet. Het aantal banen bij webwinkels nam in de periode 2012-2016 met **21 duizend** toe (+56%). UWV bracht eind 2017 het **rapport 'Kansen in webwinkels'** uit.

Banen detailhandel naar hoofdsegment 2016, banen van werkzame personen



Bron: CBS Statline

Top 6 groeiers

Segmenten met grootste banengroei	2012-2016
1. Webwinkels	+56%
2. Parfums en cosmetica	+17%
3. Supermarkten	+12%
4. Drogisten, orthopedische winkels	+5%
5. Vrijtijdsartikelen	+2%
6. Voedingsmiddelen	+2%

Bron: CBS Statline

Top 6 dalers

Segmenten met grootste baanverlies	2012-2016
1. Schoenen en lederwaren	-32%
2. Elektrische huishoudapparatuur	-21%
3. Wit- en bruingoed	-20%
4. Tapijt en gordijnen	-17%
5. Juweliers	-13%
6. Speelgoedwinkels	-12%

Werkenden detailhandel naar beroep 2016/2017 (2-jaarsgemiddelden)



Bron: CBS maatwerk op verzoek UWV

3 op 10 is verkoopmedewerker in winkel

Circa **31%** van de werkzame personen in de detailhandel is een **verkoopmedewerker** in een winkel. Zij zijn niet de enigen die producten verkopen aan klanten. Ook kassamedewerkers (9%), winkeliers (7%) en andere leidinggevenden op de werkvloer (7%) houden zich voor een belangrijk deel bezig met verkoopactiviteiten. Daarnaast biedt de sector werk aan logistiek personeel, zoals vakkenvullers (14%) en laders en lossers (ruim 2%).

Ongeveer 30% van de werkgelegenheid bestaat uit 'overige beroepen'. Dit is een uiteenlopende groep, bestaande uit onder andere: schoonmakers, bezorgers, administratief kantoorpersoneel, marktverkopers, inkopers en ict'ers.

Kleine verschuivingen in beroepsamenstelling

De verdeling naar beroep in 2016/2017 komt min of meer overeen met het beeld van 2013/2014. Enkele verschillen:

- In 2016/2017 is het aandeel verkoopmedewerkers 0,5%-punt lager dan in 2013/2014. Ook het percentage kassamedewerkers/kaartverkopers ligt 0,7%-punt lager. Daarentegen is het aandeel ict'ers en laders en lossers iets hoger dan enkele jaren daarvoor. Deze verschuiving in beroepenstructuur is het gevolg van de opkomst van webwinkels en andere technologieën in de sector. De verschillen zijn echter zeer klein: de verschuiving over de jaren gaat heel geleidelijk.
- Verder valt nog op dat het aandeel winkeliers in 2016/2017 hoger is dan drie jaar daarvoor, het groeide met bijna 13 duizend. Waarschijnlijk gaat het hier vooral om de groei van kleine zelfstandigen (waaronder webwinkels). Het aandeel bedrijfs- en teamleiders in de detailhandel ligt in 2016/2017 juist lager dan in 2013/2014.

Kenmerken van personeel

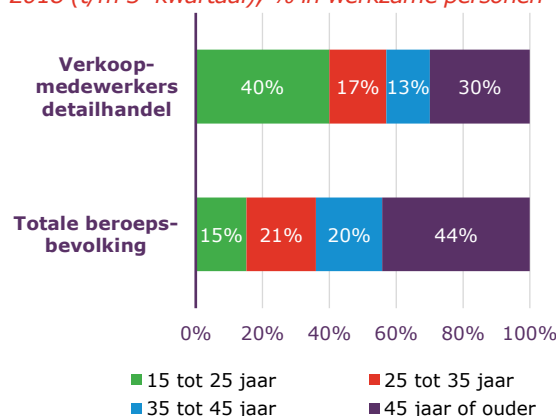
Helft werkenden is jonger dan 30 jaar

Er werken veel jonge mensen in de detailhandel. Zo'n **31%** van het totale personeelsbestand bestaat uit **scholieren of studenten**. Dit is hoog: gemiddeld is dit 10% van alle werkzame personen. Dit maakt dat een groot deel van de werkenden in de sector **jonger is dan 30 jaar, namelijk de helft (49%)**. Jongeren werken vaak als verkoper of vakkenvuller in kleine (bij)banen met een tijdelijk karakter. Slechts 12% van de sector is 55-plus.

Bron: ROA (over 2016/17)

Op basis van cijfers van het CBS is er te kijken naar de leeftijd binnen de groep verkoopmedewerkers. In de eerste drie kwartalen van 2018 is 4 op de 10 werkzame verkoopmedewerkers in de detailhandel jonger dan 25 jaar. Dit is veel hoger dan onder de totale beroepsbevolking (15%). Slechts 30% van de werkzame verkopers is ouder dan 45 jaar.

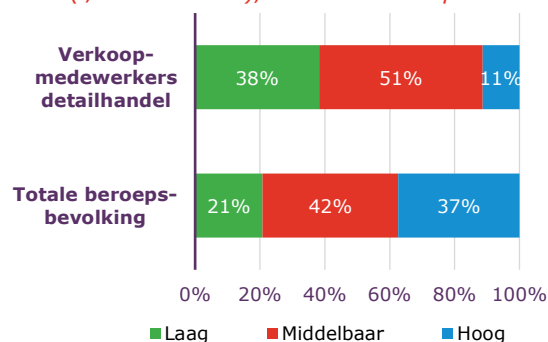
Leeftijdverdeling verkoopmedewerkers 2018 (t/m 3^e kwartaal), % in werkzame personen



Bron: CBS Statline

Verdeling opleidingsniveau verkoopmedewerkers

2018 (t/m 3^e kwartaal), % in werkzame personen



Bron: CBS Statline

38% verkoopmedewerkers heeft maximaal een mbo-1 diploma

Bijna 4 op de 10 verkoopmedewerkers in de sector is laagopgeleid. Dit zijn mensen die geen startkwalificatie hebben behaald (maximaal mbo-niveau 1). Voor een groot deel zijn dit scholieren of studenten aan mbo-instellingen. De helft van de verkoopmedewerkers is middelbaar opgeleid en slechts 11% is hoogopgeleid. Gemiddeld over alle sectoren en beroepen is 37% hoogopgeleid.

Nog geen 10% van de werkzame verkoopmedewerkers heeft daadwerkelijk een mbo-opleiding in de richting detailhandel (niveau 2 tot 4) afgerond. Daarmee is het een beroepsgroep die openstaat voor en kansen biedt aan zij-instromers.

Bron: ROA (over 2015/16)

Zes op de tien werkzame personen is een vrouw

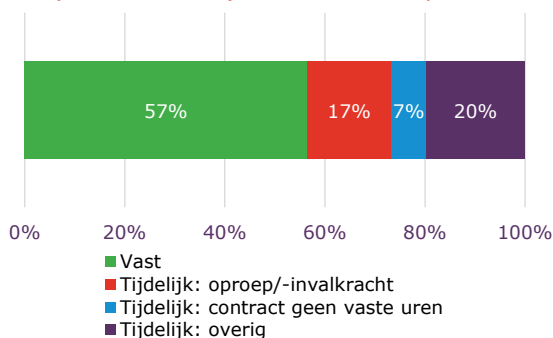
In 2017 is 60% van alle werkzame personen in de detailhandel een vrouw. Onder werknemers in de detailhandel is dit een aandeel van 61%, onder zelfstandigen is dit 45%. Tussen 2012 en 2017 is het aantal werkzame vrouwen in de detailhandel met ruim 3% gegroeid. Het aantal mannelijke krachten steeg echter met bijna 6%.

Er zijn duidelijke mannen- en vrouwenbranches in de detailhandel. In apotheken, drogisterijen, kledingzaken en parfum- en cosmeticawinkels werken overwegend vrouwen en relatief weinig mannen. Dit is omgekeerd in rijwielzaken, electronicawinkels en doe-het-zelfzaken. Hier zijn mannen juist sterk oververtegenwoordigd.¹

¹ Bron: Stichting Opleidingsfonds Detailhandel. Arbeidmarkt.databank.nl (cijfers naar fte's over 2013)

Verkoopmedewerkers met arbeidsrelatie naar type contract

2018 (t/m 3^e kwartaal), % in werkzame personen



Bron: CBS Statline

Kwart werkt minder dan 12 uur per week

Ruim 65% van alle werkzame personen in de detailhandel werkt in deeltijd (<35 uur per week), circa 36% werkt fulltime. Er komen veel kleine (bij)baantjes voor in de sector. Een kwart van het personeel werkt zelfs minder dan 12 uur in de week.

Bron: ROA (over 2016/17)

Vooral **verkoopmedewerkers** werken **parttime**: namelijk **75%**. Van alle werkzame verkoopmedewerkers in de sector heeft 25% een contract voor minder dan 12 uur per week. Gemiddeld is dit slechts 11%.

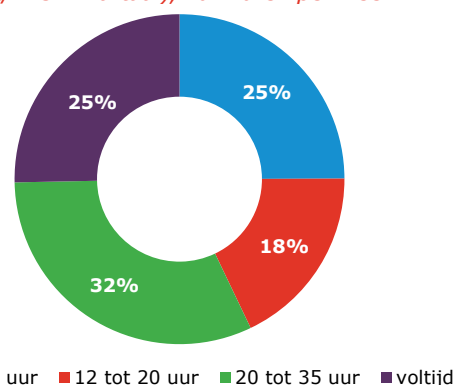
Veel flexwerk onder verkoopmedewerkers

Van alle verkoopmedewerkers in de detailhandel heeft bijna zes op de tien een vaste aanstelling (57%), **43% heeft een tijdelijk contract**. In 2012 had nog 63% een vast contract, 37% had toen een flexibel contract. Flexibele contracten zijn dus in opmars binnen de beroepsgroep.

In 2018 is circa 17% van de verkoopmedewerkers een oproep- of invalkracht. Verder komen er veel tijdelijke contracten zonder vaste uren voor onder de groep verkoopmedewerkers detailhandel (7%). Beide vormen van flexwerk - die in aandeel toenemen - geven over het algemeen de laagste baan- en inkomenszekerheid voor werknemers.

Arbeidsduur verkoopmedewerkers

2018 (t/m 3^e kwartaal), % in uren per week



Bron: CBS Statline

Werving en vacatures

Vanaf 2013 vacaturegroei

Het aantal vacatures dat jaarlijks ontstaat in de detailhandel is de laatste jaren sterk gestegen. In 2013 ontstonden er 105 duizend vacatures. Vier jaar later, in 2017, waren dit er **169 duizend**: een stijging van **61%**. De stijgende vraag komt onder andere doordat het aantal banen van werknemers is toegenomen. Daarnaast zorgt het hoge aandeel tijdelijke banen voor een hoog verloop onder medewerkers. Naar verwachting blijft het aantal vacatures en de detailhandel in 2018 en 2019 nagenoeg gelijk.

Het segment 'supermarkten en warenhuizen' is met 41% van alle vacatures in de detailhandel zeer omvangrijk te noemen. In 2017 ontstonden hier ongeveer 70 duizend vacatures. In dit segment werken veel scholieren/studenten met bijbaantjes.

Circa 16% van de winkelbedrijven heeft in 2017 **personeel aangenomen zonder een externe vacature**.² Dit kan doordat winkelpersoneel soms 'via via' wordt geworven, stageplaatsen overgaan in reguliere plaatsen of mensen spontaan binnenlopen bij een bedrijf. Kortom, de vraag naar personeel komt niet altijd tot uiting in een vacature. Toch geeft de vacatureontwikkeling een indicatie van de vraag naar personeel.

Vacatures in de detailhandel

2012-2017, prognose 2018/2019 (2-jaars-gemiddelden)

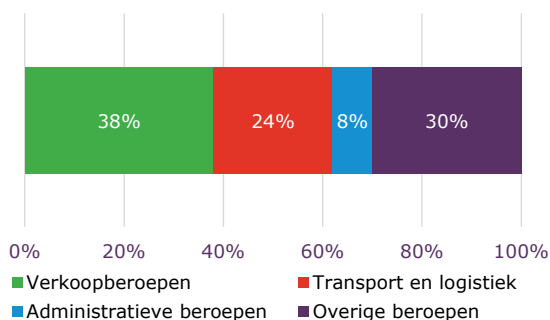


Bron: CBS, prognose UWV

² UWV (2018). Hoe werven werkgevers? Inzichten in de zoektocht van bedrijven naar personeel.

Verdeling vacatures in detailhandel naar beroepsgroepen

Over 2017 en 2018*, ontstane vacatures



Bron: UWV, schatting op basis van totale vacaturemarkt

* kwartalen 3 en 4 van 2017, kwartalen 1 en 2 van 2018.

Vacatures naar beroepssegment

Circa 37% van alle in 2017 ontstane vacatures in de detailhandel betreft vraag naar **verkopers**. Dit zijn zowel leidinggevend in een winkel als verkoop-, kassamedewerkers en telefonisch verkopers.

22% van de vacatures betreft **transport en logistiekpersoneel**. Dit zijn voornamelijk vacatures voor vakkenvullers, maar ook logistieke krachten en vrachtwagenchauffeurs.

Zo'n 10% van de vacaturemarkt bestaat uit vacatures voor **administratief personeel**.

De rest van de vacatures – ongeveer 31% – is een overige groep van bijvoorbeeld technisch personeel (keukenmonteurs), ict'ers, managers, inkopers en vertegenwoordigers.

Top-15 vacatures detailhandel naar beroep in 2017/2018

1. Winkelassistent (o.a. vakkenvuller)	9. Verkoopmedewerker brood, banket, chocolade, suikerwaren
2. Verkoopmedewerker kleding (algemeen)	10. Medewerker bediening dranken/eten
3. Caissière	11. Verkoopmedewerker vlees en vleeswaren
4. Verkoopmedewerker drogisterijartikelen	12. Bedrijfsmanager detailhandel
5. Magazijnmedewerker	13. Eerste verantwoordelijke kassa
6. Commercieel medewerker binnendienst	14. Verkoopmedewerker supermarkt (houdbare producten)
7. Medewerker klantenservice	15. Logistiek medewerker
8. Vrachtwagenchauffeur binnenland	

Bron: UWV (kwartalen 3 en 4 van 2017; kwartalen 1 en 2 van 2018)

Trends en ontwikkelingen in de detailhandel

Consumentengedrag verandert

Consumenten hebben steeds minder vrije tijd, worden kritischer, en willen altijd en overal kunnen winkelen. Ze **streven naar gemak**. Beïnvloed door digitalisering en nieuwe technologieën krijgen ze steeds meer 'macht' om op elke plek en elk moment van de dag iets op te zoeken, vergelijken of te kopen. Tegelijk neemt de keuze in producten toe. Veranderend consumentengedrag zorgt met name voor een groei van **online bestedingen**, deze groeien namelijk harder dan bestedingen in fysieke winkels. De retailer en consument vinden elkaar in toenemende mate via verschillende kanalen (*omni channeling*). Eén van de kanalen is vaak de **smartphone**. Smartphones hebben een centrale rol gekregen in het leven van miljarden mensen. De zogeheten *mobile-first mindset* wordt steeds belangrijker voor retailers. Het **bestelproces** is ingericht om aan de eisen van de consument tegemoet te komen. Waar het nu draait om snelheid, zal het in de toekomst vooral gaan om **flexibiliteit**. De consument bepaalt waar (ergens onderweg, op kantoor, in een winkel), wanneer (op elk moment van de dag) en hoe (fietskoerier, drone, zelfrijdende auto) hij toegang krijgt tot zijn bestelling. Volgens experts wordt de bezorging van producten steeds efficiënter en kunnen consumenten in de toekomst bij de keuze van een bezorgoptie bijvoorbeeld rekening houden met de mate waarin deze het milieu belast.

Groei van online betekent niet dat **fysieke winkels** hun langste tijd hebben gehad. Zowel in het lage als in het midden en hogere segment kunnen ze aanvullend zijn op webwinkels. Zo zetten boetieks en speciaalzaken in het midden en hogere marktsegment in op eigenschappen die 'online' niet biedt: het uitproberen van producten, beleving en deskundig personeel. Maar ook prijsvechters doen het goed. Het aantal *discounters* in Nederland groeit sinds 2012 zeer sterk. Consumenten houden van kortingen en willen verrast worden met een snel wisselend productenassortiment. Experts hebben het over 'flinterdunne marges en hoge omloopsnelheden'. Het traditionele middensegment is hier vaak niet tegenop gewassen.

Beleving wordt belangrijker

Met het gegeven dat het consumentengedrag verandert en steeds meer mensen kiezen voor online, proberen fysieke winkels aantrekkelijk te blijven voor de klant. Veel winkels doen dit door het bieden van **service** en **vermaak**. Volgens deskundigen verandert de functie van winkels van een plek waar transactie plaatsvindt, in een plek waar attractie plaatsvindt. Fysieke winkels worden plekken waar de verbinding wordt aangegaan met de (potentiële) klant. Ook 'pure' webwinkels openen soms showrooms, waarbij directe verkoop niet het primaire doel is, of überhaupt niet mogelijk is.

Demografische ontwikkelingen

- **Urbanisatie.** Tot aan 2030 wordt een bevolkingsgroei van 5% voorspeld. Het CBS verwacht dat driekwart van de bevolkingsgroei in de grote gemeenten plaatsvindt, en dan met name in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht.
- **Vergrijzing.** In 2030 bestaat een kwart van de Nederlandse bevolking uit 65-plussers. Vergrijzing heeft negatieve gevolgen voor de volumes in de non-food: oudere mensen kopen minder non-food producten (bijvoorbeeld kleding) dan jongeren. In regio's waar de bevolking krimpt, wonen relatief veel

Experts stellen dat winkels steeds vaker vormen van amusement toevoegen. Daarnaast vermengt detailhandel meer en meer met groen en met branches als de horeca. In steeds meer winkels kunnen klanten iets te drinken of te eten bestellen.

65-plussers. Hier veranderen de winkelgebieden: ze worden kleiner en compacter. Het zijn dan ook regio's in provincies als Friesland en Groningen waar de meeste leegstand voorkomt.

- **Eenpersoonshuishoudens.** In 2030 bestaat 40% van alle huishoudens in Nederland uit één persoon. Alleen wonen is relatief duur, waardoor er minder besteedbaar inkomen overblijft. Minder besteedbaar inkomen drukt de consumptie.

Duurzaam consumeren

Tweedehands blijft aan populariteit winnen. Zo brengt 60% van de consumenten overbodige spullen steeds vaker terug naar een kringloopwinkel. In 2017 groeide het aantal kringloopwinkels met 7% ten opzichte van 2016. Een variant op tweedehands is '**refurbished**'. Dit zijn gebruikte producten (vaak elektronica) die volledig schoongemaakt en opgeknapt worden voordat ze weer verkocht worden. Voor een groeiende groep mensen is tweedehands niet voldoende. Zij streven ernaar dat de traditionele cyclus van produceren, consumeren en weggooien wordt doorbroken. In het **circulaire model** wordt de levenscyclus van producten verlengd: afval wordt de nieuwe grondstof. Mensen gaan steeds bewuster kopen: minder producten en verpakkingsmaterialen en duurzamer. Daarnaast gaan mensen vaker **zelf producten maken** ('do it yourself'). In een **deeleconomie** is huren, leasen of streamen de norm. De consument koopt in de toekomst steeds vaker contracten in plaats van producten. Men gaat vaker betalen voor gebruik in plaats van bezit, stellen experts.

De impact van technologie

- Consumenten zullen (onbewust) steeds meer **data** gaan delen met retailers. Vanuit big data worden patronen, verbanden en voorkeuren van mensen ontdekt. Algoritmes maken producten en diensten slimmer, beter en goedkoper. Er zijn al voorbeelden van algoritmes die voorspellen wanneer producten op dreigen te raken en deze vervolgens automatisch bestellen. Door data te koppelen aan identificatie (al dan niet via nieuwe technologieën als oogscanners) wordt het in de toekomst voor retailers gemakkelijk om te weten wie er de winkel binnenstapt en te voorspellen wat diens behoeften zijn.
- Door technologie verandert ook het **betalen** in winkels. Er komen steeds meer zelfscankassa's in supermarkten en winkels. In Nederland is sinds kort het 'skippen' geïntroduceerd, dit is het betalen van producten via een betaalapp in plaats van een kassa. Er zijn ook al winkels waar je helemaal niet meer hoeft te betalen in de winkel, maar achteraf. Daarnaast bestaat **Dynamic pricing**: prijzen van versproducten die de houdbaarheidsdatum naderen, worden automatisch verlaagd. Dat werkt doordat de verpakking, het prijslabel op de schappen en de kassa met elkaar verbonden zijn. Dit systeem zou voedselverspilling tegengaan.
- Ook op het gebied van **service** verandert er veel door technologie. De verwachting is dat er steeds vaker gebruik gemaakt zal worden van kunstmatige intelligentie, virtuele assistenten en chatbots. Er komen slimme paskamers en spiegels. Hier speelt **augmented reality** een rol bij: een techniek die in de woonbranche al wordt toegepast om te zien hoe meubels staan in een fysieke ruimte.
- De rol van de consument transformeert door technologie van eindgebruiker naar die van vormgever en coproducent. Experts denken dat het **(mede)-ontwerpen van producten** als brillen, horloges, meubels en kleding – onder andere door de invloed van 3d-printing - steeds normaler wordt.

Eisen aan verkoopmedewerkers veranderen

Taken en competenties van werknemers in de detailhandel veranderen. Personeel met **expertise** wordt alsmaar belangrijker. Het is belangrijk dat verkopers weten waar producten en materialen vandaan komen. Ook kennis over duurzaamheid wordt relevanter. Daarnaast is **klantgerichtheid** van belang en wordt er vaker gevraagd naar **sociaal vaardige** medewerkers. De verkoper moet de klant netjes bejegenen (groeten en bedanken voor de aankoop), maar ook goed kunnen aanvoelen wat hij (niet) wil. Uit onderzoek van ABN Amro blijkt dat de klantvriendelijkheid, servicegerichtheid en deskundigheid van het personeel tegenwoordig een grotere invloed hebben op de klanttevredenheid dan zaken als assortiment en prijzen. 87% van de medewerkers op de winkelvloer denkt dat de behoefte aan persoonlijk advies in de toekomst alleen maar zal toenemen.

Daarnaast wordt omgaan met **digitalisering en automatisering** steeds belangrijker voor personeel in de detailhandel. Veel technologische toepassingen zijn vooral ondersteunend aan de huidige werkzaamheden van winkelpersoneel. Zo wordt er gewerkt met *personal digital assistants* (pda's) of tablets om snel te kunnen inzien of een product nog op voorraad is of dat een product bij een ander filiaal beschikbaar is.

Echter, sommige taken zullen in de toekomst wellicht verdwijnen door technologie. Denk aan de kassafunctie, robots in distributiecentra, robots die vakkenvullen, kleding opvouwen en klanten de weg wijzen. Weer andere taken komen door technologie vaker bij klanten te liggen in plaats van bij de medewerker. Denk aan het uitvoeren van scans, metingen, ontwerp en het personifiëren van producten. Het wegvallen van taken biedt de medewerker mogelijk meer ruimte voor advisering, *face-to-face* contact en klanten blij maken, zo stellen experts.

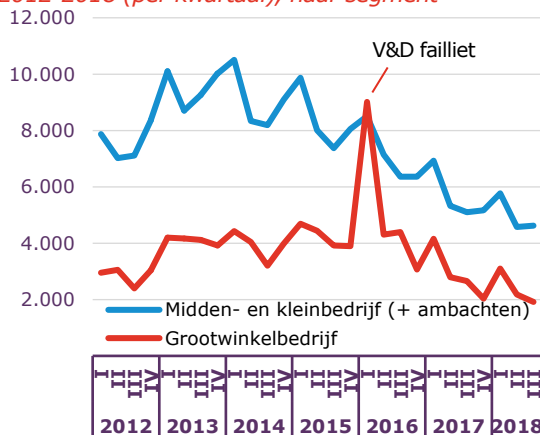


Bronnen: ABN Amro (maart 2018). *Sectorprognose. Winkeliers groeien, maar klimaat blijft stormachtig.*; ING (mei 2018). *Plussen en minnen in de non-food.*; INRetail (2017). *Retail richting 2030. Retail rules*; Rabobank (juli 2017). *Detailhandel- en groothandel update.*; Rabobank (augustus 2018). *Rabobank Retail Update*. TNO (2017). *Nieuwe technologie en werk. Verkennend onderzoek voor UWV.*

WW-uitkeringen

Aantal nieuwe WW-uitkeringen vanuit de detailhandel

2012-2018 (per kwartaal), naar segment



Bron: UWV

Het verschil in WW-instroom tussen beide segmenten wordt steeds kleiner. Dit komt omdat het aantal nieuwe uitkeringen vanuit het mkb sterker daalt dan vanuit warenhuizen en winkelketens.

WW-aanvragen door winkelfaillissementen

In 2018 (tot en met oktober) waren er 2.800 faillissementsuitkeringen vanuit de sector detailhandel. Het gaat hier om mensen die hun baan verloren ten gevolge van betalingsonmacht van een winkelbedrijf. Circa 2.300 van deze uitkeringen komt vanuit het mkb en ruim 500 mensen verloren hun baan door faillissement van een grootwinkelbedrijf.

Het aantal faillissementsontslagen vanuit grootwinkelbedrijven is drastisch gedaald vanaf 2016, het jaar dat een aantal grote ketens (zoals de winkelformules van Macintosh) en warenhuis V&D hun deuren moesten sluiten.

Forse daling nieuwe WW-uitkeringen

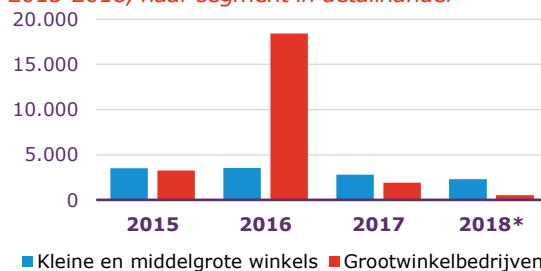
Per november 2018 werden er bijna **22 duizend WW-uitkeringen** verstrekt aan mensen uit de detailhandel. Bijna twee derde is afkomstig uit het mkb (inclusief het segment 'ambachten') en ruim een derde uit grootwinkelbedrijven.

Beroepen die veel voorkomen in de WW: verkoper van kleding (algemeen, en specifiek dameskleding), verkoopmedewerker huishoudelijke artikelen en cadeauartikelen, kassamedewerker, winklassistent en diverse administratieve beroepen.

Vanaf 2014 daalt het aantal nieuwe verstrekte WW-uitkeringen. Dit houdt verband met het stijgend aantal banen en vacatures. De faillissementen van een aantal grote ketens zoals V&D zorgde in het eerste kwartaal van 2016 voor een zeer sterke maar tijdelijke opleving van de WW-instroom vanuit grootwinkelbedrijven.

WW-aanvragen door faillissementen

2015-2018, naar segment in detailhandel



* tot en met oktober

Bron: UWV

Kansen voor werkzoekenden

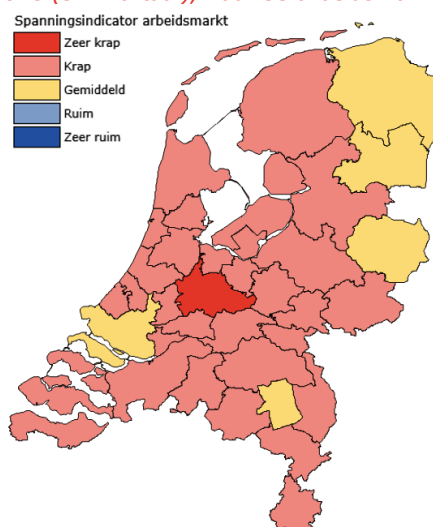
Uit een CBS-enquête onder bedrijven blijkt dat ruim één op de zes winkelbedrijven in het vierde kwartaal van 2018 productiebelemmeringen ervaart door een tekort aan personeel. Hoewel dit aandeel laag is ten opzichte van alle bedrijven in de Nederlandse economie (26%), is het de afgelopen jaren wel fors toegenomen. Ook de detailhandel heeft dus te maken met een krapper wordende arbeidsmarkt.

De spanningsindicator van UWV laat eveneens een steeds krapper arbeidsmarkt voor verkoopmedewerkers zien. In het derde kwartaal van 2018 was deze 'krap', in 2017 was deze nog 'gemiddeld' en in 2016 zelfs 'ruim'. Dit betekent dat er steeds minder werkzoekende verkopers beschikbaar zijn per openstaande vacature. **Hierdoor nemen de baankansen voor werkzoekenden dus toe.**

Beste kansen verkopers in Midden-Utrecht

Voor bijna alle arbeidsmarktregio's geldt een krappe arbeidsmarkt voor verkoopmedewerkers. Vooral in steden ontstaan veel vacatures. Voor de regio Midden-Utrecht geldt zelfs een zeer krappe arbeidsmarkt. Utrecht is de snelst groeiende stad van Nederland. In enkele krimpregio's aan de randen van Nederland (noorden en oosten) is de arbeidsmarkt nog 'gemiddeld'. Dit is ook het geval in de regio Rijnmond (relatief veel werkzoekenden met een laag opleidingsniveau) en in Helmond-De Peel (een regio waar van oudsher veel forenzen wonen).

Spanningsindicator verkoopmedewerkers 2018 (3^e kwartaal), Naar 35 arbeidsmarktregio's



Bron: UWV

Beste baankansen bij tankstations, webwinkels en bouwmarkten

- Uit de CBS-enquête onder bedrijven blijkt dat tankstations steeds lastiger aan personeel te komen. Ruim 22% van de werkgevers ervaart problemen door een tekort aan krachten. Dit komt doordat het beroep wellicht te maken heeft met een negatief imago (gevaarlijk) en onaantrekkelijke werktijden. Uit cijfers van UWV komt dan ook naar voren dat de **verkoper tankstation** goede baankansen heeft. Mogelijk veranderen de kansen wel, aangezien onbemande tankstations in opmars zijn.
- Ook **webwinkels** geven aan steeds vaker last te hebben van tekorten. In het vierde kwartaal van 2018 ervaart 19% van de online winkels hierdoor hinder. Naast ICT'ers zijn er kansen voor chauffeurs, magazijn- en logistiek medewerkers en medewerkers klantenservice.
- Functies die gerelateerd zijn aan de bouw bieden ook goede kansen op een baan. De bouwsector zit sterk in de lift. Er zijn steeds meer verhuusbewegingen en mensen kiezen tegenwoordig vaker voor een verbouwing dan tijdens de crisis. Kansen liggen er voor verkopers in **bouwmarkten**, **woningwinkels** en **keukenzaken**. Daarnaast zijn er mogelijkheden voor keukenmonteurs.
- De toenemende behoefte aan pc's, tablets, smartphones en accessoires maakt dat de kansen voor werkzoekende **verkopers van computers en/of telecomartikelen** eveneens goed zijn. Inmiddels heeft 19% van de winkels in de consumentenelektronica problemen door personeelstekorten.
- Ook voor **managers in winkels** zijn er bovengemiddelde baankansen. Dat geldt ook voor **afdelingsmanagers in supermarkten**. Het aantal banen en vacatures in supermarkten groeit al jaren fors.

Beroepen in de detailhandel met voldoende tot goede baankansen

Kansrijke verkoopberoepen	Kansrijke niet-verkoopberoepen
verkoper computers en computerbenodigdheden / verkoper telecomartikelen	afdelingsmanager supermarkt / bedrijfsmanager detailhandel
verkoper tankstation	medewerker klantenservice
verkoper alcoholhoudende dranken	magazijnmedewerker / logistiek medewerker
verkoper bouwmarkt / verkoper keukens / verkoper woninginrichting	keukenmonteur

Bron: UWV

Online winkelen beïnvloedt kansen specifieke verkoopfuncties

Er zijn ook beroepen in de detailhandel waarin werkzoekenden beperkte baankansen hebben. Dit geldt bijvoorbeeld voor de **verkoper huishoudelijke artikelen en cadeauartikelen**. De functie van warenhuizen en andere winkels met een breed assortiment verschuift deels naar het internet. Ook voor de **verkoper boeken, tijdschriften en kantoorartikelen** zijn de kansen op een baan niet erg gunstig. Boeken worden steeds vaker via webwinkels verhandeld, al dan niet in digitale vorm. Ook kranten en tijdschriften zijn vaak alleen nog digitaal beschikbaar. Ook voor de **verkoper kleding algemeen**, en specifiek **verkoper van dameskleding** zijn de kansen op werk beperkt te noemen door de hoge mate van onderlinge concurrentie. Echter, in sommige regio's zijn de kansen juist wel gunstig (bijvoorbeeld door de aanwezigheid van een outlet center)

Baankansen voor mbo-studenten

Volgens Stichting Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB) zijn de baankansen voor afgestudeerden in de mbo-2 kwalificatie 'verkoper' ruim voldoende. Voor de 'eerste verkoper' (niveau 3) en 'verkoopadviseur' (niveau 3) typeert SBB de kansen op werk zelfs als goed. Voor zowel de 'verkoop specialist' (niveau 3) als de 'manager retail' (niveau 4) zijn er na voltooiing van de opleiding 'voldoende' baankansen. De opleiding 'ondernemer retail' (niveau 4) biedt daarentegen 'geringe' kans op werk. Het is voor afgestudeerden een grote stap om snel na de opleiding als ondernemer aan het werk te gaan. Mogelijk zien zij zich genoodzaakt om eerst werkervaring op te doen als werknemer bij een bedrijf.

Ook werkzoekende verkoper 50-plus steeds meer kans op baan

Werkzoekende verkopers van 50 jaar of ouder vinden minder vaak vanuit de WW werk dan jonge WW'ers. Van alle nieuwe WW-uitkeringen die aan het begin van 2017 aan verkopers jonger dan 25 jaar werden verstrekt, vond 88% weer een baan binnen 12 maanden. Onder de groep 50 tot 54-jarigen was dit nog maar 54%, onder 55 tot 59-jarigen was het 42% en onder 60 tot 63-jarigen nog maar 18%.

Maar er is ook goed nieuws: de werkherlevingspercentages onder 45 tot 59-jarige zijn aanzienlijk gestegen ten opzichte van begin 2016 (zo'n 14 á 20%-punt). Hiermee lijken de baankansen voor verkopers ook in deze leeftijdsgroepen flink toe te nemen.

Aandeel verkoopmedewerkers in de WW dat werk vindt binnen een jaar

Instroom in WW 2016 & 2017 (kw. 1), naar leeftijd

	januari- maart 2016	januari- maart 2017	Δ in %-punt
Gemiddeld	59%	66%	+7
15-24 jaar	89%	88%	-1
25-44 jaar	63%	70%	+7
45-49 jaar	47%	64%	+17
50-54 jaar	40%	54%	+14
55-59 jaar	22%	42%	+20
60-63 jaar	9%	18%	+9

Bron: UWV

Resumerend: baankansen voor iedereen?

In de detailhandel stijgt het aantal banen en vacatures. Tegelijkertijd is er steeds minder aanbod van werkzoekenden: het aantal WW-uitkeringen daalt met rasse schreden. Hierdoor nemen de baankansen voor werkzoekende verkopers elk jaar toe. De sector biedt kansen voor scholieren, studenten en starters, maar staat ook open voor werkzoekenden zonder specifieke verkoopopleiding (zij-instromers).

Ondanks de stijgende kansen is het goed om rekening te houden met regionale verschillen en verschillen tussen segmenten. Ook betekenen kansen in de sector niet dat men gemakkelijk een vast contract krijgt voor veel uren in de week. Tijdelijke en kleine dienstverbanden zijn nog altijd de norm. Daarnaast is de detailhandel gevoelig voor conjuncturele schommelingen. Dit wil zeggen dat als het weer wat minder goed gaat met de economie, de baankansen waarschijnlijk snel weer minder worden. Bovendien dient rekening gehouden te worden met veranderende competenties. Zo worden servicevaardigheden en productkennis steeds relevanter voor veel fysieke winkels.

Colofon

Uitgave: UWV Afdeling Arbeidsmarktinformatie en –advies

Inlichtingen: freek.kalkhoven@uwv.nl

Auteur: Freek Kalkhoven