

Consument geeft meer uit, merkt de winkelier dat ook?

Isabel Baneke

Goed nieuws voor winkeliers. Na jaren van crisis, bezuinigingen en faillissementen lijken de verkeerslichten weer op groen gesprongen. Consumenten halen de hand langzaam van de knip. Volgens onderzoeksbureau Markit trekt de economische groei in de eurozone deze maand aan tot het hoogste niveau in zeven maanden.

De consument geeft elke maand weer iets meer uit. Het CBS meldde gisteren dat er in december 0,5 procent meer besteed is aan goederen en diensten dan in december 2013. Het is de derde maand op rij dat de Nederlandse consumptie toenam.

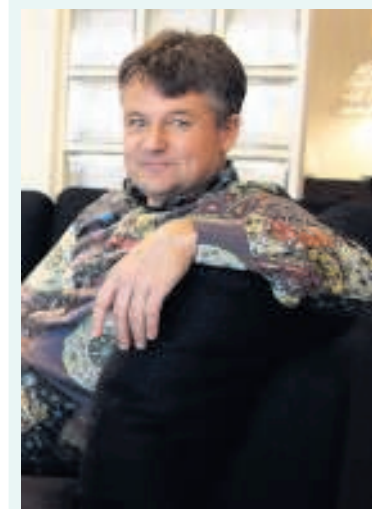
Die positieve stemming is ook terug te vinden bij de detailhandel. Voor het eerste sinds het begin van de economische crisis in 2008 zijn de verkopen in 2014 weer gegroeid. Vooral winkels in consumentenelektronica, drogisterijen en doe-het-zelfzaken zagen zowel de omzet als de afzet stijgen.

Bouwmarkten hadden het lange tijd zwaar. Nu merken de winkeliers dat de vraag weer omhoog gaat. Vorig jaar verkochten de Gamma's en Karwei's van Nederland eindelijk weer meer gereedschap, behang en bouwhout.

Trouw stelde aan vijf winkeliers de vraag of zij het economische klimaat ook zo positief ervaren.



'Wat ze ook zeggen: de huizenmarkt ligt nog steeds op zijn gat'



Kees Meijer
Morethanhip.nl
Webwinkel voor mode- en woonaccessoires

"Ook tijdens de economische crisis groeide de online markt, hetzij minder hard dan daarvoor. Morethanhip is meegegroeid. Ik merk wel dat de consument heel terughoudend was. Mensen wilden niet kopen, maar geld opzij zetten. "De bedragen die in de webshop werden uitgegeven slonken. Goedkopere artikelen gingen hard, duurdere dingen verkochten moeilijker. Maar nu lijkt er sprake van een omwenteling. De orderbedragen groeien, en ook het aantal orders stijgt. "Met Kerst en sinterklaas, wanneer er cadeautjes zoals tassen, sieraden en woonaccessoires in de webshop worden gekocht, ging het als een speer. We hebben een goede jaarafsluiting gehad. "Die groei lijkt zich ook dit jaar voort te zetten. Mensen durven weer, en kopen meer en meer online. Maar ook de 'stenen winkels' merken dat het beter gaat. Naast de webshop importeren en verkopen we ook artikelen aan winkels, en die orders worden langzaam groter. Het vertrouwen komt terug."



Mark van Til
Van Til Interieur
Alkmaar

"Ik heb geen glazen bol voor de toekomst, maar het gaat absoluut beter in de wooninrichtingbranche. Ik heb niks te klagen. De afgelopen maanden is de vraag in een stroomversnelling beland. De crisis was wel een probleem. Als de woningmarkt op één oor ligt, worden er bijvoorbeeld ook minder slaapkamers verkocht. Na een absoluut dieptepunt in 2012, zag je in 2013 een kentering. Nu het weer kan, vindt men het de hoogste tijd voor nieuwe, eigentijdse meubels. Het lijkt wel een inhaalmoment. En omdat ik tijdens de crisis actief ben gebleven, pluk ik nu de vruchten van de stijgende vraag. "Ook is er minder concurrentie. Veel collega's zijn verdwenen. Van Til Interieur heeft een stevige financiële basis en eigen panden. Dit jaar bestaan we 111 jaar, de vijfde generatie dient zich alweer aan in ons familiebedrijf."

'We hadden meer aanbiedingen en simpele producten, die verkopen goed'



Linda Groothuis
Kado Drogist Linda
Enschede

"Vooral in 2012 was het moeilijk. Nu zijn er wat lichtpuntjes. Hele kleine lichtpuntjes. Het zal nog wel even duren totdat de markt weer volledig aantrekt. "Eind vorig jaar durfden mensen weer wat meer te besteden. Die ontwikkeling lijkt zich door te zetten. Aan de andere kant is het nu winter, een goede periode voor de drogist. Momenteel is er bijvoorbeeld een enorme griepgolf in Nederland. Dat vind ik heel vervelend voor zieke mensen, maar financieel gezien is die griep voordelig voor mij. "Het is dus ook moeilijk te zeggen of de huidige boost veroorzaakt wordt door het economisch herstel of door deze situatie. Ik denk sowieso dat de grote ketens een flink effect hebben gehad op de landelijke positieve cijfers voor de detailhandel. Die pompen momenteel volume in de markt."

'De griepgolf is vervelend voor velen, maar niet voor ons'

Rien Bezooijen
Slagerij Rien Bezooijen
Rotterdam

"De slagerij is goed door de crisis heengekomen. Je moet opletten en inspelen op de markt. We hebben bewust het assortiment aangepast. Meer aanbiedingen en simpele producten, want die verkopen goed. Zo wordt er bijvoorbeeld meer gehakt gekocht. Ook startten we een bezorgdienst en hebben we een triobeleg geïntroduceerd: drie soorten vlees voor één prijs. Die deal is heel populair. Aan de andere kant blijven we ons ook focussen op de luxeproducten. Klanten noemen ons ook wel de 'vleesjuwelier'. "Ik heb het gevoel dat de markt weer wat aantrekt, maar die groei is nog niet zichtbaar. In onze branche heeft dat met meer invloeden dan alleen de crisis te maken. Eetpatronen veranderen, jongeren gaan minder snel naar de slager, en ook is er wat extra concurrentie, zoals bijvoorbeeld die 'gezonde' hamburgertenten bij de nieuwe Markthallen in Rotterdam."

Tim Brouwer de Koning
Brouwer de Koning
Doe-Het-Zelf in Breda

"Vroeger was de doe-het-zelf-sector de beste markt die er bestond. Op dit moment is het de slechtste. Wat er ook beweerd wordt, de huizenmarkt ligt nog steeds op z'n gat. Er worden geen huizen verkocht, geen huizen gehuurd: mensen bewegen niet meer. En hebben dus ook geen nieuwe vloerbedekking of gordijnen nodig. Bovendien is internet niet leuk voor de winkeliers. De markt is ziek. Dat tij moet keren. "Er zijn te veel aanbieders van doe-het-zelf. Ik doe veel hang- en meetwerk. Die service kunnen de grote bouwmarkten niet invullen. Ik ben niet optimistisch over de toekomst. In de kranten zeggen ze dat het beter gaat, maar ik denk dat we het nog maar even moeten afwachten. Alles is fragiel. Het duurt nog zeker vijf jaar voordat het opkrabbelen van de economie doordruppelt naar de detailhandel."

