

GfK Juni: -8%

03-09-2021 11:02



Het eerste kwartaal hebben we met de lockdown een veel lagere omzet gezien in 2021 dan in 2020. Ook ten opzichte van 2019 is de omzet achtergebleven. Nu het tweede kwartaal alweer een tijdje is afgerond, is het interessant te zien of de markt zich enigszins herstelt en waar we staan na het eerste halfjaar.

Q1 en Q2: -40% en -14%

Het eerste kwartaal van 2021 liep de omzet terug met -40%, met de beperkte mogelijkheden voor het openen van de winkels, was dit geen grote verrassing. Echter, het tweede kwartaal heeft deze daling niet kunnen compenseren. Ook in het tweede kwartaal daalt de markt ten opzichte van 2020 met -14%. Daarmee komt het eerste halfjaar nu -24% lager uit dan in 2020. De verschillen met 2020 liggen niet alleen in de lockdown van het eerste kwartaal, maar ook in de onzekerheid die er vorig jaar was. Veel mensen stelden hun vakanties nog even uit of bleven in Nederland en er was een sterke trend in doe het zelf activiteiten in en rond het huis. Dit liet zich terugzien in de groeicijfers van 2020. Daarnaast hadden we een heel droog, rustig en zonnig voorjaar waardoor met name het tuinassortiment het goed deed. Dit jaar zien we dit niet terug, we hebben een heel ander voorjaar en misschien is het ook niet eerlijk om het alleen met 2020 te vergelijken.

-5% in vergelijking met H1 2019

Maken we de vergelijking met 2019, dan zien we uiteraard voor het eerste kwartaal nog steeds een sterke daling (-31%). Echter het tweede kwartaal komt er nu wel positief uit, met een groei van +16%. Over het eerste halfjaar, vergeleken met 2019, maakt dat nog niet het verlies van het eerste kwartaal goed, maar blijft de daling t.o.v. 2019 beperkt tot -5%.

Tuin

De totale tuinomzet blijft over het eerste halfjaar -20% achter bij 2020. Vergeleken met 2019 zien we wel een groei van +6%. Vorig jaar zat de groei heel sterk in de tuinbewatering, hogedrukreinigers, maar ook in tuinmeubilair. Deze segmenten laten nu ten opzichte van 2020 een sterke daling zien. Tuinbewatering -37%, hogedrukreinigers -32% en tuinmeubilair -21%. Vergelijken we met 2019, dan zien we minder teruggang of toch nog groei. Tuinbewatering -4%, hogedrukreinigers +9% en tuinmeubilair -10%. In de maand juni zien we t.o.v. 2020 al wel een groei bij tuinbewatering +3% en hogedrukreinigers +9%.

Groepen die het ook nog steeds relatief goed doen, zijn bijvoorbeeld tuinbenodigdheden incl. BBQ, die vergeleken met het eerste halfjaar 2019 met +47% groeit. Ten opzichte van het topjaar 2020 blijft de daling beperkt tot -14%. Tuinhuizen en blokhutten, +65% t.o.v. 2019 en +2% t.o.v. vorig jaar, doet het ook nog steeds goed. Elektrisch tuingereedschap bleef vorig jaar wat achter in het eerste halfjaar, daarmee zien we dat de groei t.o.v. 2019 nu op +2% uitkomt, vergeleken met vorig jaar een beperkte daling van -2%. Hierbij laat de laatste maand wel een sterke groei van +38% zien.

Verf

Verf liet net als tuin vorig jaar (2020) een heel sterk voorjaar zien. Er is massaal geschilderd en dan is het ook niet gek dat we nu in 2021 een lagere omzet noteren. Ondanks de verwachte daling, blijft de omzet nog goed overeind. In het eerste halfjaar van 2021 daalde de omzet met -30%, maar dat is nog altijd bijna 6% hoger dan in 2019. Zelfs in een groep als houtbescherming, waar 2021 met -36% daalt t.o.v. 2020, is de 2021 omzet nog altijd +15% hoger dan 2019. In de sterk groeiende segmenten in 2020: dekkende beitsen en transparante beits is de omzet in 2021 nog altijd respectievelijk € 1,8 mln en € 1,7 mln hoger dan in 2019.

Ook de maand juni laat voor de totale verfgroep een daling zien t.o.v. 2020 van -21% en een groei van +17% t.o.v. 2019. De muurverven zien we ook teruglopen over het eerste halfjaar, waar een daling te zien is van -23%. Vergeleken met 2019 laat de omzet nog wel een +4% groei zien. Mogelijk dat het teruglopen van de huizenverkopen hier ook nog een effect op heeft gehad.

Sanitair

In het eerste halfjaar blijft het sanitairchap met -26% achter bij 2020. Ook in de maand juni is de omzet -8% lager dan vorig jaar. Waar de tuingroepen en verf vorig jaar al snel de lucht in schoten heeft het met sanitair vorig jaar langer geduurd, voor we groei zagen. Daarmee blijft ook de halfjaar groei ten opzichte van 2019 achter met -16%. Deze trend zien we over de hele linie in sanitair terugkomen.

Bouwmaterialen

In het eerste halfjaar van 2020 groeide de omzet van bouwmaterialen met bijna 22 miljoen. Nu in 2021 halen we deze omzet niet, maar zitten we nog altijd bijna 8 miljoen boven 2019. Daarmee groeien we ten opzichte van 2019 met +12%, maar zitten we -17% onder 2020. Alleen voor de maand juni blijven we slechts -2% achter vergeleken met vorig jaar, maar zitten we wel +38% hoger dan 2019. Deze trend zien we in meer of mindere maten terug bij de onderliggende segmenten als mortels, isolatiemateriaal en dakbedekking.

Samengevat

Terugkijkend op het eerste halfjaar kan je zeggen dat we het eerste kwartaal niet goed hebben kunnen maken, wat ook gezien de omstandigheden niet mogelijk was. Gesloten winkels, en een heel sterk tweede kwartaal in 2020. Het tweede kwartaal van 2021 was dan wel minder dan die van 2020, maar nog altijd aanzienlijk beter dan het jaar daarvoor. Je ziet dus wel dat de consument opnieuw naar de bouwmarkt is gegaan, en als we niet opnieuw tegen winkelssluitingen aanlopen, kunnen we de daling in de tweede helft van het jaar mogelijk nog wat afvlakken.

Groeiërs / Dalers 1e halfjaar

TOTAAL

-24% (2019: -5%)

TUIN

-20% (2019: +6%)

VERF

-30% (2019: +6%)

HOUTBESCHERMING/BEITSEN

-36% (2019: +15%)

MUURVERF

- 23% (2019: +4%)

TUINBEWATERING:

-37% (2019: -4%)

HOGEDRUKREINIGERS

-32% (2019: +9%)

TUINMEUBILAIR

-21% (2019: -10%)

TUINBENODIGDHEDEN INCL BBQ

-14% (2019: +47%)

BOUWMATERIALEN

-17% (2019: +12%)

SANITAIR

-26% (2019: -16%)

MAAND JUNI TOTAAL GROEI/DALING

-8% (2019: +18%)

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/>

[MIXplus-abonnee's hebben toegang tot deze GfK-data via www.mixonline.nl/marktcijfers](http://www.mixonline.nl/marktcijfers)

Redactie