

Non-foodmarkt vindt de weg omhoog

13-11-2015 14:32

De omzet in de Nederlandse non-foodbranche is in het derde kwartaal met twee procent gestegen ten opzichte van vorig jaar. Vooral winkels in telecom en groot- en huishoudelijke apparaten deden het goed, zo blijkt uit de vrijdag gepubliceerd rapportage van GfK Retail Reports.

Met een groei van twee procent doet de branche het beter dan vorig jaar, toen de groei 0,3 procent bedroeg. Bovendien werd in het vorige kwartaal nog een krimp van één procent genoteerd.

De telecomsector zag zijn afzet in het derde kwartaal met tien procent groeien in vergelijking met 2014, vooral dankzij de verkoop van smartphones en bijbehorende accessoires. De omzetgroei van zeven procent voor groot huishoudelijke apparatuur valt volgens GfK wat tegen: het is de laagste groei in dit 'recordjaar'. De groei in klein huishoudelijke apparatuur kwam uit op 5,6 procent, wat het achtste kwartaal met groei op rij betekende.

Verder heeft het herstel van de boekenmarkt doorgezet in het derde kwartaal, met een omzetplus van 3,7 procent. De entertainmentmarkt groeide dankzij de opmars van video on demand, streamingabonnementen en PS4-software net als de modebranche met drie procent. De laatste positieve omzetontwikkeling is te vinden in de dhz-branche, die twee procent meer omzet boekte.

De markten voor consumentenelektronica, foto, IT en toerisme hebben last van dalende omzetten. De eerstgenoemde sector boekte 3,9 procent minder omzet, mede door een dalende televisiemarkt. De tegenvallende verkoop van digitale camera's zorgden daarnaast voor een omzetsdaling van 4,3 procent in de fotomarkt, terwijl de IT-markt (min 2,5 procent) kampte met een teleurstellende 'back to school'-periode en een gebrek aan nieuwe innovaties.