Supermarkt winnaar, kleding- en meubelwinkel verliezers van 'extreme zomer'

21-12-2018 16:10



De warme en droge zomer van 2018 heeft supermarkten geen windeieren gelegd. Ook verkopers van tuinproducten deden dankzij de ‘extreme zomer’ goede zaken, concludeert ABN Amro in een nieuw rapport.

Het langdurige zomerweer zorgde er onder meer voor dat er veel behoefte was aan verse en kant-en-klare gemaksproducten als soepen, salades, stokbrood en barbecuepakketten. Dit zijn producten waar volgens de bank een hoge marge op zit. Hetzelfde geldt voor frisdrank en ijs, waardoor supermarkten ‘meer waar tegen een hogere prijs verkochten’.

Supermarkten groeien dit jaar vier procent in omzet boven verwachting. Zonder het warme weer zouden ze waarschijnlijk trager groeien, aldus ABN Amro.

In de doe-het-zelfsector nam de verkoop van tuinproducten tot en met oktober met bijna dertien procent toe. In de maand juli steeg de omzet uit tuinproducten zelfs met 32 procent, terwijl de verkoop van tuinmeubelen met 48 procent pluste. Verder werden veel parasols en sproeiers verkocht, terwijl grasmaaiers juist een stuk minder populair waren.

De grote verliezers in de retail zijn kleding- en meubelwinkels. Kledingwinkels kunnen moeilijk op het weer

inspelen, omdat ze nog traditioneel twee of drie keer in het jaar inkopen. Omdat de inkomsten achterbleven, kon een aantal kledingretailers zijn leveranciers niet op tijd betalen. ‘Dat leidde tot boeterentes, die ook niet iedereen snel kon betalen’, stelt de bank. Een hogere omloopsnelheid van de voorraad kan een oplossing zijn, evenals de verkoop van een mix aan producten. Zo werden zwemkleding, tops en jurken in het derde kwartaal wel goed verkocht.

Winkels in meubels, verlichting en woninginrichting zagen de verkoopvolumes in mei, juni, juli, augustus en september dalen ten opzichte van het jaar ervoor. Ook deze winkels kunnen volgens ABN Amro werken aan een betere productmix.