

Warenhuizen en speciaalzaken verliezen veel klanten

03-03-2017 14:45



Het aantal huishoudens dat vorig jaar iets kocht bij warenhuizen is met tweehonderdduizend gedaald ten opzichte van 2015. Ruim 2,8 miljoen huishoudens deden in 2016 een aankoop bij een warenhuis, blijkt uit cijfers van GfK.

Het onderzoek heeft zich toegespitst op de verkoop van dagelijkse boodschappen. Hoe groot de invloed van het wegvallen van V&D is op de daling van het aantal klanten, is niet specifiek onderzocht. "Maar daar werd ook supermarktassortiment verkocht, zij het niet zo prominent", zegt research director Joop Holla. "Dus dat zal ongetwijfeld een rol spelen." In die categorie warenhuizen is volgens hem alleen HEMA nu nog over.

Ook speciaalzaken, drogisterijen en tuincentra moesten het vorig jaar met minder klanten doen. Het aantal huishoudens dat bij een drogisterij kocht daalde met ruim honderdduizend naar net geen 5,9 miljoen, terwijl slagers van 1,9 naar iets meer dan 1,7 miljoen gingen. De door GfK onderzochte branches buiten de supermarkten kregen ook in relatief opzicht minder klanten over de vloer. Zo kocht 75,9 procent van het totaal aantal kopende huishoudens iets bij een drogisterij, tegen 78,2 procent in 2015.

De meeste supermarktketens zagen hun klantenkring vorig jaar juist groeien. De klantenkring van Albert Heijn groeide met bijna honderdduizend huishoudens tot 6,77 miljoen. Aldi, Spar en Jan Linders kregen juist minder huishoudens over de vloer, terwijl de klantenkring van Lidl en Dekamarkt gelijk bleef.

De Nederlandse supermarkten zetten in februari 1,9 procent meer om dan een jaar geleden, meldt GfK verder. De totale supermarktomzet kwam uit op 2,63 miljard euro. De omzet per kassabon steeg met 3,2 procent, terwijl het aantal uitgegeven kassabonnen juist licht daalde.