

## Toelichting op de INretail GfK Fashion- en Shoescan

- Een gemiddeld cijfer is een rekenkundig gemiddelde van hoge en lage cijfers. Dit rekenkundige gemiddelde hoeft in praktijk niet voor te komen. Aanvullend kan gekeken worden naar de onderliggende spreiding in de cijfers, met andere woorden, hoeveel van de winkels realiseerde een (sterke) min en hoeveel een (sterke) plus.
- Het totaal cijfer is een gemiddelde gebaseerd op offline en online omzetontwikkelingen tezamen. Aan het panel doen puur fysieke retailers, multichannel retailers en puur online retailers mee. Elk van deze specifieke groepen kan afwijken van het totaal gemiddelde met hogere of lagere gemiddelden.
- Wanneer gesproken wordt over de offline en online ontwikkeling, dan valt onder online de online omzet van multichannel en puur online spelers en onder offline de offline omzet van multichannel en puur fysieke winkels. De verhouding online /offline omzet binnen het panel is overeenkomstig de verhouding in de markt (bij ijking met consumentenonderzoek waarbij consument aangeeft voor hoeveel online of offline gekocht te hebben).
- Wanneer gesproken wordt over de omzetontwikkeling van GWB (grootwinkelbedrijf) of MKB, dan bestaat de groep GWB, maar ook de groep MKB uit fysieke retailers, multichannel retailers en puur online retailers. Bij puur online retailers is de indeling naar GWB of MKB afhankelijk van de (jaar)omzetklasse. Bij multichannel en puur fysiek worden ketens met 5 of meer vestigingen tot het GWB gerekend.
- Bedenk dat bij omzetontwikkeling van artikelgroepen deze omzet afkomstig kan zijn uit verschillende kanalen, maar ook verschillende branches. Zoals de schoenenomzet van fashionretailers en (online) warenhuizen die meetelt bij de berekening van de omzetontwikkeling van schoenen.
- Hoe gaan we om met sluitingen en nieuwe deuren?  
We maken hierbij onderscheid tussen deelnemers die als geheel zijn gestopt dan wel volledig nieuwe deelnemer zijn en deelnemers met meerdere vestigingen die 1 of enkele vestigingen sluiten of openen. Nieuwe deelnemers worden pas meegenomen in de berekeningen indien minimaal een jaar open. Gaat het om een bestaande deelnemer die nieuwe vestigingen opent of sluit dan wordt dit wel meegenomen. We volgen dus de bewegingen van de actieve deelnemers (expansie, sluitingen van deel vestigingen etc.), maar laten faillissementen en dergelijke de cijfers niet beïnvloeden omdat je dan grote uitschieters krijgt. Als deelnemer wil je dan liever de cijfers zien zonder daarin meegerekend de 100% omzetzijging van failliete spelers, omdat je daar op dat moment niet meer mee in concurrentie bent. Indien binnen het panel retailers nieuwe filialen openen of sluiten dan wordt dit wel meegenomen. Zo ook toe- of afname van vierkante meters. Dit is een afspiegeling van de ontwikkelingen van de markt en andere spelers kunnen hier profijt dan wel last van hebben. *(Voor meer info over de ontwikkeling van het aantal winkels en vierkante meters in de totale branche klik [hier](#))*
- Hoe zit het met retouren? Bij de INretail GfK Fashion- en Shoescan wordt wekelijks de p.o.s. (kassa)data van retailers uitgelezen. Hier zijn de retouren in verwerkt. Lees: Er zijn producten verkocht = omzet. Er zijn producten retour = aftrek van de omzet. Het saldo is de omzet van die week. Dan kan het zijn dat er op de verkopen in die week nog retouren binnenkomen in de weken erna, welke met de omzetten van die betreffende weken worden verrekend. Dus ook indien dit na 99 dagen is, wordt de retour uiteindelijk met de omzet verrekend. Van week tot week kan de online groei dus wel eens fluctueren (bijvoorbeeld bij een grote actie in een webshop), maar over langere perioden (kwartalen, jaren) valt dit effect weg en laat de

omzetontwikkeling exact zien wat er daadwerkelijk is verkocht. In de Fashion- en Shoescan gaat het om omzetkengetallen, niet om kosten of winstcijfers. *(Voor meer info over het gemiddelde exploitatiebeeld per branche klik [hier](#)).*

- De INretail GfK Fashion/Shoescan cijfers kunnen afwijken van de detailhandelsstatistieken van het CBS (Centraal bureau voor de Statistiek). Redenen zijn onder andere:
  - Het CBS branchecijfer omvat de offline en online omzet van offline en multichannelspelers, **exclusief** de online omzet van puur online spelers. De omzet van puur online spelers zit bij CBS niet in de branchecijfers, maar wordt apart gerapporteerd voor de detailhandel totaal. In het INretail/GfK cijfer voor productgroepen wordt ook de online omzet van puur online spelers meegenomen. CBS neemt op brancheniveau sowieso geen puur online spelers mee, zo ook geen buitenlandse webshops, welke wel aan de INretail GfK scan mee kunnen doen.
  - CBS meet de totale winkelomzet per sector, zoals winkels in kleding of winkels in schoenen. De INretail GfK scan meet productgroepen, bijbv. schoenen, waarbij deze verkocht kunnen zijn via schoenenwinkels, maar ook kledingwinkels of warenhuizen.
  - CBS gaat op een andere wijze met toe- en uitreders om dan de INretail GfK scan.
- De INretail GfK Fashion/Shoescan brengt omzetontwikkelingen in kaart. De Scan zegt niets over investeringen/kosten dan wel de winstontwikkeling. Kijk voor meer inzicht in de gemiddelde exploitatiebegroting per branche op [www.inretail.nl](http://www.inretail.nl).

Wij hechten aan betrouwbare cijfers, retailers en betrokkenen moeten hierop kunnen bouwen. Zijn er vragen over de totstandkoming van de cijfers binnen de INretail GfK Fashionscan of Shoecan, dan vernemen wij deze graag. Je kunt deze mailen naar [marktonderzoek@inretail.nl](mailto:marktonderzoek@inretail.nl)