

GfK Januari 2022: +89%

05-04-2022 07:00



Net als in januari 2021 zien we in 2022 een vergelijkbare lockdown. Ook nu sloten de winkels half december, en waren de bouwmarkten dus gedeeltelijk dicht. Verschil met 2021 is dat er nu ervaring is met click & collect. De websites van de bouwmarkten zijn weer een belangrijke verkoopplaats geworden.

Waar we in januari 2021 zagen dat de bouwmarkten het moeilijk hadden en een deel van de omzet werd overgenomen door andere verkoopkanalen, met name online, zien we nu dat de omzet veel beter overeenkomt

blijft. In 2019 zagen we in januari een omzet van € 265 mln. In januari 2020, een paar maanden voor de coronacrisis begon, kwam de omzet op € 281 mln uit. In 2021 met de lockdown, was er bijna een halvering van de omzet (€ 148 mln). Ten opzichte van 2021 zien we nu een heel ander beeld. De omzetdaling van vorig jaar, zien we nu niet terug, maar met een groei van 89% ten opzichte van 2021 komen we met 279 mln weer op het niveau van 2020. Natuurlijk verstoorde de lockdown het beeld en is het moeilijk om hier conclusies uit te trekken, nu het jaar pas is begonnen.

Gereedschap

In januari 2021 was de totale omzet van gereedschap nog maar 1/3e van de omzet van 2020. Januari 2020 zaten we op een top maand in een top jaar met een omzet van € 22,7 mln voor gereedschap. Met de lockdown zijn we nu met € 19 mln op gelijk niveau met 2019. Dus ook voor gereedschap zien we dat januari 2022 weinig te lijden heeft gehad onder de lockdown.

Elektrisch gereedschap

Elektrisch gereedschap doet het ook beter met een omzet gelijk aan 2019. Vergeleken met 2021 zien we meer dan een verdubbeling, maar vergeleken met 2020 een daling van -6%. Een groot segment als boormachines bleef in januari 2021 nog wat achter bij het totaal van elektrisch gereedschap, maar is in 2022 sterk gegroeid en wel goed voor bijna 30% van de totale omzet van elektrisch gereedschap. Ook hier meer dan een verdubbeling ten opzichte van 2021, maar -17% vergeleken met 2020.

Schuurmachines, zaagmachines en haakse slijpers doen het beter dan 2020. Haakse slijpers haalt de hoogste omzet voor januari van de laatste 4 jaar voor een januari maand. Vorig jaar ging de omzet sterk omlaag in januari, nu zelfs +3% ten opzichte van 2020. Schuurmachines zien we nog meer omhooggaan, met bijna +9% vergeleken met 2020 en een omzet die ruim boven de andere jaren uitsteekt. Ook voor zaagmachines is dit het geval.

Hand- en elektrisch meetgereedschap

Handgereedschap was één van de segmenten die met de lockdown van januari 2021 harder omlaagging dan het gemiddelde van de bouwmarkt. Een daling van -77%. Daar staat nu een stijging van +245% tegenover. Dat in perspectief zettend betekent dit een omzet van € 6 mln ten opzichte van € 1,75 mln in 2021 en € 7,5 mln in 2020, waar we dus nog wel onder zitten. Maar 2022 is wel min of meer gelijk aan de omzet van 2019.

Elektrisch meetgereedschap is een relatief veel kleiner segment in de bouwmarkt, en stijgt ten opzichte van 2021 met +147%, daarmee blijven we achter bij de omzet van zowel 2020 als 2019. Dit geldt zowel voor leidingzoekers, waterpassen als afstandmeters.

Elektra

De assortimentsgroep elektra is met € 34 mln omzet in januari toch een behoorlijk segment. Onder deze groep verstaan we batterijen, elektrische beveiliging, lampen, armaturen en schakel- en installatiemateriaal. Ook dit segment liet een daling zien van -65% in januari 2021 ten opzichte van 2020 en kwam daarmee in januari 2021 op € 13 mln. Met de stijging van 2022 (+159%) komen we dit jaar januari veel hoger uit, maar nog wel iets lager dan januari 2020 en 2019. Dit beeld was vergelijkbaar voor lampen en armaturen. Hierbij mogen we met lampen natuurlijk ook tijdens een lockdown meer concurrentie verwachten van de supermarkten en online spelers die deze producten ook in het assortiment hebben en wel gewoon open mochten zijn. Schakel- en installatiemateriaal deed het relatief beter, wel onder januari 2020, maar ruim boven de omzet van januari

2019.

Hogedrukreinigers

Waar we in januari misschien nog niet bezig zijn met de groene aanslag of onze focus hebben op de tuin, kunnen we oprecht nog spreken van het laagseizoen. Toch zagen we dat van januari 2019 de omzet naar 2020 destijds was verdubbeld. Natuurlijk ook met de lockdown van begin 2021, zakte de omzet sterk terug tot bijna de helft van 2019, maar met januari 2022 zitten we bijna weer op het niveau van 2020. Om het in perspectief te zetten, januari maakte in 2020 maar zo'n 3% van de jaaromzet uit, maar we kunnen spreken van een goede start.

Bouwmaterialen

De omzet van bouwmaterialen liep niet heel sterk terug in januari 2021, vergeleken met de andere assortimentsgroepen. Januari 2022 is zelfs hoger dan de drie voorgaande jaren met een groei van 76%. Dit zien we in de breedte terug bij zowel dakbedekking, isolatiemateriaal, mortels, als de overige bouwmaterialen.

Samengevat

Hoewel we in januari zijn begonnen met een lockdown, zien we een hele andere omzetontwikkeling dan vorig jaar. De winkels zijn onderhand weer gewoon open, maar met een steeds hogere inflatie en de situatie in de wereld zullen we opnieuw moeten afwachten hoe de dhz-retail zich dit jaar gaat ontwikkelen.

- TOTAAL -16,4% (2019: +3,3%)
- VERF -24% (2019: +7%)
- HOUTBESCHERMING/BEITSEN -29% (2019: +12%)
- MUURVERF -19% (2019: +7%)
- GEREEDSCHAP +162% (2020: -17%)
- ELEKTRISCH GEREEDSCHAP +116% (2020: -6%)
- BOORMACHINES +122% (2020: -17%)
- ZAAGMACHINES +87% (2020: +3%)
- HANDGEREEDSCHAP +245% (2020: -19%)
- ELEKTRISCH MEETGEREEDSCHAP +147% (2020: -14%)
- ELEKTRA +159% (2020: -9%)
- BOUWMATERIALEN +76% (2020: +25%)

GfK's DIY Recap

Wat moet je weten als je naar deze cijfers kijkt? Op basis van de kassa-aanslag vormt zich een hard cijfer van het totaal aan omzet; GfK rapporteert consumentenwaarde incl. B.T.W. Het dhz universum van de GfK rapportage omvat de bouwmarkten Bauhaus, Formido (t/m 2019), Gamma, Hornbach, Hubo, Karwei, Kluswijs, Multimate en Praxis.

De grote variëteit van producten in de dhz-retail is op een inzichtelijke manier gegroepeerd in een 7-tal hoofdgroepen en een restgroep. Voor absolute cijfers en diepere inzichten op basis van de retailtracking, ook in uw productgroep, verwijzen we naar GfK. Zie <http://www.gfk.com/nl/>