

# woonzaken

- » Vierde jaar op rij omzetzakelijkheid voor woonzaken in 2010
- » Internet wordt door consumenten vooral gebruikt als oriëntatiekanaal
- » Voor 2011 geen verdere daling omzet verwacht

## Branchebeschrijving

De branche woonzaken omvat een aantal verschillende winkeltypen. Naast de gemengde zaken zijn er winkels gespecialiseerd in woningtextiel, vloeren (parket, laminaat en kurk), meubels, bedden, verlichtingsartikelen, keukens en badkamers. De woonzaken hebben een re-

latief groot winkelvloeroppervlakte ten opzichte van andere branches in de detailhandel en komen vrij weinig voor in hoofdwinkelcentra.

## Trends en ontwikkelingen

Volgens de cijfers van CBW-Mitex daalde de omzet van woonzaken voor het vierde jaar op rij. De omzetzakelijkheid bleef in 2010 beperkt tot 0,8% in vergelijking met 13% in 2009. Slaap- en vloerenspecialzaken hadden het met een omzetzakelijkheid van respectievelijk 2,8% en 3,6% in 2010 het zwaarst te verduren. Meubelspecialzaken waren de enige die een omzetplus (0,9%) neerzetten in 2010. De ontwikkelingen op de woningmarkt spelen een zeer belangrijke rol voor woonwinkels. Wanneer een consument verhuist, is dat vaak hét moment voor de aanschaf van een nieuwe vloer en/of meubels. Zowel in 2009 als in 2010 was er sprake van een daling van het aantal huizentransacties. Mede hierdoor deden consumenten minder aankopen in woonwin-

kels. Als consumenten toch overgingen tot aanschaf, kozen zij onder invloed van de recessie vaker voor een goedkoper alternatief. Winkels in het premiumsegment hadden het daardoor extra moeilijk en probeerden de klant met korting alsnog te verleiden tot een aankoop. Het lage- en middensegment ondervindt in toenemende mate concurrentie van bouwmarkten en doe-het-zelfzaken, die een steeds belangrijker afzetkanaal worden voor kleine meubelen. In de branche wordt meer samengewerkt. Meer ondernemers treden toe tot inkoopcombinaties, maar ook op commercieel vlak zoeken ze vaker de samenwerking op. De online bestedingen aan woonartikelen stijgen, maar zijn nog relatief laag.

## Onze visie

ABN AMRO verwacht dat mede door de invoering van strengere eisen bij het verschaffen van hypotheeklen, het aantal huizentransacties in 2011 op een laag niveau blijft. Dit biedt nog geen ruimte voor een omzetgroei in de woongerelateerde branches. Ondernemers in de branche moeten zich meer dan anders onderscheiden met een actieve klantbenadering om toch omzetgroei te realiseren. Profileren op internet draagt hier een belangrijke steen aan bij. Investeren in een online kanaal is belangrijk om de online winkelende en oriënterende consument te binden. Met een goed crosschannelconcept kunnen woonwinkels meer service verlenen aan de klant en hun aanbod klantgerichter maken. Een shop-in-shopconcept, waarin een winkelier

via een online warenhuis zijn producten aanbiedt, is een goede mogelijkheid voor woonwinkels. Op deze manier zijn de kosten van websiteonderhoud relatief laag en is de ondernemer toch aanwezig op internet. Internet dient echter nog steeds voornamelijk als oriëntatiemiddel; fysieke winkels blijven de voorkeur behouden van de consument. In het midden- en premiumsegment zijn ouderen een interessante doelgroep. Ze willen vaak comfortabele producten van een goede kwaliteit. Ze zijn bereid hiervoor relatief veel geld uit te geven. Ook aan de kostenkant liggen nog kansen voor de winkeliers. Zo kunnen winkeliers toetreden tot een inkoopcombinatie om hun inkoopkosten te drukken.

## Kerngegevens

Aantal winkels: **9.250**

Aantal werknemers: **46.000**

Gemiddelde winkelvloeroppervlakte: **710 m<sup>2</sup>**

Gemiddelde winkelvloeroppervlakte  
gemengde zaken: **1.553 m<sup>2</sup>**

## Websites

[www.cbw-mitex.nl](http://www.cbw-mitex.nl)

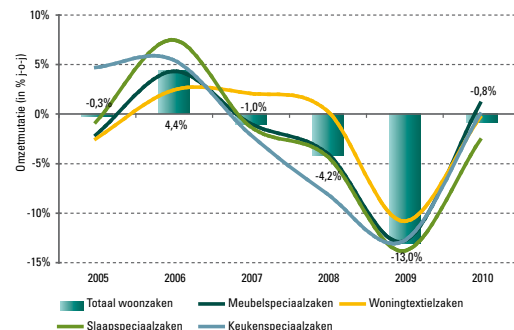
[www.meubel.nl](http://www.meubel.nl)

**ABN AMRO omzetverwachting 2011: 0%**

## Omzetontwikkeling

Bron: CBW-Mitex

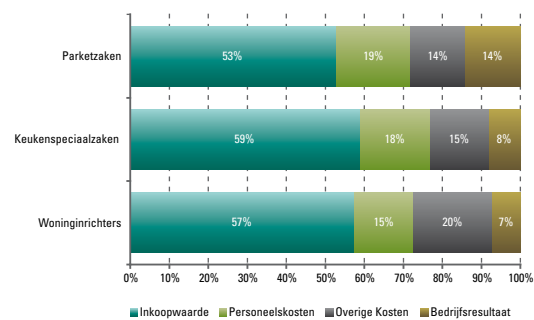
- ▶ Voor het vierde jaar op rij daalde in 2010 de omzet van woonwinkels. De omzetzak bleef beperkt tot 0,8%. Meubelspecialzaken konden als enige segment in 2010 een omzetplus laten zien.
- ▶ Woningtextielzaken zijn relatief minder gevoelig voor de conjunctuur en de woningmarkt.
- ▶ ABN AMRO verwacht dat er in 2011 nog geen ruimte is voor omzetgroei in de woonbranche, doordat het aantal huizentransacties op een laag niveau blijft.



## Exploitatiebeeld

Bron: CBW-Mitex

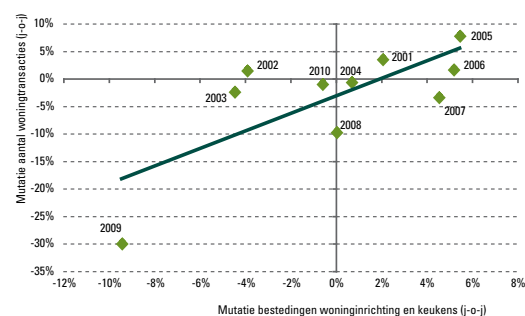
- ▶ Woninginrichters bestaan uit meubel-, slaap-, woningtextiel- en gemengde zaken
- ▶ De ondernemers in de woonbranche zijn als gebruiker van veel winkelvloeroppervlakte relatief veel geld kwijt aan huisvesting. De huisvestingskosten variëren van 5 tot 9% van de omzet.
- ▶ Met een omzet van 952 EUR per m<sup>2</sup> is de vloerproductiviteit van woninginrichtingwinkels relatief laag.



## Relatie woonbranche en huizenmarkt

Bron: CBS, CBW-Mitex, ABN AMRO Sector Research

- ▶ In de grafiek staan de combinaties van de mutaties in het aantal huizentransacties en de mutaties in de omzet van de woonbranche voor de jaren 2001 tot 2010.
- ▶ Er is een duidelijk verband tussen de twee variabelen zichtbaar. Een mutatie in het aantal woningtransacties gaat doorgaans samen met een mutatie in dezelfde richting in de woonbranche.



## Ontwikkeling consumentenbestedingen

Bron: CBW-Mitex

- ▶ Van 2008 tot 2010 is de daling in de bestedingen aan keukens relatief het sterkst, ten opzichte van de andere bestedingscategorieën in de woonbranche.
- ▶ Ten opzichte van 2009 is de krimp in bestedingen in 2010 beperkt gebleven.
- ▶ In 2010 was de krimp in bestedingen het grootst voor vloerbedekking.

