

‘Retail holt zichzelf uit met prijsdruk’

04-12-2014 07:53

De structurele prijsfocus is niet houdbaar en zet de rem op het herstel binnen de detailhandel. Als de hele sector naar het prijswaapen grijpt verdwijnt immers het onderscheidende kenmerk ervan, aldus ABN AMRO in een donderdag verschenen [sectorupdate](#).

De volumes binnen de retailbranche als geheel komen dit jaar ongeveer 0,75 procent hoger uit dan een jaar geleden, voorspelt ABN AMRO. Deze stijgende lijn blijft naar verwachting ook in de decembermaand zichtbaar. Zo is 71 procent van de consumenten van plan om een bedrag tot tweehonderd euro uit te geven aan de feestdagen.

Doordat retailers hun artikelen steeds eerder in december afprijzen staan de traditionele extra omzet van de feestmaand en de marges echter onder druk. Bij fashionretailers die steeds langere uitverkoopperioden en hogere kortingspercentages hanteren, is dat al langer zichtbaar, schetst ABN AMRO. Waar het volume in december 2005 bij kledingwinkels ruim dertig procent boven het volume van een gemiddelde maand in dat jaar lag, was dat percentage in 2013 gekrompen tot 23,6 procent. Daarnaast bedroeg de additionele omzet van de feestmaand in 2005 nog 27,3 procent ten opzichte van een gemiddelde maand, maar vorig jaar was dat nog zestien procent.

"Juist nu de volumes zich voor het eerst in jaren beginnen te herstellen en er nog steeds sprake is van overcapaciteit is een verdere volumedaling niet gewenst", aldus sectoreconoom Mathijs Deguelle in het rapport. Daarnaast zorgt de prijsdruk er op korte termijn voor dat het herstel nog niet terug te zien is in de omzetcijfers. "Dit benadrukt dat hoewel er tekenen van broos herstel zichtbaar zijn, de sector nog steeds niet uit de brand is."