

'Detailhandel wacht twee positieve jaren'

29-04-2015 22:00

Het volume in de retailsector zal na jaren van laagconjunctuur weer een stijging laten zien. Vooral de kledingbranche, doe-het-zelfzaken en woonwinkels kunnen de vruchten plukken van het economisch herstel in Nederland. Dat concludeert ABN AMRO in het rapport [Visie op Retail 2015](#), dat woensdag is verschenen.

ABN AMRO verwacht dat de particuliere bestedingen dit jaar met anderhalf procent toenemen. De modebranche profiteert traditioneel snel van een oplevende conjunctuur. Waar kleding- en schoenenwinkels vorig jaar nog een omzetsdaling van respectievelijk 1,2 en 1,8 procent noteerden, verwacht de bank vanaf dit jaar weer groeicijfers.

Voor dhz- en woonwinkels gold 2014 al als het jaar van de ommekeer, met de eerste groeicijfers in jaren. Hoewel deze retailers blijven kampen met aanhoudende promotiedruk, een daling van het prijspeil en margeverlies door de sterke volumedaling van de jaren ervoor, is ABN AMRO gematigd positief voor de toekomst. De groeiende consumentenbestedingen in combinatie met de aantrekkende huizenmarkt leidt er toe dat de volumes van zowel woonzaken als doe-het-zelfzaken dit jaar zullen groeien.

De verkoop van andere duurzame producten door onder meer elektronica-, speelgoed- en boekwinkels zal de komende jaren eveneens licht blijven stijgen. Dit cluster gaat het online marktaandeel echter steeds verder zien toenemen, verwacht ABN AMRO. Waar non-foodretail als geheel een online marktaandeel van zo'n 14,5 procent kent, zitten deze retailers al boven de twintig procent.

Ook de online bestedingen aan food groeien flink. Vorig jaar werd er in totaal 209 miljoen euro uitgegeven, liefst 85 procent meer dan in 2013. Dat is echter nog altijd minder dan één procent van de totale foodbestedingen in Nederland. De foodbranche wist vorig jaar een einde te maken aan drie jaren van dalende volumes op rij. Supermarkten trekken volgens de bank daarbij de kar, terwijl het herstel van speciaalzaken achterblijft.

De economische lente gaat door structurele overcapaciteit ook voorbij aan de autoretail. 45 procent van de merkdealers had vorig jaar een slecht rendement en de enige oplossing is volgens de bank het drastisch terugbrengen van het aantal showrooms. De omzet zal in 2015 stijgen met vijf procent, doordat nieuwverkopen als gevolg van een aanpassing van de bijtellingsregels naar voren worden gehaald. Daardoor zal de omzet in 2016 echter weer teruglopen.

De opmars van online zet verder onverminderd door. De omzetgroei, vorig jaar nog twaalf procent, zwakt weliswaar af, maar blijft substantieel. Dat heeft volgens sectorbankier Chris Meijers gevolgen voor de gehele sector. "Terwijl de omzet in de fysieke winkels van retailers tussen 2008 en 2014 met zeven procent daalde, steeg de online omzet met 134 procent."

De rol van internet en technologische innovaties veranderen volgens Meijers de consumentenvoorkeuren in een hoog tempo, waar nog niet alle retailers een antwoord op hebben. "De rol van de fysieke winkels verandert: de winkel moet inspireren, niet alleen het assortiment uitstallen." Op [RetailWatching](#) gaat hij dieper in op de uitdagingen waar retailers voor staan.