

GfK RETAIL REPORTS

Q4 / 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.

RETAIL IN TOTAAL

De veranderende rol van de winkel



Jeroen Blank
Industry Lead Retail

De retailmarkt blijft in beweging. De berichten in de pers over de faillissementen van verschillende ketens binnen fashion en binnen consumentenelektronica zorgden in de laatste dagen voor kerst dat er een donkere sluier over de totale Branche ging. Dit ondanks dat ook het laatste kwartaal van 2015 positief is afgesloten met een kleine groei. Deze groei is exclusief toe te schrijven aan week 53 die we in het kalenderjaar 2015 hadden. Zouden we deze er alsnog aan toevoegen zal de groei hoger uitvallen.

De faillissementen komen voort uit de problemen in de fysieke winkels. Binnen een markt die niet of nauwelijks groeit, is elke tegenslag, zoals het relatief warme weer, de druppel die de emmer doet overlopen. De structuur van de kosten voor de retailers zijn dusdanig dat er bij krimp of het achterblijven van groei ingrepen in deze kosten bijna niet meer mogelijk zijn. Hardere ingrepen zoals het sluiten van winkels zijn dan niet meer te voorkomen. Natuurlijk heeft de snelle groei van online invloed op de markt. Aan de andere kant zien we dat ook de webshops van de fysieke winkels in belangrijke mate bijdragen aan de totale groei van online. De kostenstructuren in de fysieke retail zijn bepalend voor het resultaat, daarom is beperking van het aantal vierkante meters veelal noodzakelijk. Daarnaast moet de website ook wel een bijdrage leveren aan het resultaat. De marges online zijn niet veel hoger en de prijsdruk wellicht nog nadrukkelijker voelbaar. Flexibiliteit en creativiteit zijn dus zeer belangrijk.

Toch zijn er enkele lichtpuntjes. Het consumentenvertrouwen trekt aan en de huizenmarkt komt weer tot leven. De huizenmarkt heeft direct effect op de Doe-het-Zelf markt en de markt voor (inbouw) keukenapparatuur. De markt voor Doe-Het-Zelf in Nederland laat, hoewel in bescheiden mate, groei zien en de markt voor apparatuur binnen nieuw te bouwen keukens groeit licht.

Ook zijn er enkele lichtpuntjes in de entertainment markten te zien. Bijvoorbeeld de markt voor boeken; deze is met bijna 4% gestegen en binnen de muziekbranche zien we een stijging in van de traditionele Vinyl platen. Daarnaast waren de nieuwe titels van Adele en Marco Borsato gedurende de feestmaanden echte bestellers. Dit ondanks dat de groei van digitaal entertainment nog steeds doorgaat. Inmiddels kijkt 40% van de internetgebruikers in Nederland via een of meerdere video on demand diensten naar films of series. Hierbij is duidelijk te zien dat de trend zich beweegt in de richting van abonnementen op streaming diensten in plaats van de pay per view diensten.

Alle apparaten die digitaal met het internet verbonden zijn groeien in alle markten. In 2015 zijn bijna 10 miljoen apparaten verkocht waar mee men het internet op kan (zoals Smartphones, tablets en notebooks). Het is weliswaar een kleine stijging ten opzichte van 2014 maar wel een stijging. Kortom bijna iedereen in Nederland heeft toegang tot één of meerdere apparaten waarmee men toegang heeft tot een uitgebreid pallet aan producten en diensten op het internet. Ook shoppen op het internet zal dus verder blijven groeien, de vraag is hoe je hier als retailer met echte winkels mee om moet gaan. De rol van deze fysieke winkel zal anders worden. Het worden pick up points en showrooms waarbij ook het gemak van direct een product beschikbaar hebben tevens belangrijk is. Hiernaast zijn advies en service nog steeds belangrijke redenen voor consumenten om een winkel te gaan bezoeken.

Let op: wij rapporteren de december maand in Retail Reports op basis van 4 weken en niet op basis van 5 weken.



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

