

Retail blijft ruim twee procent meer verkopen

13-10-2015 07:03

De Nederlandse detailhandel zal volgend jaar 2,2 procent meer verkopen dan vorig jaar. Dit jaar komt de volumegroei uit op 2,6 procent, nadat vorig jaar al 2,4 procent meer werd verkocht. Dat stelt de Rabobank dinsdag in een [sectorprognose](#).

De bank zien in de non-foodbranche een duidelijke sentimentsverbetering. Consumenten kopen vrijwel over de gehele linie simpelweg meer producten. Doe-het-zelfzaken en woninginrichters profiteren van de aantrekkende woningmarkt, waar modewinkels en elektronicazaken baat hebben bij het verbeterde consumentenvertrouwen waardoor consumenten meer luxegoederen kopen.

Dat betekent volgens de Rabobank echter niet dat de detailhandelssector uit de problemen is. De omzetstijging is namelijk minder sterk doordat er sprake is van prijsdruk, die wordt veroorzaakt door een sterke concurrentie en zich vertaalt naar aanhoudende kortingsacties en afprijzingen. Doordat consumenten daar nu gewend aan zijn zal die prijsdruk aanhouden.

Het gewijzigde consumentengedrag zorgt in de foodbranche weer voor interessante nichemarkten, aldus de bank. Er is een toenemende vraag naar biologische producten, terwijl de groei van het marktaandeel van kwaliteitsdiscounters doorzet en ook concepten ontstaan met een hoge toegevoegde waarde en een 'premium prijs'. De traditionele foodretailer wordt volgens de Rabobank uitgedaagd door nieuwe concepten als STACH en het Vlaamsch Broodhuys.

Bovendien moeten retailers rekening houden met groothandels, die hun ketenpositie proberen te versterken om te voorkomen dat anderen hun marge dicteren. "We zien groothandels in consumentengoederen steeds vaker gebruikmaken van eigen merken en winkels om hun ketenpositie te versterken en zo meer marge te realiseren", aldus directeur bedrijven Paul Dirken.