

GfK RETAIL REPORTS

Q3 / 2015



GfK. Growth from Knowledge

Met GfK Retail Reports heeft u elk kwartaal direct zicht op de actuele ontwikkelingen binnen de grootste non-food markten in de Nederlandse retail: Een heldere samenvatting van de harde feiten en een spitse analyse van trends, in woord & beeld.

DOE-HET-ZELF

Aanhoudende, maar bescheiden, groei



Berry van Oosterhout
Director Home & Living

De groei in DoeHetZelf blijkt duurzaam: GfK rapporteert een omzetgroei van ruim 2% in het derde kwartaal van 2015. Duurzaam maar erg bescheiden, rondom ons heen zien we bijvoorbeeld de verkopen van huizen, keukens en ook van de bouwmaterialen groothandel met double digit cijfers groeien. En met de wat magere start in het eerste kwartaal zitten we dan op jaarbasis in DHZ op een magere groei van ruim 1%.

Meubelen vallen tegen dit kwartaal terwijl woonaccessoires verdienstelijk en huishoudelijke artikelen double digit groeien. Witgoed, dat het juist in de andere kanalen zo goed doet, was al klein en valt nog verder weg. Kleine huishoudelijke apparaten groeien wel bovengemiddeld, na een forse dip in 2014. De groei overtreft dan ook wat elders in de markten voor klein huishoudelijk gemeten wordt. De restgroep 'overige artikelen' draagt tenslotte ook een stevig steentje bij aan de groei.

Wanneer we onze blik richten op de 'core-business' van Doe-Het-Zelf, dan zien we dat binnen de bouwmarkten de sectoren verf, behang in dit kwartaal weer onder vorig jaar duiken. Raamdecoratie en vloeren laten, net als in het tweede kwartaal, een stevige groei zien. Dit geldt echter niet voor de 'Verf en Behangspecialisten', die hebben het nog altijd moeilijk en zitten onder vorig jaar. Breedpakket- en IJzerwarenzaken laten een kleine 2% groei zien in het kwartaal.

Binnen de bouwmarkten laten de groepen 'hout- en plaatmateriaal', 'deuren en kozijnen' en 'bouwmaterialen' in het derde kwartaal wederom een stevige groei zien van tegen de 10%. Daarbij blijft de groep 'sanitair' nog steeds zwaar achter en komt amper boven de cijfers van vorig jaar uit.

Nog steeds zien we een aanhoudende groei in de groep 'gereedschap'. Een groep, die qua aard en karakter zich goed leent voor Online verkoop, blijft het in de traditionele bouwmarkten uitermate goed doen met een groei van tegen de 5%. All-in-all wordt 2015 een gematigd positief jaar.

COLOFON

Uitgever

GfK
Krijgsman 22-25
1186 DM Amstelveen
Tel. 020 - 713 3000
nl@gfk.com
www.gfk.com/nl/

Redactie

Barbara Schouten, Andrea Hoogesteijn

Vormgeving & Productie

Marijn van Zomeren
Corporate internationaal GfK team

Disclaimer

GfK Retail Reports is een uitgave van GfK. Hoewel bij het ontwikkelen van deze uitgave de grootst mogelijke zorgvuldigheid is betracht, bestaat altijd de mogelijkheid dat bepaalde informatie onjuist is. GfK is niet aansprakelijk voor de gevolgen van activiteiten die worden ondernomen op basis van deze informatie.

Copyright

Het is toegestaan informatie uit deze uitgave over te nemen, mits er sprake is van juiste bronvermelding: GfK

Interesse in de Belgische markt?

Schrijf u nu in op www.gfk.com/be/retail-reports en blijf elk kwartaal op de hoogte van de actuele ontwikkelingen binnen de grootste non-food markten in de Belgische retail.

