

GfK RETAIL REPORTS

Q1 / 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

Tijd voor positivisme & connectiviteit!



Maikel Verhaaren
Director Retail &
Entertainment Benelux

We kunnen er niet meer omheen. Na de voorzichtig positievere signalen van de afgelopen kwartalen, komt de GfK Retail Reports index (de optelsom van de bestedingen in de non-food detailhandel) steeds vaker en verder in de plus. Niet voor niets, het consumentenvertrouwen en de economie krabbelen immers steeds verder op. In het gros van de, feitelijk, in kaart gebrachte markten is stijging zichtbaar. Waarbij het positieve geluid vooral te zien in de connectiviteit van de Nederlandse consument.

Volgens de Thuiswinkel Markt Monitor van 2014: "hebben Nederlandse consumenten bijna € 14 miljard online besteed afgelopen jaar. Van alle productbestedingen binnen de totale markt is 10% afkomstig uit het online kanaal, van alle diensten, online aangekocht, is dat maar liefst 67%. Een gevolg van de snelle stijging van online is eveneens de besteding buiten Nederland. Twintig procent van de Nederlanders heeft in 2014 online gekocht via een niet-Nederlandstalige website...3% van de online bestedingen is afkomstig van Cross Border aankopen."

De grote merken en retailers worden steeds groter en het retaillandschap zal ook de rest van 2015 onstuimig blijven. Om de 'connected consumers' aan je te binden blijft het zaak een duidelijke propositie, identiteit en positionering te hebben en vooral uit te dragen. Wie is je shopper? Wat maakt jou de moeite waard? Allemaal vragen waarop GfK op tal van manieren toelichting kan geven.

Het eerste kwartaal zat de stijging in de markten voornamelijk in alles wat met 'connected devices' te maken heeft. Zo liet de markt voor entertainment en consumenten elektronica voor het eerst sinds tijden een stijging zien. Lichtpunten zijn vooral de verkoop van gaming consoles en audio hifi-apparatuur die inspelen op de streaming behoefte van de consument. Streaming muziek en video on demand zijn hot en doen de entertainmentmarkt opnieuw

omhoog krabbelen. Eenzelfde trend is zichtbaar rond het smart home domein, waar we zeker de komende Retail Reports veelvuldig bij stil zullen staan.

De boekenmarkt kende een sterk eerste kwartaal, vooral te wijten aan de onrustige periode een jaar eerder met het onder meer het faillissement van zowel Polare als ECI. Een continue stijgende lijn is de ontwikkeling binnen klein huishoudelijke apparaten. De onderliggende segmenten kleine keukenapparatuur, persoonlijke verzorging en huishoudelijke apparatuur blijven het goed doen.

In het eerste kwartaal zijn de weersomstandigheden altijd een belangrijke factor binnen onder meer de markt voor doe-het-zelf en fashion. Het matige weer in een deel van het eerste kwartaal was dan ook direct terug te vertalen in de desbetreffende omzetontwikkeling. Maar om terug te komen op positivisme; gelukkig is de lente volop aangebroken!



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.

