

doe-het-zelfartikelen

- » De omzet in doe-het-zelfartikelen zal in 2011 licht groeien
- » Verbetering woningmarkt essentieel voor fundamenteel herstel
- » Optimalisatie van logistiek is de weg naar meer rendement

Branchebeschrijving

De doe-het-zelfbranche (dhz) omvat bouwmarkten, verf- en behangspecialzaken (vbs), ijzer- en gereedschappenzaken, breedpakketzaken en overige doe-het-zelfwinkels. Breedpakketzaken zijn feitelijk kleine bouwmarkten met een verkoopvloeroppervlakte van minder dan 1.500 m².

Belangrijke productgroepen zijn ijzerwaren, gereedschap, houtwaren, sanitair, verf, behang, keukens, bouwmaterialen en tuinartikelen. Bouwmarkten verkopen steeds vaker branchevreemde artikelen als bloemen en planten, elektronica en meubels.

Trends en ontwikkelingen

Sinds het derde kwartaal van 2007 is de dhz-branchen in mineur. In de periode 2007-2010 is de omzet volgens CBS data met 13% gedaald. De branche heeft zwaar te lijden gehad onder de economische crisis en de daarmee gepaard gaande instorting van de woningmarkt. Echter daar waar andere non-food retailbranches herstel laten zien, blijft de dhz-markt achter. In de branche bestaat een langetermijntrend naar schaalvergroting. Het aantal bouwmarkten met een verkoopvloeroppervlakte van meer dan 5.000 m² is bijna 40% hoger dan vijf jaar geleden. De eind 2010 geopende Hornbach in Breda spant voorlopig de kroon met 23.000 m², waarvan 6.500 m² drive-in. De ketenvorming in de branche, hoewel vergevorderd, is nog niet ten einde. Zo kwamen

recent de klus- en bouwmarkten van Fixet onder de vlag van DGN. Ook zijn de plannen van Maxeda met de ketens Praxis en Formido nog niet uitgekristalliseerd. De vier grote spelers Intergamma, Maxeda, DGN en Hornbach genereren samen meer dan 80% van de omzet op de dhz-markt. In de segmenten vbs en ijzerwaren neemt het aantal winkels al jaren gestaag af. Vooral de niet-gebonden zelfstandige ondernemers verdwijnen. Om scherper te kunnen inkopen en om verkoopkracht te winnen, kan aansluiting bij een gespecialiseerde keten de reddingsboei zijn. Tekenend daarbij is dat in 2010 het aantal bij een formule aangesloten vbs- en ijzerwarenzaken na jaren weer steeg, terwijl het totaal aantal winkels in deze segmenten verder daalde.

Onze visie

Na een diep dal zal er in 2011 herstel zijn op de doe-het-zelfmarkt. ABN AMRO verwacht dat het aantal woningtransacties met 3% zal groeien naar 130.000. De branche zal profiteren met een omzetgroei van 1%. Duurzaam herstel zal er pas zijn als de woningmarkt daadwerkelijk aantrekt. Ter vergelijking: in 2006 en 2007, topjaren voor de dhz-branchen, lag het aantal transacties boven de 200.000. In de ketenvorming zal er verdergaande aanscherping van formules plaatsvinden, waarbij beleving, specialisatie, service en advies onderscheidende factoren zullen zijn. Afhankelijk van mogelijke overnames die plaats gaan vinden, is het niet uit te sluiten dat er na Doeland een volgende formule zal verdwijnen. In het breedpakketsegment, waar veel franchisers

actief zijn, kan dit tot gevolg hebben dat ondernemers van formule gaan wisselen. Kansen liggen er voor de branche op de digitale snelweg. Momenteel wordt slechts 8% van de artikelen via internet verkocht. Er treedt ketenvervaging op, doordat fabrikanten en groothandels activiteiten ontplooiën via dit verkoopkanaal. Om de strijd niet te verliezen is het cruciaal voor zowel algemene als gespecialiseerde formules een goede crosschannelstrategie te ontwikkelen. Prijsconcurrentie kan niet langer de oplossing zijn, maar wel margevermeerdering op bestaande volumes. Scherpe inkoop en voorraadbeheersing zijn kernwoorden die staan voor het optimaliseren van logistieke processen en daarmee voor meer rendement.

Kerngegevens

- Omzet totale branche: **EUR 3.980 mln**
- » waarvan bouwmarkten: **EUR 2.896 mln**
- » waarvan vbs: **EUR 426 mln**
- » waarvan ijzerwaren: **EUR 328 mln**
- » waarvan breedpakket: **EUR 331 mln**
- Totaal aantal winkels: **2.499**

ABN AMRO omzetverwachting 2011: + 1%

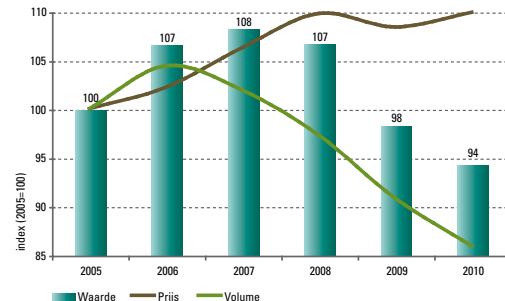
Websites

- www.hibin.nl
- www.rndweb.nl
- www.vertaz.nl
- www.mixonline.nl

Omzetontwikkeling

Bron: CBS

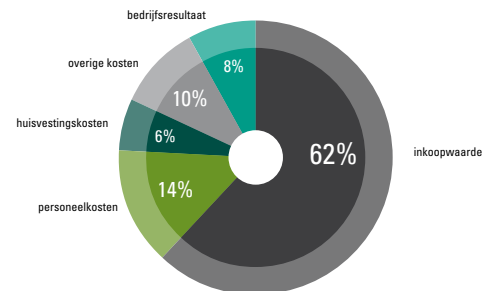
- ▶ Voor het derde jaar op rij is de omzet in de branche gedaald. Na 9 jaar ligt de omzet weer onder de EUR 4 mrd.
- ▶ In 2010 was de volumedaling met 5,5% aanzienlijk. Sinds 2003 is het volume gedaald met 21%. Alleen in 2006 werd de trend van dalende volumes onderbroken.
- ▶ De branche kampt met een dilemma rondom de hogere grondstofprijzen. Om de marges op peil te houden, moeten deze worden doorberekend, terwijl de hevige concurrentie dit eigenlijk niet toelaat.



Exploitatiebeeld

Bron: HBD

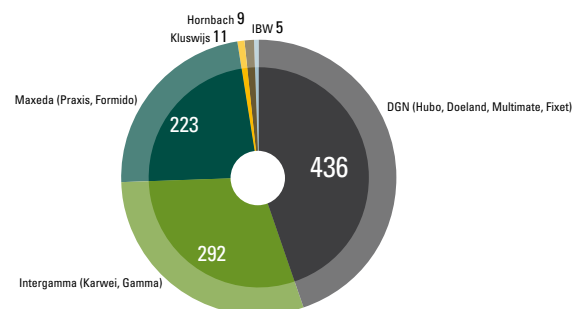
- ▶ Door inkoopvoordelen die ontstaan bij schaalvergroting en ketenvorming, is de gemiddelde brutomarge in de gehele branche tussen 2002 en 2009 toegenomen van 35% naar 38%.
- ▶ De inkoopwaarde is gemiddeld 62%. Als het productaanbod gespecialiseerder is of de inkoop in kwantiteit kleiner is, dan ligt de inkoopwaarde enkele procentpunten hoger.
- ▶ Bij breedpakketzaken zijn de personeelskosten gemiddeld hoger, omdat advisering centraler staat in het bedrijfsconcept.



Schaal DHZ naar aantal vestigingen

Bron: Vakblad Mix, ABN AMRO Sector Research

- ▶ Begin 2011 is een samenwerking aangekondigd tussen DGN, Reesink en THG beheer. Hiermee ontstaat een dhz-retailgroep met maar liefst 436 verkooppunten.
- ▶ De drie grote holdings in de dhz-detailhandel - Maxeda, Intergamma en DGN - bezitten meer dan 97% van alle vestigingen van bouwmarkten en breedpakketzaken.
- ▶ Begin 2011 zijn 11 ondernemers die onder het eind 2011 verdwijnende Doeland label opereerden, een nieuwe breedpakketformule gestart: Kluswijs.



Omzet in doe-het-zelfzaken naar segment

Bron: Mixonline, GfK, ABN AMRO Sector Research

- ▶ In 2010 zijn de hardste klappen gevallen bij de ijzerwarenspecialzaken en breedpakketzaken. Deze leverden beide 8,3% omzet in. Bij de verf- en behangzaken ging het iets minder slecht, met een min van 6,8%.
- ▶ De omzet in bouwmarkten daalde 6%. Wel wisten zij door scherpe concurrentie op prijs wederom marktaandeel te winnen van de specialzaken. In tien jaar tijd is het marktaandeel van bouwmarkten gestegen van 66% in 2000 naar 73% in 2010.

