

Elektronica en IT drukken omzetgroei non-foodretail

18-08-2015 07:29

De omzet van de totale non-foodmarkt is in het tweede kwartaal met één procent gedaald ten opzichte van 2014. Zo houden fashionretailers het zwaar en noteerden retailers binnen de consumentenelektronica en IT een krimp, zo blijkt uit cijfers van GfK Retail Reports.

Vooraf de tegenvallende resultaten binnen consumentenelektronica en IT drukten zwaar op de omzetontwikkeling van de totale non-foodmarkt. Zo daalde de omzet binnen deze branches met respectievelijk 14,8 en twaalf procent ten opzichte van vorig jaar. De retailers profiteerden toen nog van stijgende televisieverkopen door het WK voetbal en de aanschaf van nieuwe pc's, omdat de ondersteuning voor Windows XP werd gestaakt. Waar de verkoop van deze productgroepen dalen, zien de onderzoekers een stijgende vraag naar domotica. Vooral jongeren tussen de achttien en 34 jaar en hoogopgeleiden zijn geïnteresseerd in toepassingen voor een 'slim huis'. Vooral gemak en besparing zijn belangrijke factoren voor shoppers om dergelijke producten aan te schaffen.

De onderzoekers zien echter ook omzetgroei. Vooral de markt voor groot- en klein huishoudelijke apparaten laten 'magische groeicijfers' zien, aldus GfK. De markt voor groot huishoudelijke apparaten zag de omzet met negen procent stijgen, terwijl klein huishoudelijk een plus van zes procent noteerde. Consumenten streven steeds meer naar een gezonde levensstijl, wat zich doorvertaalt in de verkoop van bijvoorbeeld sapcentrifuges. Ook de doe-het-zelfbranche ligt weer op koers, met een omzetgroei van ruim drie procent. Vooral producten als behang, verf en raamdecoratie werden meer verkocht.