

HBD Monitor ICT 2009

HBD Monitor ICT 2009

De HBD Monitor ICT 2009 is een periodiek onderzoek van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel, uitgevoerd door Stratus. Het onderzoek brengt het ICT-gebruik van detailhandelsbranches uitvoerig in kaart. In 2006 is dit onderzoek voor het eerst uitgevoerd. Deze rapportage geeft de kerncijfers weer over 2009. Voor de totale detailhandel wordt eveneens een vergelijking gemaakt met voorgaande jaren.

In totaal hebben in 2009 2.543 detailhandelsvestigingen deelgenomen aan de monitor. In 2006 betrof het 2.324 vestigingen, in 2007 2.323. en in 2008 2.429. Het onderzoek vertegenwoordigt ruim 90% van de bestaande detailhandel. De volgende branches zijn buiten beschouwing gelaten: snoep- en chocolateriezaken, supermarkten met minder dan 5 werkzame personen, baby- en kinderkledingzaken, algemene textielzaken, modeartikelen- en bijouteriezaken, textielsupermarkten, apotheken, slaapkamerspecialzaken, tegelhandel, kunst- en antiekhandel, breedpakketzaken, muziekhandel, kampeerezaken, caravanhandel en warenhuizen.

Op de laatste pagina bevindt zich een overzicht van de onderscheiden branches en clusters.

De opbouw van de rapportage is als volgt:

| | |
|---|-----------|
| 1. Basisinfrastructuur | 2 |
| 1.1 Computerbezit en netwerk | 2 |
| 1.2 Computerbezit en toegang tot internet | 3 |
| 1.3 Type telecomverbinding | 4 |
| 1.4 Percentage van de netto-omzet dat wordt besteed aan computertechnologie | 5 |
| 2. Automatisering van het verkooppunt | 6 |
| 2.1 Type kassasysteem op verkooppunt | 6 |
| 2.2 Mogelijkheid tot scannen aan de kassa | 7 |
| 2.3 Mogelijkheid tot pinnen | 8 |
| 3. Communicatie richting klanten | 9 |
| 3.1 Eigen website | 9 |
| 3.2 Gebruik van website voor... | 10 |
| 3.3 Eigen domeinnaam en e-mailadres | 11 |
| 3.4 Bezit van een elektronisch klantenbestand | 12 |
| 3.5 E-mailadressen in elektronisch klantenbestand en versturing van e-mailnieuwsbrieven | 13 |
| 3.6 Mobiele nummers in elektronisch klantenbestand en versturing van SMS-berichten | 14 |
| 3.7 Gebruik van klantenpassen | 15 |
| 4. Ketendigitalisering | 16 |
| 4.1 Gebruik van computer voor... | 16 |
| 4.2 Ontvangen van artikelinformatie en invoering in computersysteem | 17 |
| 4.3 Wijze van invoering van artikelinformatie in computersysteem | 18 |
| 5. Interne bedrijfsvoering | 19 |
| 5.1 Wijze van boekhouding | 19 |
| 5.2 Wijze van bankieren | 20 |
| 6. Onderscheiden branches en clusters | 21 |

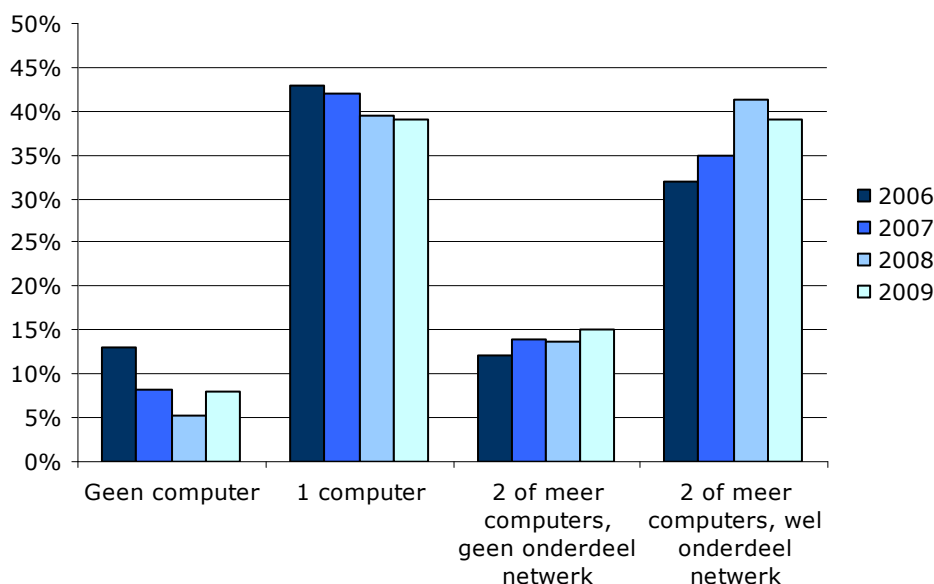
1. BASISINFRASTRUCTUUR

1.1 Computerbezit en netwerk

Het aandeel ondernemers dat geen computer gebruikt voor zakelijke toepassingen, is 8% (7,6%). 92% beschikt dus over een of meer computers voor zakelijk gebruik. Dit is wat lager dan tijdens de vorige meting, toen 95% aangaf niet over een computer voor de zaak te beschikken. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat tussen beide jaren kleine steekproefverschillen zijn. In 2006 lag het aantal ondernemers met een computer nog op 87% en in 1998 op 64%. 39% van de winkels heeft een computernetwerk waarop meerdere computers zijn aangesloten. Alle supermarkten blijken over een of meer zakelijke computers te beschikken, waarvan 86% aangeeft over meerdere computers te beschikken die onderdeel zijn van een netwerk. Ook binnen de clusters consumentenelektronica en persoonlijke bezorging zijn vrijwel geen ondernemingen zonder computer.

| | Geen computer | 1 computer | 2 of meer computers | | Totaal |
|---------------------------------------|---------------|------------|------------------------|-----------------------|-------------|
| | | | Geen onderdeel netwerk | Wel onderdeel netwerk | |
| Food speciaal | 14% | 59% | 15% | 12% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 0% | 4% | 10% | 86% | 100% |
| Genotmiddelen | 7% | 38% | 22% | 33% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 12% | 51% | 11% | 26% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 3% | 29% | 10% | 59% | 100% |
| Woon en verlichting | 4% | 35% | 21% | 41% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 8% | 50% | 16% | 26% | 100% |
| Consumentenelektronica | 2% | 14% | 12% | 72% | 100% |
| Doe-het-zelf | 5% | 26% | 20% | 48% | 100% |
| Media | 4% | 29% | 13% | 54% | 100% |
| Overige non food | 9% | 39% | 18% | 35% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 8% | 39% | 15% | 39% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



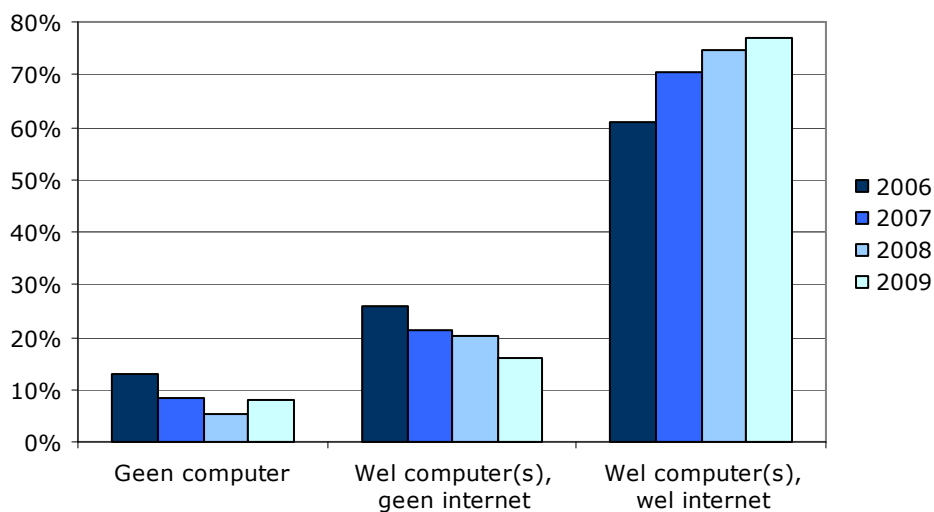
1.2 Computerbezit en toegang tot internet

Het merendeel van de winkels die een computer hebben, beschikt ook over toegang tot internet. Vergeleken met de vorige meting is het internetgebruik licht gestegen: van 75% van alle detaillisten naar 77%. In 2006 was dit nog 62%.

In de consumentenelektronica heeft vrijwel elke winkel een internetaansluiting. In foodspecialiteitenwinkels en winkels in gotmiddelen echter maar tweederde van alle winkels.

| | Geen computer | Wel computer(s) | | Totaal |
|---------------------------------------|---------------|-----------------|--------------|-------------|
| | | Geen internet | Wel internet | |
| Food speciaal | 14% | 20% | 66% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 0% | 24% | 76% | 100% |
| Genotmiddelen | 7% | 26% | 67% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 12% | 15% | 73% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 3% | 22% | 75% | 100% |
| Woon en verlichting | 4% | 8% | 88% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 8% | 22% | 70% | 100% |
| Consumentenelektronica | 2% | 1% | 98% | 100% |
| Doe-het-zelf | 5% | 8% | 87% | 100% |
| Media | 4% | 13% | 83% | 100% |
| Overige non food | 9% | 13% | 78% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 8% | 16% | 77% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL

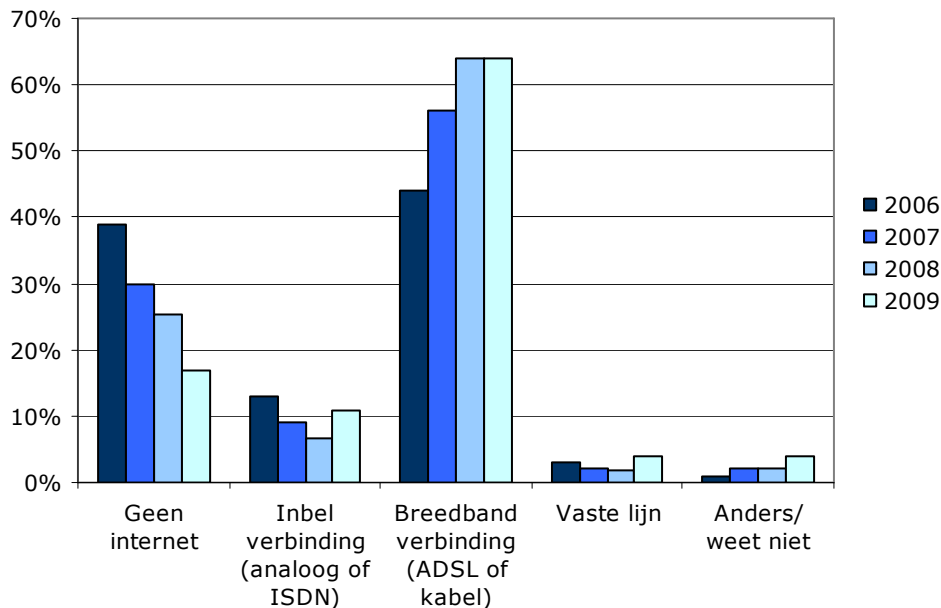


1.3 Type internetverbinding

Bijna tweederde van de winkels ontvangt internet via ADSL of kabel. Dat komt overeen met vorig jaar, toen dit ook verreweg de meest populaire soort internetaansluiting bleek. Daarnaast heeft 11% een inbelverbinding en gaat 4% via de vaste lijn. 17% van de winkels beschikt niet over een internetverbinding.

| | Geen internet | Inbelverbinding (analoog of ISDN) | Breedbandverbinding (ADSL of kabel) | Vaste lijn | Anders / weet niet | Totaal |
|---------------------------------------|---------------|-----------------------------------|-------------------------------------|------------|--------------------|-------------|
| Food speciaal | 24% | 9% | 59% | 5% | 4% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 24% | 19% | 44% | 10% | 3% | 100% |
| Genotmiddelen | 28% | 5% | 59% | 2% | 5% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 17% | 16% | 59% | 3% | 4% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 22% | 7% | 66% | 3% | 2% | 100% |
| Woon en verlichting | 9% | 16% | 67% | 4% | 4% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 24% | 6% | 67% | 0% | 2% | 100% |
| Consumentenelektronica | 1% | 6% | 86% | 3% | 3% | 100% |
| Doe-het-zelf | 8% | 8% | 70% | 9% | 4% | 100% |
| Media | 14% | 7% | 73% | 5% | 2% | 100% |
| Overige non food | 14% | 8% | 68% | 6% | 4% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 17% | 11% | 64% | 4% | 4% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 36% | 10% | 44% | 1% | 9% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



1.4 Percentage van de netto-omzet dat wordt besteed aan computertechnologie

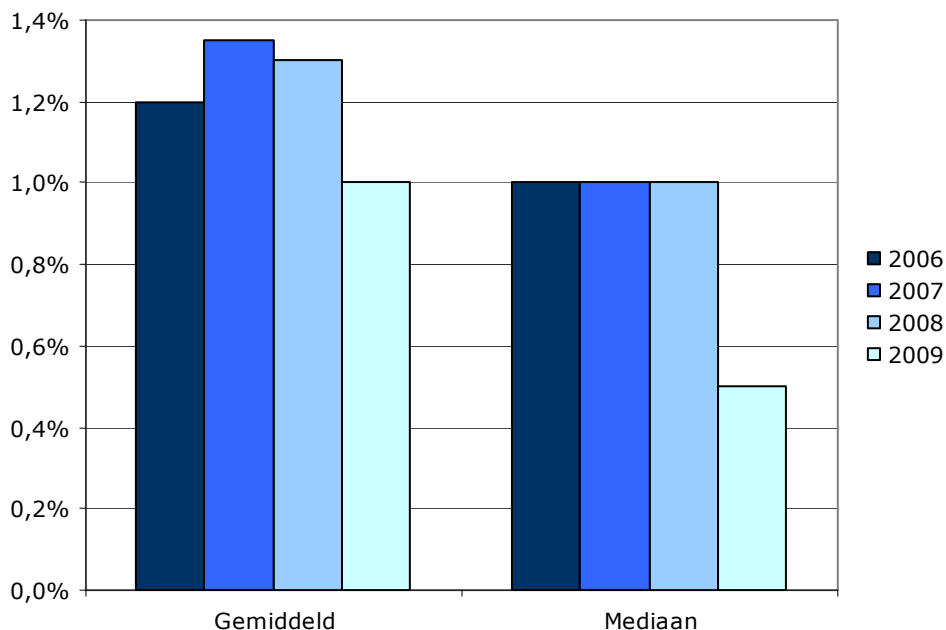
Vergeleken met de vorige metingen zijn de uitgaven aan computertechnologie in 2009 gedaald. Nu wordt er 1,0% van de netto-omzet aan uitgegeven, dat was 1,3% in 2008. Een verklaring hiervoor is de economische crisis, waardoor bepaalde uitgaven worden verminderd.

Wel zijn net als in vorige metingen de uitgaven in de consumentenelektronicabranche relatief het hoogst. Deze zijn echter ook gedaald: in 2009 1,8%, in 2008 2,1%.

Gemiddeld per vestiging en de mediaan (de middelste waarneming).

| | Gemiddeld | Mediaan |
|---------------------------------------|-------------|-------------|
| Food speciaal | 0,7% | 0,5% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 0,7% | 0,5% |
| Genotmiddelen | 0,8% | 0,5% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 1,1% | 0,5% |
| Persoonlijke verzorging | 1,5% | 1,0% |
| Woon en verlichting | 0,9% | 0,5% |
| Huishoudelijke artikelen | 1,2% | 1,0% |
| Consumentenelektronica | 1,8% | 1,0% |
| Doe-het-zelf | 1,2% | 1,0% |
| Media | 1,3% | 0,5% |
| Overige non food | 1,1% | 1,0% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 1,0% | 0,5% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 0,5% | 0,0% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



2. AUTOMATISERING VAN VERKOOPPUNT

2.1 Type kassasysteem op verkooppunt

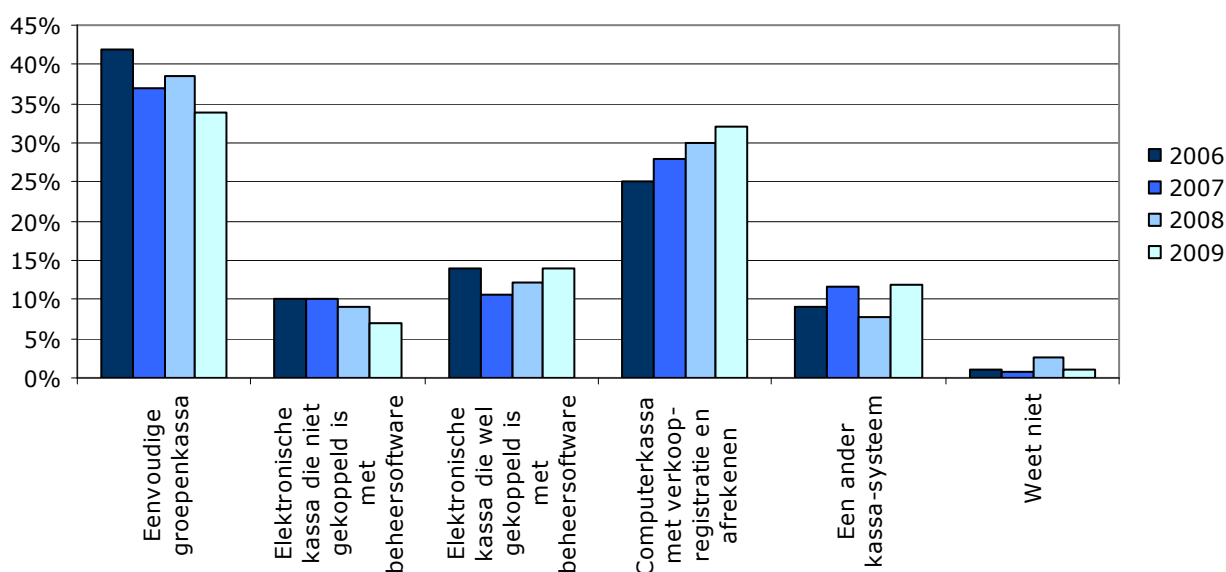
Een derde van de winkeliers beschikt nog over een eenvoudige groepenkassa, vorig jaar was dit nog 39% en in 2006 42%. Ook een derde maakt gebruik van een computerkassa met verkoopregistratie en afrekenen. De overigen gebruiken een elektronische kassa die al (14%) dan niet (7%) gekoppeld is met beheerssoftware of van nog een ander systeem (12%).

We zien dat de supermarktenbranche vooruit loopt op de overige branches. Ruim 7 op de 10 supermarktondernemers heeft een computerkassa met verkoopregistratie en afrekenen en ruim een kwart een elektronische kassa die gekoppeld is met beheerssoftware. De eenvoudige groepenkassa wordt nog het meest gebruikt door winkels in huishoudelijke artikelen en in overige non-food.

Exclusief bedrijven die uitsluitend op rekening incasseren.

| | Eenvoudige groepenkassa | Elektronische kassa | | Computerkassa met verkoopregistratie en afrekenen | Ander kassasysteem | Weet niet | Totaal |
|---|-------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|---|--------------------|-----------|-------------|
| | | Niet gekoppeld met beheerssoftware | Wel gekoppeld met beheerssoftware | | | | |
| Food speciaal | 35% | 18% | 13% | 29% | 3% | 2% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 1% | 0% | 27% | 71% | 0% | 0% | 100% |
| Genotmiddelen | 30% | 6% | 15% | 47% | 2% | 0% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 33% | 4% | 15% | 33% | 13% | 3% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 23% | 2% | 24% | 46% | 4% | 1% | 100% |
| Woon en verlichting | 44% | 6% | 6% | 7% | 37% | 0% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 51% | 6% | 7% | 7% | 27% | 2% | 100% |
| Consumentenelektronica | 35% | 2% | 12% | 33% | 17% | 0% | 100% |
| Doe-het-zelf | 34% | 9% | 8% | 28% | 19% | 2% | 100% |
| Media | 30% | 7% | 15% | 37% | 10% | 1% | 100% |
| Overige non food | 46% | 11% | 8% | 26% | 9% | 0% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 34% | 7% | 14% | 32% | 12% | 1% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



2.2 Mogelijkheid tot scannen aan de kassa

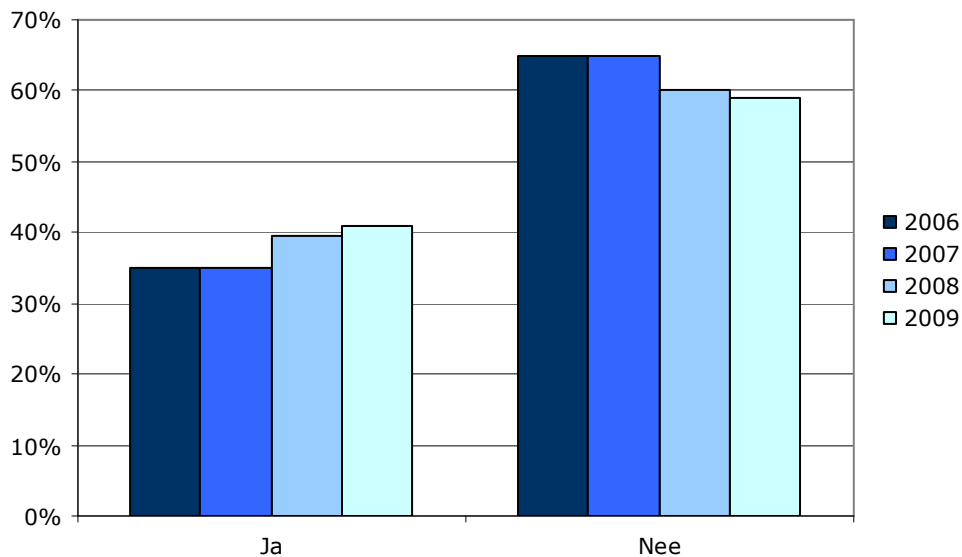
Van de gevestigde detailhandel scant ondertussen 41% van de ondernemers artikelen aan de kassa. In 2006 was dit nog maar 35%.

Van de supermarkten scant nagenoeg iedereen. Foodspecialiteitenwinkels blijven sterk achter, met slechts één op de twintig die scant. Dit komt doordat het hier niet om standaard hoeveelheden gaat en het gewicht (en dus ook de verkoopprijs) per aankoop kan verschillen. In de woon en verlichting branche scant slechts 9%. Het scannen aan de kassa is hier in feite alleen maar voor accessoires e.d. interessant, omdat de meeste producten worden besteld en vervolgens thuis worden bezorgd en betaald.

Exclusief bedrijven die uitsluitend op rekening incasseren.

| | Ja | Nee | Totaal |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------|
| Food speciaal | 5% | 95% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 99% | 1% | 100% |
| Genotmiddelen | 62% | 38% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 53% | 47% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 60% | 40% | 100% |
| Woon en verlichting | 9% | 90% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 16% | 84% | 100% |
| Consumentenelektronica | 45% | 55% | 100% |
| Doe-het-zelf | 39% | 61% | 100% |
| Media | 62% | 38% | 100% |
| Overige non food | 29% | 71% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 41% | 59% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 3% | 97% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



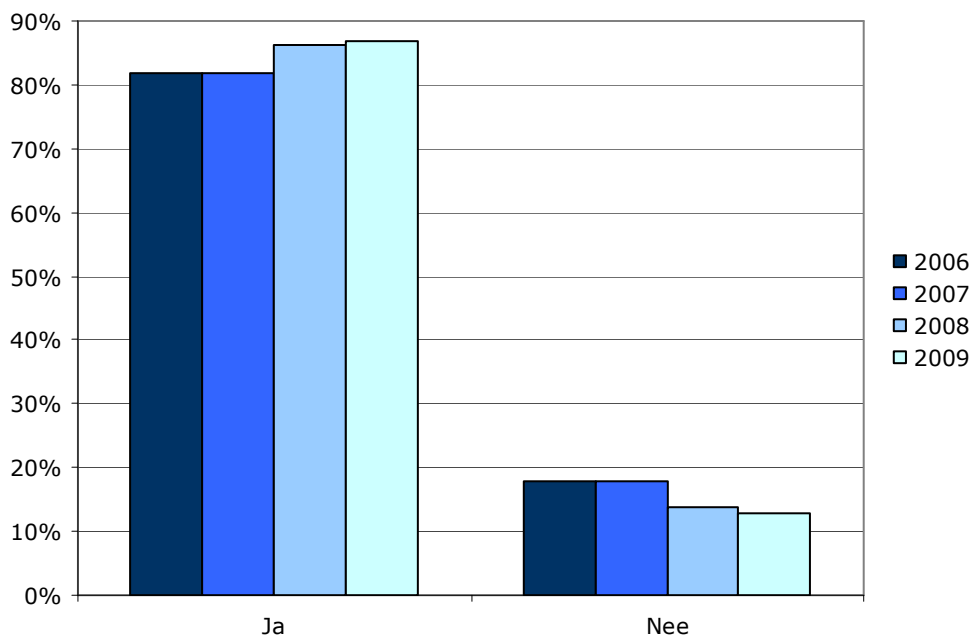
2.3 Mogelijkheid tot pinnen

In 2009 is wederom het gebruik van pinbetalingen toegenomen: 87% van de aanbieders biedt inmiddels deze betaalmogelijkheid aan. Bij diverse branches ligt de acceptatiegraad van pin zelfs boven de 90%. De foodspecialiteitenwinkels laten de grootste stijging zien van 65% naar 72%.

Exclusief bedrijven die uitsluitend op rekening incasseren.

| | Ja | Nee | Totaal |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------|
| Food speciaal | 72% | 28% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 100% | 0% | 100% |
| Genotmiddelen | 92% | 8% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 94% | 6% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 97% | 3% | 100% |
| Woon en verlichting | 81% | 19% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 69% | 31% | 100% |
| Consumentenelektronica | 84% | 15% | 100% |
| Doe-het-zelf | 81% | 19% | 100% |
| Media | 84% | 16% | 100% |
| Overige non food | 90% | 10% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 87% | 13% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 21% | 79% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



3. COMMUNICATIE RICHTING KLANTEN

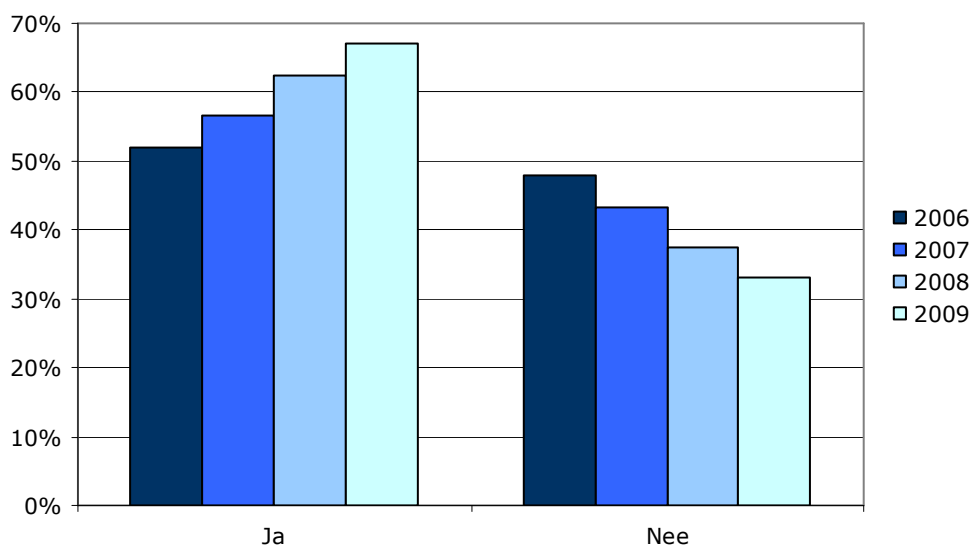
3.1 Eigen website

Wederom is het percentage ondernemers met een eigen website toegenomen: in 2009 is dit 67%, in 2008 was dit 63% en in 2006 nog maar 52%.

Er zijn duidelijke verschillen te zien tussen de branches. De woon en verlichtingswinkels hebben in 88% van de gevallen een eigen website. Van de foodspecialiteitenwinkels heeft slechts 43% een eigen website en van de ambulante handelaren 35%. De laatste branches zijn ten opzichte van vorig jaar echter wel gegroeid: van de foodspecialiteitenwinkels had toen 38% een eigen website, van de ambulante handelaren 28%.

| | Ja | Nee | Weet niet | Totaal |
|---------------------------------------|------------|------------|-----------|-------------|
| Food speciaal | 43% | 57% | 0% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 71% | 29% | 0% | 100% |
| Genotmiddelen | 44% | 56% | 0% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 76% | 24% | 0% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 62% | 36% | 1% | 100% |
| Woon en verlichting | 88% | 12% | 0% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 58% | 42% | 0% | 100% |
| Consumentenelektronica | 78% | 22% | 0% | 100% |
| Doe-het-zelf | 69% | 31% | 0% | 100% |
| Media | 67% | 33% | 1% | 100% |
| Overige non food | 65% | 35% | 0% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 67% | 33% | 0% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 35% | 65% | 0% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



3.2 Gebruik van website voor...

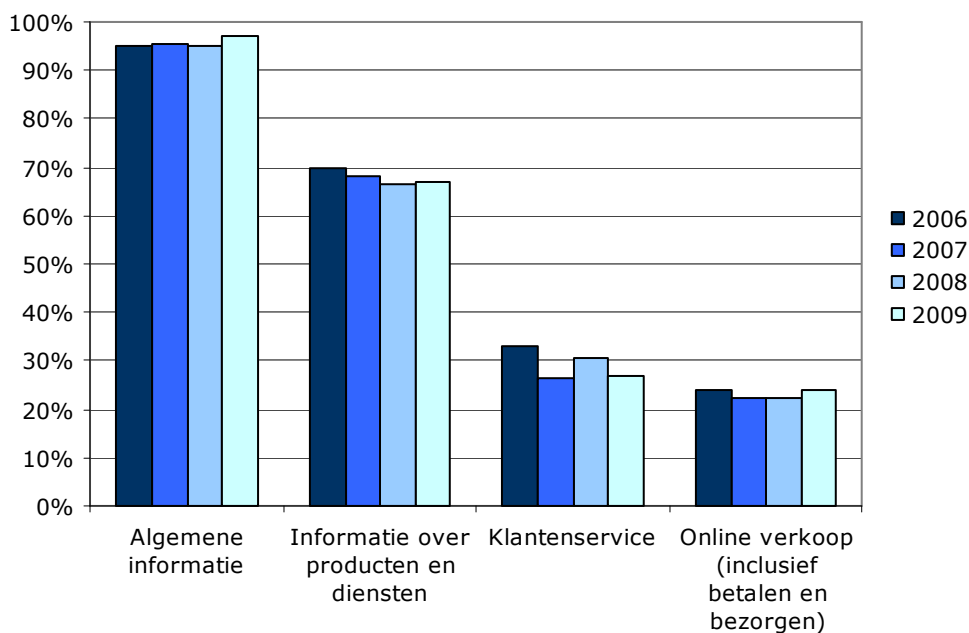
Op de eigen website wordt door vrijwel alle (97%, vorig jaar 95%) ondernemers algemene informatie over de winkel gegeven. Tweederde (vorig jaar ook 67%) geeft ook informatie over producten en diensten. Ruim een derde (vorig jaar 30%) verleent daarnaast klantenservice via hun website en 24% (vorig jaar 22%) biedt de mogelijkheid online te kopen. De verschillen met vorig jaar zijn niet erg groot.

Met name wat betreft het bieden van klantenservice en online verkopen via de website zijn er verschillen te zien tussen de branches. Vooral supermarkten bieden klantenservice aan via hun websites. Het bieden van online verkopen is in de mediabranches het meest gebruikelijk.

Alleen de ondernemers met een eigen website.

| | Algemene informatie | Informatie over producten en diensten | Klantenservice | Online verkoop (inclusief betalen en bezorgen) |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------------------------|----------------|--|
| Food speciaal | 100% | 71% | 20% | 21% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 98% | 84% | 56% | 12% |
| Genotmiddelen | 100% | 61% | 28% | 16% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 98% | 67% | 22% | 21% |
| Persoonlijke verzorging | 96% | 63% | 33% | 23% |
| Woon en verlichting | 96% | 65% | 23% | 14% |
| Huishoudelijke artikelen | 97% | 61% | 21% | 33% |
| Consumentenelektronica | 94% | 70% | 35% | 39% |
| Doe-het-zelf | 99% | 65% | 24% | 23% |
| Media | 95% | 78% | 36% | 67% |
| Overige non food | 96% | 63% | 25% | 32% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 97% | 67% | 27% | 24% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



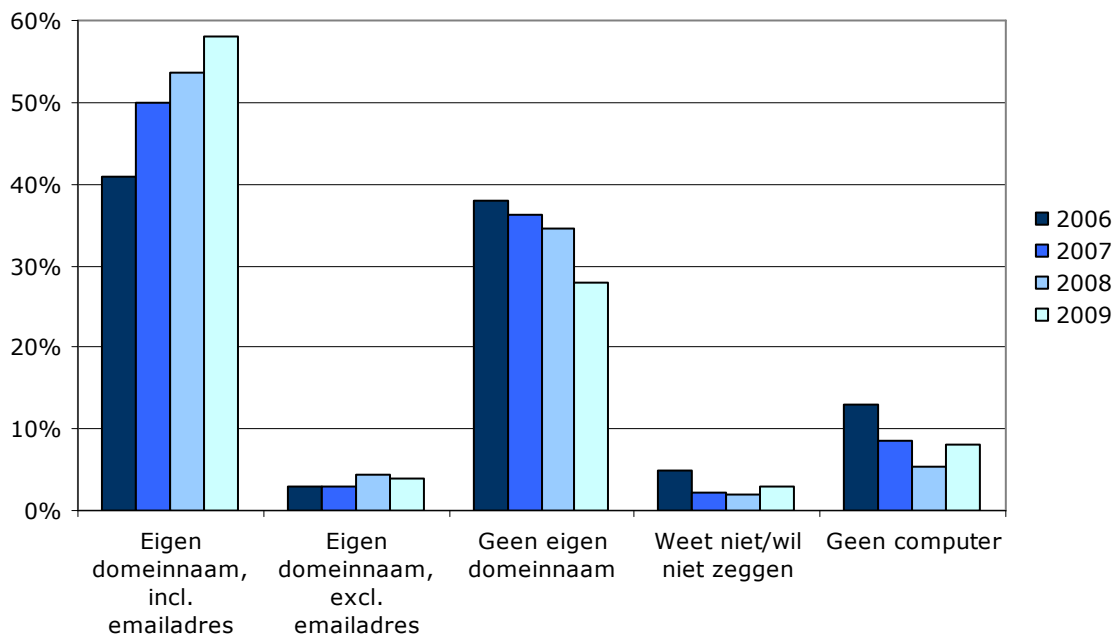
3.3 Eigen domeinnaam en e-mailadres

In 2009 heeft 62% van de ondernemers in de detailhandel een eigen domeinnaam voor hun website. Ook dit percentage zien we toenemen gedurende de metingen. In 2006 was dit namelijk nog 44% en in 2008 58%.

De branche waar dit het meest voorkomt is de woon en verlichtingbranche: 84% heeft een eigen domeinnaam. Bij foodspecialiteitenwinkels, winkels in genotmiddelen en de ambulante handelaren komt het juist nog vrij weinig voor.

| | Wel computer(s) | | | | Geen computer | Totaal |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|---------------|-------------|
| | Wel eigen domeinnaam | | Geen eigen domeinnaam | Weet niet | | |
| | Inclusief e-mailadres | Exclusief e-mailadres | | | | |
| Food speciaal | 36% | 2% | 44% | 3% | 14% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 54% | 1% | 36% | 9% | 0% | 100% |
| Genotmiddelen | 40% | 4% | 44% | 5% | 7% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 59% | 6% | 21% | 2% | 12% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 55% | 6% | 32% | 4% | 3% | 100% |
| Woon en verlichting | 84% | 2% | 9% | 1% | 4% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 57% | 2% | 31% | 2% | 8% | 100% |
| Consumentenelektronica | 69% | 2% | 23% | 5% | 2% | 100% |
| Doe-het-zelf | 66% | 1% | 26% | 1% | 6% | 100% |
| Media | 57% | 5% | 33% | 1% | 4% | 100% |
| Overige non food | 58% | 5% | 26% | 2% | 9% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 58% | 4% | 28% | 3% | 8% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 41% | 0% | 37% | 0% | 22% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



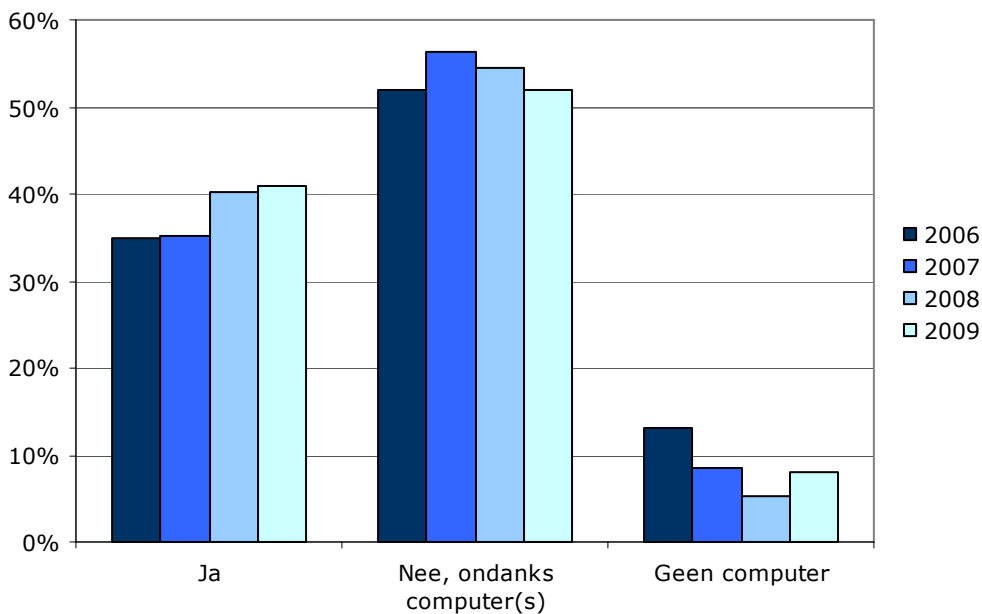
3.4 Bezit van een elektronisch klantenbestand

Het percentage ondernemers dat een elektronisch klantenbestand bijhoudt neemt gestaag toe, naar 41%. In 2006 was dit 35%.

Er is duidelijk verschil zichtbaar tussen de verschillende branches. Van de foodspecialiteitenwinkels en de ambulante handelaren doet slechts 14% dit. Van de winkels in consumentenelektronica 70%. Ook in de branches persoonlijke verzorging en media wordt vaak een elektronisch klantenbestand bijgehouden.

| | Ja | Nee, ondanks computer | Nee, want geen computer | Totaal |
|---------------------------------------|------------|-----------------------|-------------------------|-------------|
| Food speciaal | 14% | 73% | 14% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 21% | 79% | 0% | 100% |
| Genotmiddelen | 29% | 64% | 7% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 49% | 39% | 12% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 57% | 40% | 3% | 100% |
| Woon en verlichting | 49% | 47% | 4% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 33% | 60% | 8% | 100% |
| Consumentenelektronica | 70% | 29% | 2% | 100% |
| Doe-het-zelf | 38% | 57% | 5% | 100% |
| Media | 53% | 43% | 4% | 100% |
| Overige non food | 32% | 59% | 9% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 41% | 52% | 8% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 14% | 65% | 21% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL

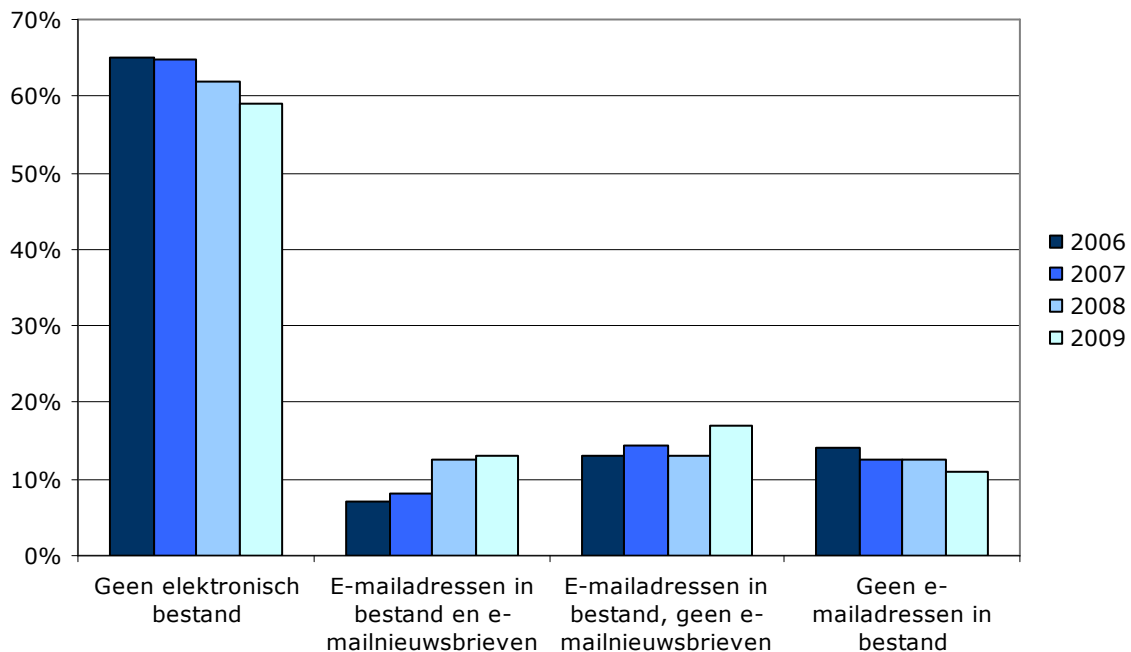


3.5 E-mailadressen in elektronisch klantenbestand en versturing van nieuwsbrieven

Als er een elektronisch klantenbestand wordt bijgehouden, dan wordt in ongeveer driekwart van de gevallen ook een e-mailadres vastgelegd. Overigens verstuurt slechts 13% van alle ondernemers e-mailniewsbrieven. Dit is evenveel als tijdens de meting in 2008. De meeste e-mailniewsbrieven worden verstuurd door winkels in de mediabranche en de branche voor kleding, schoenen en lederwaren.

| | Geen elektronisch klantenbestand | Wel elektronisch bestand | | | Totaal |
|---------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------|--------------------------------|-------------|
| | | Wel e-mailadressen in bestand | | Geen e-mailadressen in bestand | |
| | | Wel e-mailniewsbrieven | Geen e-mailniewsbrieven | | |
| Food speciaal | 86% | 4% | 5% | 4% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 80% | 4% | 7% | 9% | 100% |
| Genotmiddelen | 71% | 12% | 10% | 7% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 51% | 23% | 18% | 8% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 43% | 12% | 28% | 18% | 100% |
| Woon en verlichting | 51% | 8% | 24% | 17% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 68% | 9% | 19% | 5% | 100% |
| Consumentenelektronica | 30% | 19% | 27% | 24% | 100% |
| Doe-het-zelf | 63% | 8% | 17% | 13% | 100% |
| Media | 47% | 25% | 17% | 11% | 100% |
| Overige non food | 68% | 10% | 10% | 13% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 59% | 13% | 17% | 11% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 86% | 4% | 10% | 0% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL

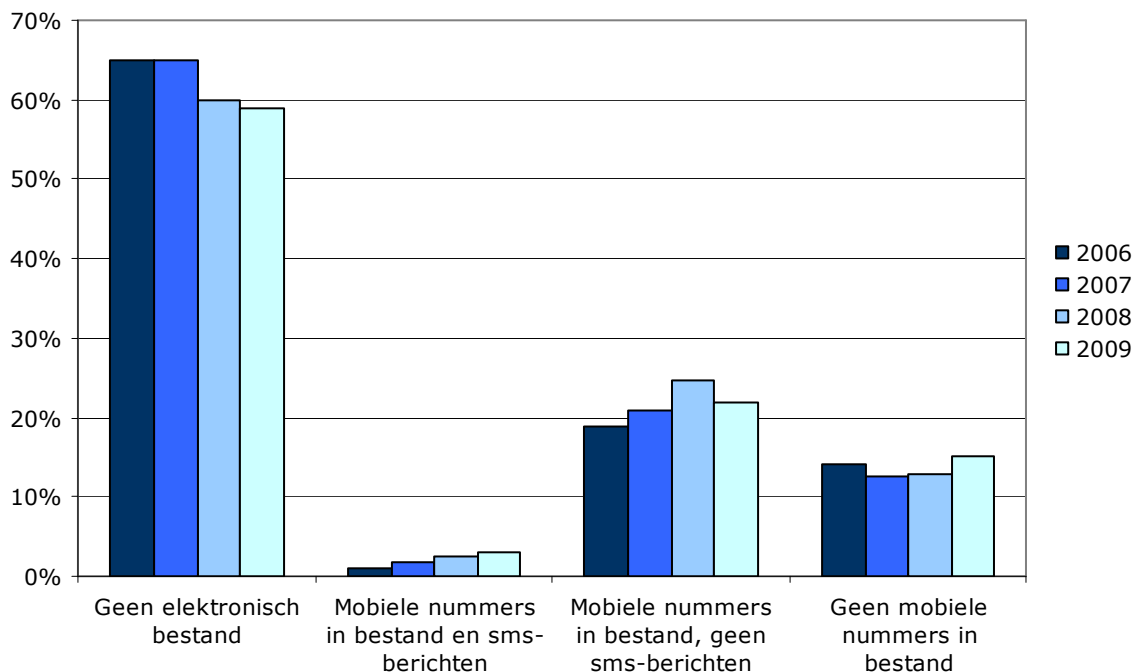


3.6 Mobiele nummers in elektronisch klantenbestand en versturing van sms-berichten

Van de ondernemers die een elektronisch klantenbestand bijhouden, legt het merendeel (63%) hierin ook mobiele nummers vast. Het versturen van sms-berichten wordt echter bijna niet gedaan: slechts 3% van alle ondernemers (12% van de ondernemers die mobiele nummers vastlegt) zegt dit te doen. Blijkbaar wordt het mobiele nummer vastgelegd voor andere doeleinden. De consumentenelektronicawinkels zijn koplopers wat betreft versturen van sms-berichten aan hun klanten: 11% van hen doet dit.

| | Geen elektronisch klantenbestand | Wel elektronisch bestand | | | Totaal |
|---------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|--------------------|---------------------------------|-------------|
| | | Wel mobiele nummers in bestand | | Geen mobiele nummers in bestand | |
| | | Wel sms-berichten | Geen sms-berichten | | |
| Food speciaal | 86% | 0% | 5% | 8% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 80% | 0% | 6% | 15% | 100% |
| Genotmiddelen | 71% | 2% | 11% | 16% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 51% | 4% | 25% | 21% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 43% | 5% | 38% | 15% | 100% |
| Woon en verlichting | 51% | 3% | 34% | 12% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 68% | 0% | 13% | 20% | 100% |
| Consumentenelektronica | 30% | 11% | 44% | 15% | 100% |
| Doe-het-zelf | 62% | 2% | 26% | 9% | 100% |
| Media | 47% | 7% | 31% | 15% | 100% |
| Overige non food | 68% | 4% | 13% | 14% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 59% | 3% | 22% | 15% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 86% | 4% | 4% | 6% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



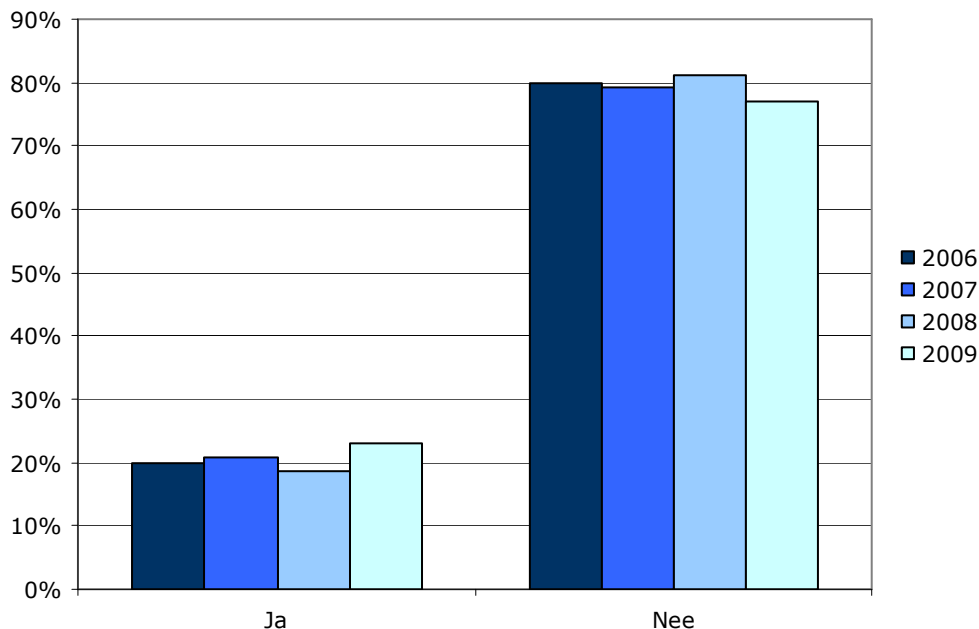
3.7 Gebruik van klantenpassen

Bijna een kwart van de ondernemers in de gevestigde detailhandel zegt gebruik te maken van klantenpassen. Dit percentage neemt in de loop der tijd langzaam toe: in 2006 was dit nog 20%. De brancheclusters die het meest werken met klantenpassen zijn de genotmiddelenzaken en de kleding-, schoenen- en lederwaren winkels. In woon- en verlichtingzaken en de winkels in huishoudelijke artikelen is de klantenkaart weinig populair. Waarschijnlijk heeft dit te maken met de lage aankoopfrequentie in deze brancheclusters. Ook onder ambulante handelaren en rijdende winkels wordt weinig gebruik gemaakt van klantenkaarten.

Exclusief bedrijven die uitsluitend op rekening incasseren.

| | Ja | Nee | Totaal |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------|
| Food speciaal | 13% | 87% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 29% | 71% | 100% |
| Genotmiddelen | 37% | 63% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 33% | 67% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 38% | 62% | 100% |
| Woon en verlichting | 2% | 98% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 4% | 96% | 100% |
| Consumentenelektronica | 9% | 91% | 100% |
| Doe-het-zelf | 24% | 76% | 100% |
| Media | 31% | 69% | 100% |
| Overige non food | 20% | 80% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 23% | 77% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 1% | 99% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



4. KETENDIGITALISERING

4.1 Gebruik van computer voor...

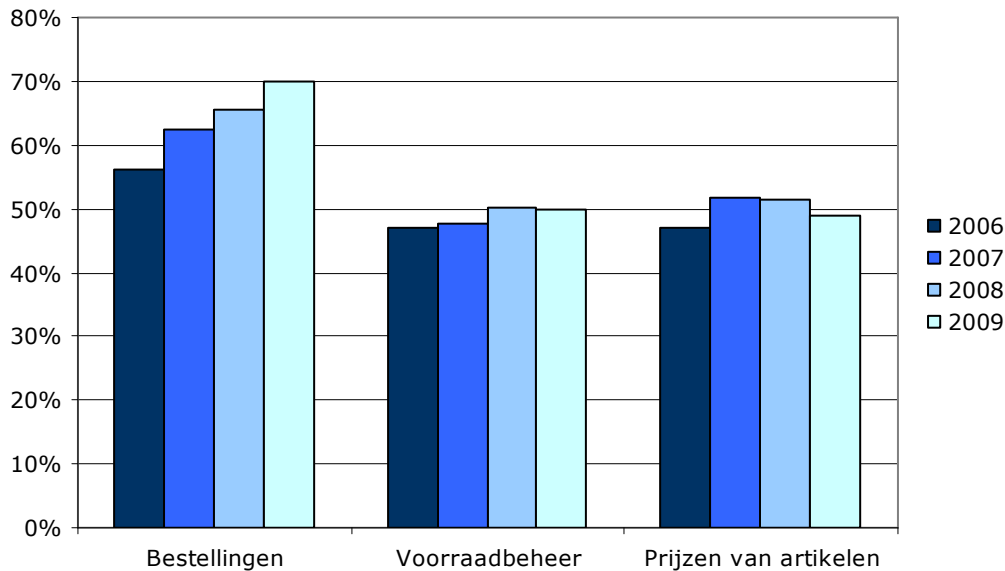
Het aandeel ondernemers die de bestellingen per computer doen, blijft verder toenemen. Vorig jaar was dit 65, nu 70%. Het voorraadbeheer wordt net zo vaak als vorig jaar, door 50% van de ondernemers, met de computer gedaan. Het prijzen van artikelen gebeurt door 49% met de computer. Vorig jaar was dit door 51%, dit lijkt dus licht gedaald.

De supermarktbranche loopt vergeleken met de andere branches voorop in gebruik van computers wat betreft het plaatsen van bestellingen en het prijzen van artikelen. Alleen wat voorraadbeheer betreft moet deze branche de persoonlijke verzorgingsbranche voor laten gaan.

Alleen de ondernemers die in het bezit zijn van een computer.

| | Bestellingen | Voorraadbeheer | Prijzen van artikelen |
|---------------------------------------|--------------|----------------|-----------------------|
| Food speciaal | 40% | 14% | 44% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 94% | 73% | 93% |
| Genotmiddelen | 70% | 55% | 56% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 54% | 66% | 49% |
| Persoonlijke verzorging | 85% | 79% | 66% |
| Woon en verlichting | 78% | 33% | 39% |
| Huishoudelijke artikelen | 84% | 28% | 19% |
| Consumentenelektronica | 90% | 66% | 58% |
| Doe-het-zelf | 73% | 29% | 47% |
| Media | 92% | 68% | 55% |
| Overige non food | 70% | 38% | 37% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 70% | 50% | 49% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 54% | 19% | 17% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



4.2 Ontvangen van artikelinformatie en invoering in computersysteem

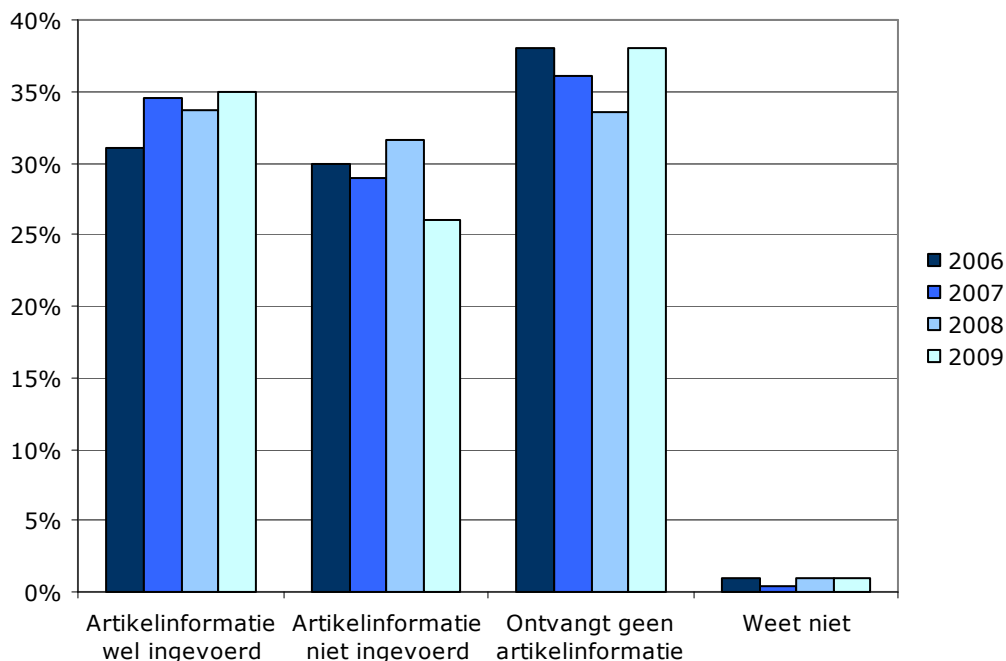
Het percentage ondernemers dat artikelinformatie ontvangt is vergeleken met vorig jaar gedaald van 66% naar 61%. Wel lijkt het aandeel ondernemers dat deze artikelinformatie invoert in een computersysteem licht gestegen (van 34% naar 35%).

Ook hier zien we dat de supermarktbranche voorop loopt: 94% ontvangt artikelinformatie van de leveranciers en 73% voert deze informatie in.

In de winkels voor huishoudelijke artikelen en in foodspecialiteitenwinkels ontvangt minder dan de helft artikelinformatie en voert slechts 19% deze informatie in.

| | Wel artikelinformatie | | Geen artikelinformatie | Weet niet | Totaal |
|---------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|------------------------|-----------|-------------|
| | Wel ingevoerd in computersysteem | Niet ingevoerd in computersysteem | | | |
| Food speciaal | 19% | 28% | 52% | 0% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 73% | 21% | 6% | 0% | 100% |
| Genotmiddelen | 42% | 29% | 29% | 1% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 36% | 22% | 40% | 2% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 50% | 23% | 27% | 0% | 100% |
| Woon en verlichting | 21% | 34% | 44% | 1% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 19% | 28% | 53% | 0% | 100% |
| Consumentenelektronica | 48% | 25% | 25% | 2% | 100% |
| Doe-het-zelf | 33% | 28% | 39% | 0% | 100% |
| Media | 48% | 27% | 24% | 2% | 100% |
| Overige non food | 26% | 28% | 45% | 1% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 35% | 26% | 38% | 1% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



4.3 Wijze van invoeren van artikelinformatie in computersysteem

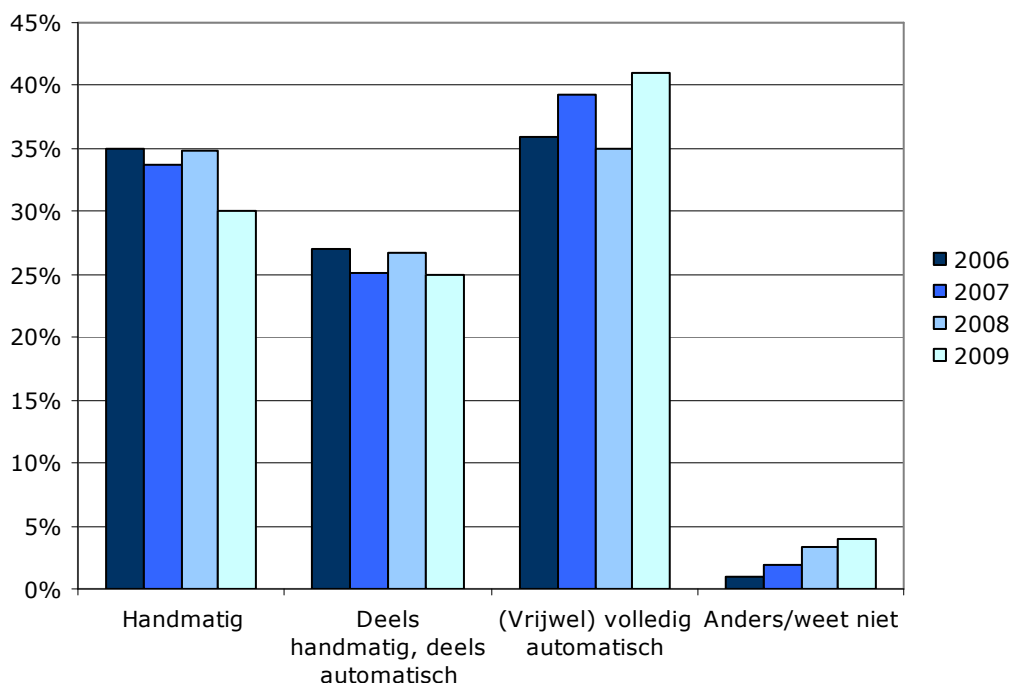
Het merendeel van de ondernemers die artikelinformatie invoeren, doet dit deels (25%) of volledig (41%) geautomatiseerd. Vorig jaar deed nog 27% dit deels en 35% volledig automatisch. Destijds gaf 35% aan de invoer handmatig te doen, tegenover 30% in 2009.

Er zijn aanzienlijke verschillen zichtbaar tussen de branches. Zo voert slechts 4% van de invoerende supermarktondernemers de artikelinformatie handmatig in, tegenover 57% in de branche voor kleding, schoenen en lederwaren.

Alleen de ondernemers die artikelinformatie invoeren.

| | Handmatig | Deels handmatig, deels automatisch | (Vrijwel) volledig automatisch | Anders / weet niet | Totaal |
|---------------------------------------|------------|------------------------------------|--------------------------------|--------------------|-------------|
| Food speciaal | 42% | 10% | 35% | 13% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 4% | 25% | 69% | 2% | 100% |
| Genotmiddelen | 16% | 29% | 48% | 6% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 57% | 21% | 22% | 0% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 18% | 21% | 57% | 4% | 100% |
| Woon en verlichting | 36% | 21% | 39% | 4% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 21% | 34% | 44% | 1% | 100% |
| Consumentenelektronica | 28% | 33% | 38% | 1% | 100% |
| Doe-het-zelf | 12% | 30% | 54% | 4% | 100% |
| Media | 21% | 22% | 48% | 9% | 100% |
| Overige non food | 27% | 42% | 26% | 5% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 30% | 25% | 41% | 4% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



5. INTERNE BEDRIJFSVOERING

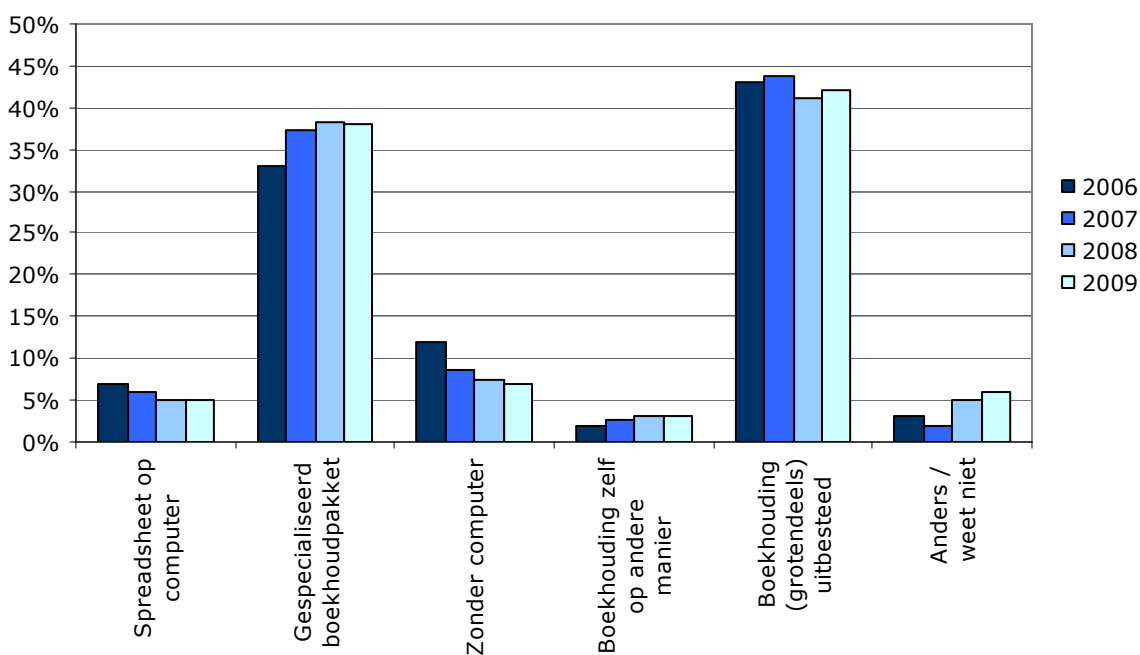
5.1 Wijze van boekhouding

Wat betreft de wijze van boekhouding is het beeld vergelijkbaar met vorig jaar. Meer dan de helft doet de boekhouding grotendeels zelf. Van hen gebruikt het merendeel hiervoor een speciaal boekhoudpakket. Daarnaast gebruikt 5% een spreadsheetprogramma en doet 7% de boekhouding geheel zonder computer.

Vooraf in foodspecialiteitenwinkels wordt de boekhouding grotendeels uitbesteed, namelijk door 57%. Ook van de ambulante handelaren, supermarktondernemers en ondernemers in kleding, schoenen en lederwaren besteedt ongeveer de helft de boekhouding uit.

| | Boekhouding (grotendeels) zelf | | | | Boekhouding (grotendeels) uitbesteed | Anders / weet niet | Totaal |
|---------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------|-----------|--------------------------------------|--------------------|-------------|
| | Spreadsheet op computer | Gespecialiseerd boekhoudpakket | Zonder computer | Anders | | | |
| Food speciaal | 4% | 22% | 11% | 2% | 57% | 4% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 3% | 40% | 0% | 1% | 49% | 7% | 100% |
| Genotmiddelen | 3% | 47% | 7% | 4% | 35% | 4% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 4% | 31% | 9% | 2% | 47% | 7% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 6% | 38% | 4% | 3% | 40% | 10% | 100% |
| Woon en verlichting | 4% | 49% | 7% | 3% | 35% | 3% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 13% | 41% | 4% | 0% | 39% | 3% | 100% |
| Consumentenelektronica | 6% | 44% | 4% | 3% | 37% | 7% | 100% |
| Doe-het-zelf | 5% | 49% | 5% | 2% | 33% | 6% | 100% |
| Media | 10% | 34% | 9% | 3% | 39% | 5% | 100% |
| Overige non food | 4% | 40% | 11% | 5% | 35% | 4% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 5% | 38% | 7% | 3% | 42% | 6% | 100% |
| Ambulante handel en rijdende winkels | 7% | 11% | 21% | 7% | 51% | 2% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



5.2 Wijze van bankieren

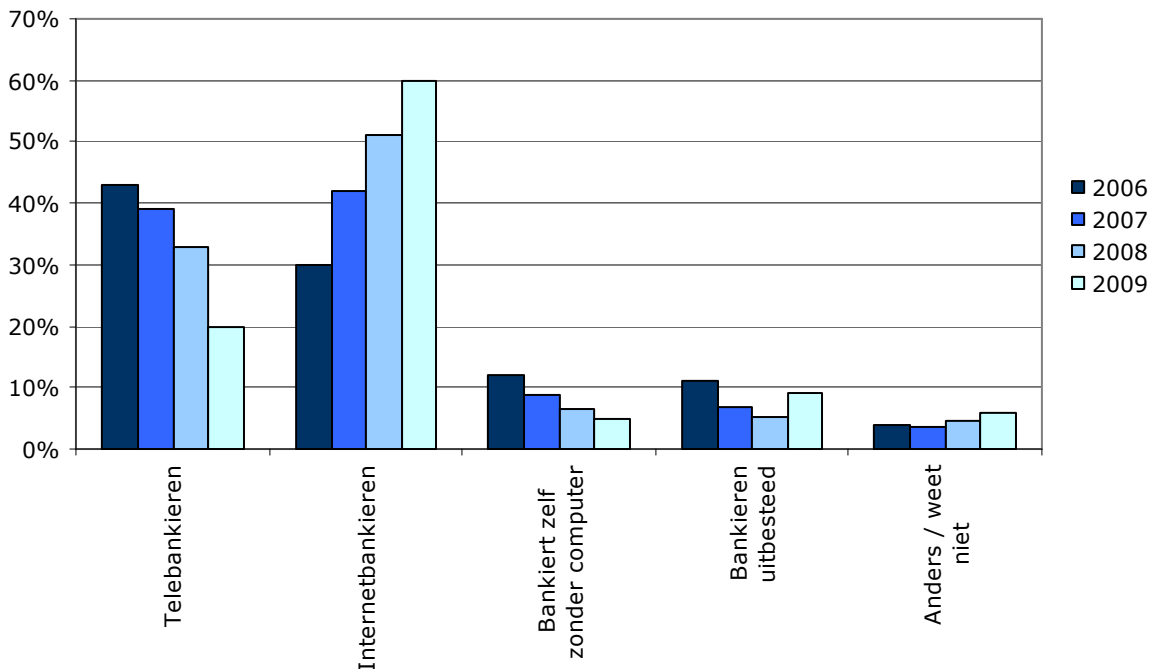
Ten opzichte van de vorige meting is het aandeel ondernemers dat zijn bankzaken uitbesteedt, toegenomen van 5% naar 9%. Tussen 2006 en 2008 was juist een afname te zien. Tele- en internetbankieren zijn het afgelopen jaar iets minder populair geworden, maar blijven nog steeds de belangrijkste vorm van bankieren binnen de detailhandel. Bankieren zonder computer wordt sinds 2006 steeds minder gedaan.

Vooral winkels in kleding, schoenen en lederwaren, genotmiddelenzaken, supermarkten, consumentenelektronicazaken en winkels in persoonlijke verzorging besteden het bankieren uit. In de overige brancheclusters ligt dit percentage onder 10%.

Wijze van bankieren, met name de betalingsopdrachten aan de bank.

| | Bankieren zelf | | | Bankieren uitbesteed | Anders / weet niet | Totaal |
|---------------------------------------|----------------|--------------------|-----------------|----------------------|--------------------|-------------|
| | Tele-bankieren | Internet-bankieren | Zonder computer | | | |
| Food speciaal | 19% | 65% | 10% | 3% | 2% | 100% |
| Supermarkten (>= 5 werkzame personen) | 17% | 59% | 0% | 13% | 11% | 100% |
| Genotmiddelen | 16% | 54% | 8% | 14% | 8% | 100% |
| Kleding, schoenen en lederwaren | 22% | 51% | 4% | 15% | 8% | 100% |
| Persoonlijke verzorging | 18% | 56% | 4% | 11% | 12% | 100% |
| Woon en verlichting | 20% | 68% | 3% | 6% | 3% | 100% |
| Huishoudelijke artikelen | 14% | 72% | 9% | 4% | 0% | 100% |
| Consumentenelektronica | 23% | 58% | 2% | 12% | 5% | 100% |
| Doe-het-zelf | 22% | 62% | 6% | 5% | 5% | 100% |
| Media | 17% | 64% | 3% | 9% | 7% | 100% |
| Overige non food | 22% | 68% | 6% | 2% | 1% | 100% |
| TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL | 20% | 60% | 5% | 9% | 6% | 100% |

TOTAAL GEVESTIGDE DETAILHANDEL



6. ONDERSCHIEDEN BRANCHES EN CLUSTERS

| Branche | Aantal interviews | Branchecluster | Aantal interviews |
|--------------------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|
| groentezaken | 51 | food speciaal | 307 |
| slagerijen | 51 | | |
| poeliers | 51 | | |
| viswinkels | 51 | | |
| (banket)bakkerijen | 52 | | |
| kaas & delicatessen | 51 | | |
| algemene levensmiddelen/supermarkten | 70 | supermarkten | 70 |
| slijterijen | 50 | genotmiddelen | 254 |
| tabak & gemak | 51 | | |
| natuur & reform | 52 | | |
| pompshops | 50 | | |
| winkels buitenlandse levensmiddelen | 51 | | |
| dames- & herenbovenkleding | 52 | | |
| bodyfashion | 50 | | |
| sportkleding | 51 | | |
| schoenen | 51 | | |
| lederwaren | 50 | | |
| drogisterijen | 51 | persoonlijke verzorging | 205 |
| parfumerieën | 52 | | |
| juweliers | 51 | | |
| optiek | 51 | | |
| woonzaken: textiel, vloer, gemengd | 53 | woon- en verlichting | 354 |
| keukens | 50 | | |
| badkamers | 50 | | |
| parket | 50 | | |
| woonzaken: meubels | 50 | | |
| verlichting | 50 | | |
| zonwering | 51 | | |
| gemengde branche | 51 | huishoudelijke artikelen | 102 |
| glas, porselein, aardewerk | 51 | | |
| wit- en bruingoed | 51 | consumentenelectronica | 202 |
| telecom | 50 | | |
| computershops | 50 | | |
| fotohandel | 51 | | |
| bouwmarkten | 78 | doe-het-zelf | 206 |
| ijzerwaren en gereedschap | 63 | | |
| verf- en behang | 65 | | |
| videotheken | 50 | media | 204 |
| boekhandel | 53 | | |
| cd-zaken | 50 | | |
| kantoorvakhandel | 51 | | |
| dierenspeciaalzaken | 53 | overige non food | 255 |
| speelgoedzaken | 51 | | |
| bloemenwinkels | 50 | | |
| tuincentra | 50 | | |
| rijwielhandel | 51 | | |
| ambulante handel | 50 | detailhandel niet in winkel | 100 |
| rijdende winkels | 50 | | |
| TOTAAL | | | 2.513 |

De volgende branches zijn buiten beschouwing gelaten:
snoep- en chocolateriezaken, supermarkten met minder dan 5 werkzame personen, baby- en kinderkledingzaken, algemene textielzaken, modeartikelen- en bijouteriezaken, textielsupermarkten, apotheken, slaapkamerspeciaalzaken, tegelhandel, kunst- en antiekhandel, breedpakketzaken, muziekhandel, kampeerszaken, caravanhandel en warenhuizen.
Cijfers over de totale gevestigde detailhandel zijn dus exclusief deze branches. Hierin zijn tevens de postorder- en internetbedrijven, ambulante handel en rijdende winkels niet meegenomen.