

Doehetzelf-retailers positief over 2022

23-11-2022 14:21



2022
NOG GOED

We vroegen een aantal vooraanstaande doehetzelf-retailers (bouwmarkten en verf- en woonwinkels) om een update over 2022. Zij zien wel dalende volumes, maar een gelijkblijvend bonbedrag. Al met al zijn ze behoorlijk positief over het verloop van dit jaar.

Dubbele cijfers

Bij [Hornbach](#) ziet Evert de Goede op dit moment een mooie omzetplus met dubbele cijfers. “Natuurlijk is deze plus mede gevoed door de inflatie maar bovenal door stijgende klant-aantallen in onze vestigingen. Ook is de gemiddelde bon die tijdens Corona is gestegen op hetzelfde niveau gebleven.”

Onvoorspelbare schommelingen

[Praxis](#) deelt nooit concrete cijfers, dus waar de omzet over 2022 op uitkomt, blijft gissen voor MIX. Directeur Corine Duchenne meldt wel dat september voor Praxis een goede maand was. “Volume valt in bepaalde categorieën wel al terug maar wij zien dat gecompenseerd door veel heating-producten, pelletkachels,

isolatiematerialen enzovoort.” Hoeveel het volume precies daalt, wil Duchenne niet kwijt, maar ze ziet het bonbedrag in ieder geval niet dalen.

Ook marktaandeel noemt Duchenne niet. [MIX kent de marktaandelen van Hornbach en die van Gamma en Karwei](#), waardoor Praxis – met Hubo, KlusWijs en Bauhaus samen – op zo’n 35% van de markt uitkomt. Duchenne wil daar niets over zeggen, behalve dan dat het aandeel van Praxis over 2022 ongeveer gelijk zal blijven.

Mist in de glazen bol

Als [Bauhaus](#)-directeur Herwin Oost naar de cijfers van 2022 kijkt, overheerst tevredenheid. “In 2020, 2021 en 2022 was het moeilijk budgetteren en ook voor 2023 hangt er mist in de glazen bol. Maar over 2022 zijn we zeker tevreden. Het eerste halfjaar zat de groei er goed in, mede vanwege de lockdown in 2021. Maar in de tweede helft van het jaar moesten de schouders er goed onder. Volume staan onder druk, prijzen staan onder druk, al biedt dat omzetsstabilisatie bij licht afnemende volumes als je de prijsverhogingen door kunt voeren.” Hij ziet dat het marktaandeel van Bauhaus in Nederland positief begint toe te nemen, al noemt hij geen expliciete cijfers.

Volumedaling en prijsstijgingen

Als Hans Hortensius de [KlusWijs](#)-cijfers op een rijtje zet, kan hij op twee manieren rekenen. Het jaar 2020 zorgde voor een explosieve groei van 32%, 2021 gaf een daling van 9% en 2022 een stabilisering. “Als je er anders naar kijkt en 2019 als uitgangspunt neemt, zie je een groei van 5% jaar-op-jaar”, zegt hij. Aan de andere kant ziet hij in 2022 ook het volume teruglopen. Hij kan dat niet helemaal uit de cijfers destilleren, maar schat de afzetdaling op 15%. “Die wordt wel grotendeels gecompenseerd door prijsverhogingen.” De daling van volume ziet hij vooral in de daling van het aantal klanten, die dan per klant wel iets meer besteden. “In die kassabon spelen de prijsverhogingen natuurlijk mee. En zo halen we net-aan een index van 100.”

Meerverkopen per klant

Op dit moment ziet Mark Brouwer bij de woon- en verf-formules van [Comafin](#) een omzetsstijging van 19,9%. Daarbij plussen alle productgroepen, behalve verf. Een procent of 8% van prijsstijgingen speelt een rol in de omzetsstijging van bijna 20%, schat Brouwer. “We zitten nu volle bak op meerverkopen per klant, op duurdere producten op meer toegevoegde waarde. We zien iets minder klanten sinds de zomer maar duidelijk meer klanten met grotere projecten. Dus naast de klanten met € 3.000, € 4.000 en € 5.000-orders, ook heel veel projecten van € 15.000 of meer. Neem de raambekleding, daar ligt de focus helemaal op elektrisch, doen we amper nog iets conventioneels.”

Volle portefeuilles

Bij [Decorette](#) maakten de cijfers over augustus en september Angela van Dongen wel een beetje ongerust. “Ik dacht toen, er komt wel een dipje aan. Maar inmiddels zijn de cijfers weer gekeerd. We hebben regio-avonden achter de rug en alle ondernemers hebben het lekker druk in de winkels en hebben volle orderportefeuilles. Dus ik ben er weer gerust op.” Voor 2022 verwacht Van Dongen uit te komen op een index van 102. Dat is inclusief prijsverhogingen van circa 12%.

Minder klanten, meer bestedingen

Rob van Prooijen van [Concepts & Companies](#) ziet een grote omzetsstijging in alle productgroepen. En al kan hij

de prijsstijgingen niet precies uit de cijfers filteren, op zijn gevoel schat hij +15% prijs en +10% omzet. “In volume – of stuks – gaan we per saldo dus achteruit. En dat is niet goed.” Als hij vanuit zijn contact met de winkels inzoomt op de cijfers ziet hij dat de zomer flauw was. Na de zomer trok het weer aan, al ziet hij nog altijd minder klanten dan in eerdere jaren. Maar de klanten die de winkels bezoeken, besteden wel meer, merkt Van Prooijen.

“Nog goed genoeg”

Willie Dekens spreekt vooral voor het doehetzelf-gedeelte van [Nicovij](#), niet voor het profgedeelte van zijn leden. Voor die doehetzelf-leden ziet hij nog steeds een kleine plus in de omzet in 2022 ten opzichte van 2021. “Nog steeds goed genoeg hoor”, zegt hij. “Zeker goed als je vergelijkt met 2019.” Wat Dekens betreft komen we uit bizarre tijden en komen er nog bizarre tijden aan. Hij noemt 8 tot 9% aan prijsstijgingen in 2022 en afnemend volume. Vooral door iets lagere klantaantallen, want de klanten die er zijn, besteden wel meer. Dat hoort hij van veel van zijn ondernemers.

Dit is een passage uit [een uitgebreide rondvraag onder een aantal toonaangevende DHZ-retailers](#). Het complete artikel lees je in [MIX 2022-6](#).

MIX-abonnee's kunnen [een complete excel met GfK-omzetstatistieken uit de DIY Recap](#) downloaden in de rubriek [Marktcijfers](#)

Redactie