

elektronica

- » Omzetsdaling in 2010 tot stilstand gebracht
- » Daling aantal winkels zet door
- » Omzet zal licht toenemen in 2011

Branchebeschrijving

Onder elektronikawinkels worden winkels verstaan die grote huishoudelijke apparaten verkopen, zoals wasmachines en koelkasten (witgoed), audio- en videoapparatuur (bruingoed) en kleine huishoudelijke apparaten, zoals digitale camera's, telefoons en (spel-)computers

(grijsgoed). Meestal behoren ook software en computerspellen tot het assortiment. Deze branche is traditioneel in te delen in drie hoofdgroepen: onafhankelijke winkels, in- en verkoopcombinaties en franchise- of ketenbedrijven.

Trends en ontwikkelingen

In 2010 konden de elektronikawinkels als branche een lichte plus van de omzet noteren. Positieve cijfers werden met name in de maanden juni tot september behaald. Het WK-voetbal had hierin een belangrijke bijdrage, maar ook de introductie van nieuwe apparaten als de iPad. Met deze omzettoename is de klap die de branche in 2009 opliep (omzet -11%) nog niet goed gemaakt. De markten voor audio- en videoapparatuur, computers en telecom worden sterk door innovatie gedreven. Connectiviteit is daarbij één van de belangrijkste elementen. Op technisch gebied gaat de miniaturisering van elektronische componenten door. Daardoor zijn er onder andere tablets en smartphones op de markt gekomen. Deze kunnen steeds meer functies vervullen

omdat ze voortdurend met krachtiger computerfunctionaliteit zijn uitgerust. Op het gebied van witgoed vinden er ook productinnovaties plaats, zoals verlaging van energieverbruik, maar deze zijn minder prominent. De typen apparaten verschillen ook sterk. Audio-, video-, telecom- en computerapparatuur zijn voor entertainment en communicatie, terwijl witgoed en huishoudelijke apparaten simpelweg een bepaalde taak hebben te verrichten. Deze apparaten worden dan ook eigenlijk alleen maar vervangen als ze kapot zijn. Wel blijkt de aankoop van een nieuw huis vaak een 'aankoopmoment' met zich mee te brengen. De daling in het aantal huizentransacties betekende dan ook krimp voor de witgoedmarkt de afgelopen jaren.

Onze visie

Door de malaise op de elektronikamarkt moesten diverse spelers de afgelopen jaren de markt verlaten. Het aantal winkels is de afgelopen drie jaar met 250 tot 300 verminderd. Mediamarkt (samen met Saturn behorend tot het Metro-concern) is uitgegroeid tot de marktleider. Naast de megastores die met een breed assortiment en lage prijzen een groot publiek aanspreken, is er ruimte voor specialisatie via product (audio, video, computers, foto), servicegerichtheid of monobranding (Apple). Ook blijft er altijd plaats voor 'local hero's'; bedrijven met plaatselijke of regionale naamsbekendheid. Internet speelt een steeds belangrijkere rol. Vanwege het gestandaardiseerde karakter van de producten, leent de verkoop zich goed voor het web. Telecom, hard-

ware en audio- en videoapparatuur behoren tot de meest online gekochte producten. Maar zelfs witgoed is aan een doorbraak bezig. De online aankoop kan bij webwinkels van bestaande winkels, bij (nieuwe) gespecialiseerde webwinkels en bij 'traditionele' kanalen als Wehkamp. Nieuw is dat grote spelers op het web als Bol.com, hun platform ook voor derden aanbieden. Het gaat er niet om welk kanaal gaat winnen. Beide hebben hun functie voor de consument. De uitdaging zit in een goede crosschannelstrategie. De omzet groeit de komende jaren maar mondjesmaat, zeker omdat de druk op de prijzen zal blijven bestaan. Er zijn wel innovaties, maar kaskrakers zien wij op dit moment niet.

Kerngegevens

Aantal winkels: **2.240**

Omzet per winkel: **EUR 1,6 mln**

Omzet per m² winkelvloer: **EUR 5.100**

Omet per fte: **EUR 309.000**

Omzet per werkzaam persoon: **EUR 186.000**

Gemiddelde winkelvloeroppervlakte: **303 m²**

Websites

www.hbd.nl

www.vlehan.nl

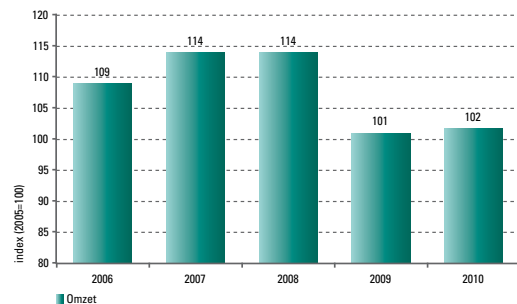
www.fiar.nl

ABN AMRO omzetverwachting 2011: + 2%

Omzetontwikkeling

Bron: CBS

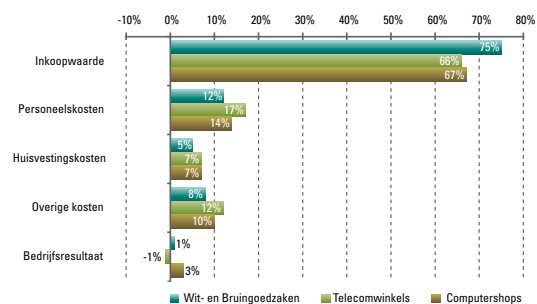
- ▶ De toename in volumes kon de prijsdalingen van de diverse producten compenseren, waardoor een kleine omzettoename kon worden genoteerd.
- ▶ Ondanks de innovatie bij de fabrikanten, zien wij voor 2011 geen echte kaskraker die de omzet van de branche een forse impuls kan geven. Dat gegeven, samen met de zwakke ontwikkeling van de bestedingen, leidt tot een matige toename van de omzet in 2011.



Exploitatiebeeld

Bron: HBD

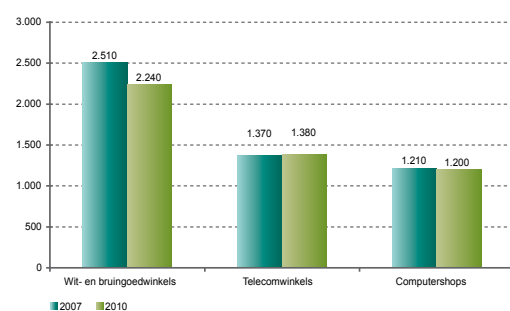
- ▶ De netto- en brutomarges van elektronikawinkels zijn door de sterke concurrentie over het algemeen veel lager dan in de rest van de detailhandel. Wel zijn er duidelijke verschillen per segment.
- ▶ De telecomwinkels behalen een negatief bedrijfsresultaat. Concurrentie (off- en online), en verzadiging van delen van de markt (bijvoorbeeld 'functionele bellers' die hun toestel minder vaak vervangen) zijn hier debet aan.



Aantal winkels naar segment

Bron: HBD

- ▶ Terwijl het aantal computershops en telecomwinkels ongeveer gelijk is gebleven de afgelopen jaren, is het aantal wit- en bruingoedwinkels fors afgenomen. Dit betreft zowel een aantal grote ketens als kleine zelfstandigen.
- ▶ Onder invloed van de verwachte matige groei van de verkoop van consumentenelektronica en de felle concurrentie tussen winkels en op het web, zal het aantal winkels naar verwachting verder dalen de komende jaren.



Bestedingen in wit-, bruin- en grijsgoedwinkels

Bron: HBD

- ▶ Audio- en videoapparatuur maken bijna de helft uit van de bestedingen aan wit-, bruin- en grijsgoed. Dat aandeel neemt de laatste jaren wat af, ten gunste van computerapparatuur.
- ▶ Beeld- en geluidsdragers maken nog maar een heel beperkt deel uit van de omzet. Toch blijven dit interessante artikelen om te blijven voeren: het zijn vaak impuls aankopen, geschikt als cadeau, en hebben voor de detaillist een aantrekkelijke marge.

