

'Retail maakt sterkste groei in tien jaar door'

22-09-2017 09:24



De Nederlandse detailhandel komt dit jaar naar verwachting uit op een volumegroei van 2,7 procent. Dat is de sterkste groei sinds 2007, stelt ABN Amro in een [sectorupdate](#).

De retail verrast volgens de bank dit jaar in positieve zin. De sector wordt vooral in de kaart gespeeld door het hoge consumentenvertrouwen, dat gepaard gaat met een hoge koopbereidheid. Er wordt vooral meer uitgegeven aan kleding, schoenen en woninginrichting. De groei van kleding zit volgens de bank vooral in de online kanalen: in de eerste helft van het jaar gaf de consument 28 procent meer uit aan kleding via internet dan een jaar eerder.

Volumegroei in de retail:

	2015	2016	2017	2018
Detailhandel	2,1	1,0	2,7	2
Supermarkten	1,6	0,6	1,7	1,5
Speciaalzaak in voeding	0,7	0,4	0	0,5
Autoretail*	9	1	5	1,5
Kledingwinkel	1,3	2,5	3,3	2,5
Schoenenwinkel	-3,9	-7,6	0,5	1
Groothandels non-food**	7,7	8	8,5	7,5
Woonwinkels	5,5	2,1	4	2,5
Bouwmarkten	-0,9	6	4	2,5
Drogisterijen	4,4	1,9	1,5	1,5
Cons. elektronica	-1	-3,9	-0,5	0
Online retail*	21,7	18,6	17	16

*Volumeprognoses voor 2017 en 2018.

**Bij online, groothandels non-food en autoretail gaat het om omzet.

ABN Amro verwacht dat de detailhandel volgend jaar twee procent groeit. Een van de belangrijkste uitdagingen waar retailers voor staan is nog altijd de transitie naar omnichannel. Omdat de concurrentie groot is en de winstgevendheid beperkt, is er beperkte ruimte voor ondernemers om die transitie te maken.

Bovendien is het niet eenvoudig online een winstgevende business op te zetten, stelt de bank. Omdat de consument online vaak gebruikt om zich te oriënteren, kan een retailer er daarom ook voor kiezen om zich uitsluitend te richten op die oriëntatie of zich aan te sluiten bij een platform.