

Ook in 2012 een negatieve omzetontwikkeling voor de Doe het zelf bouwbranche.

Verbetering woningmarkt is essentieel voor fundamenteel herstel

Branchevreemde aanbieders vormen bedreiging via online kanaal



Doe het zelf bouwbranche.

Omzet totale branche:	EUR 3.880 mln
waarvan bouwmarkten	EUR 2.844 mln
waarvan vbs:	EUR 416 mln
waarvan ijzerwaren:	EUR 309 mln
waarvan breedpakket:	EUR 311 mln

Totaal aantal winkels: **2.420**

De onderlinge concurrentie strijd op het internet wordt heviger dan ooit tevoren. De revolutie is 12 jaar geleden aangekondigd en wordt nu realiteit. Wat zijn de mogelijkheden voor de bouwbranche?

- Hoe positioneer ik mijn organisatie in de digitale wereld?
- Hoe blijf ik op de hoogte van de nieuwste trends en ontwikkelingen binnen mijn branche?
- Hoe ga ik online de dialoog aan met mijn klanten?
- Welke middelen passen het best bij de boodschap en identiteit van mijn organisatie?

Trend innovatie en ontwikkeling.

Het grootste probleem van de doe het zelf-branche vormen de jaar op jaar dalende volumes. De branche heeft dit altijd proberen te compenseren door steeds meer branchevreemde producten aan te bieden. De grote bouwmarkten zijn megastores geworden die alles bieden op het gebied van van doe-het-zelf, tuin, wonen en recreatie; vaak in de ruimste zin van het woord.

Prijsverhogingen in de afgelopen jaren hebben er voor gezorgd dat de omzetten niet verder zijn gezakt. Parallel met de daling van het volume, loopt ieder jaar het aantal verkooppunten van dhz-artikelen terug. Over de laatste 15 jaar bedroeg de daling bijna 25%. Daarentegen is er ook een tegengestelde beweging gaande: het totaal aantal meters vloeroppervlakte is flink gestegen. De langetermijntrend naar schaalvergroting heeft er voor gezorgd dat een gemiddelde bouwmarkt tegenwoordig ruim 2.800 m² beslaat, tegen 2.300 m² in 2005. Ook is in diezelfde periode het aantal bouwmarkten met een verkoopvloeroppervlakte van meer dan 5.000 m² met 45% gestegen.

Een afname van het aantal verkooppunten speelt vooral in de segmenten verf- en behangspeciaalzaken en ijzerwaren. Daar verdwijnen de niet-gebonden zelfstandige ondernemers. Zij hebben vaak opvolgingsproblemen, waardoor aansluiting zoeken bij een gespecialiseerde keten veelal geen optie is. Maar soms is dit de reddingsboei om te overleven. De verkoopkracht kan toenemen en er kan scherper worden ingekocht.

Inhoud

Trend innovatie en ontwikkeling.	1
Visie.....	2
Omzetsdaling branchebreed probleem.....	3
Verband tussen woningtransacties en volume.....	3
Woning kwart goedkoper dan voor crisis – juni verkoopstijging 70%	4
Ketens en aantal vestigingen nog geen status-quo.....	4
B2B Revolutie in de bouwketen	5
De inkoop als schakel bij ketensamenwerking.....	5

Visie



De dhz-branche heeft de bodem van het dal nog niet bereikt. Naar verwachting zal het aantal woningtransacties in 2012 verder dalen naar 110.000 (-8%). De dhz-branche gaat dit voelen. Duurzaam herstel komt pas als de woningmarkt aantrekt. De klant ziet nauwelijks onderscheid tussen de verschillende dhz-ketens. Beleving, specialisatie, service en advies kunnen onderscheidende factoren zijn, maar meer nog lijkt klantenbinding mogelijk door een goede crosschannelstrategie.

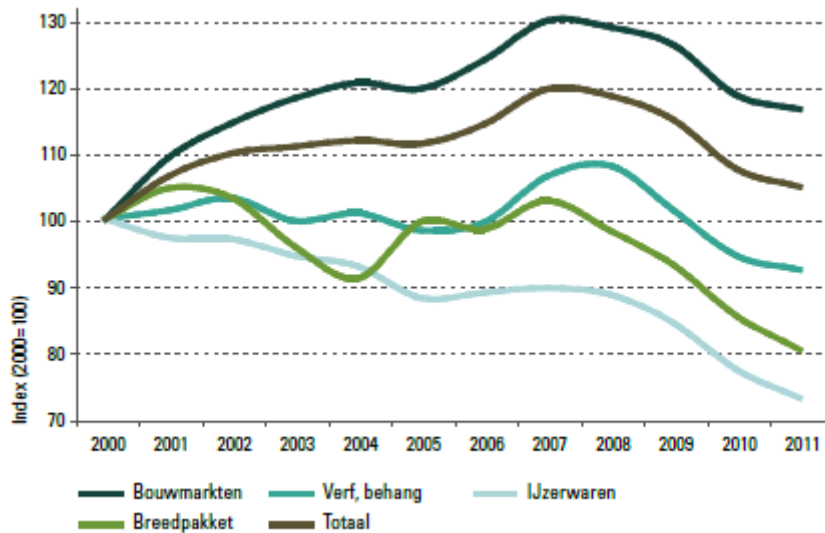
In de dhz-branche staat online kopen nog in de kinderschoenen. Driekwart van de klanten koopt uitsluitend in fysieke winkels en slechts 12% van de artikelen wordt via internet verkocht.

Daar waar de branche kansen onbenut laat, melden zich branchevreemde aanbidders en treedt ketenvervaging op door fabrikanten en groothandels die online activiteiten ontplooiën. Een inhaalslag is nodig. De kracht van de branche is deskundig advies, de directe beschikbaarheid van het product en de mogelijkheid een product ter plekke te kunnen beoordelen.

De sleutel tot succes is een crosschannel business-model dat deze sterke punten combineert met het optimaliseren van logistieke processen. De klant wil namelijk alles; zowel on- als offline oriënteren en kopen als producten naar wens meenemen, afhalen of laten bezorgen. Dit stelt hoge en andere eisen aan inkoop en voorraadbeheersing. Verdienmodellen moeten veranderen en de fysieke winkel gaat er anders uit zien.

Omzetzaling branchebreed probleem

In 2011 daalde voor het vierde jaar op rij de omzet in de dhz-branche. In 2011 bedroeg de daling 2,5%. In de periode 2008-2011 is de omzet volgens GfK data met 12,5% gedaald.

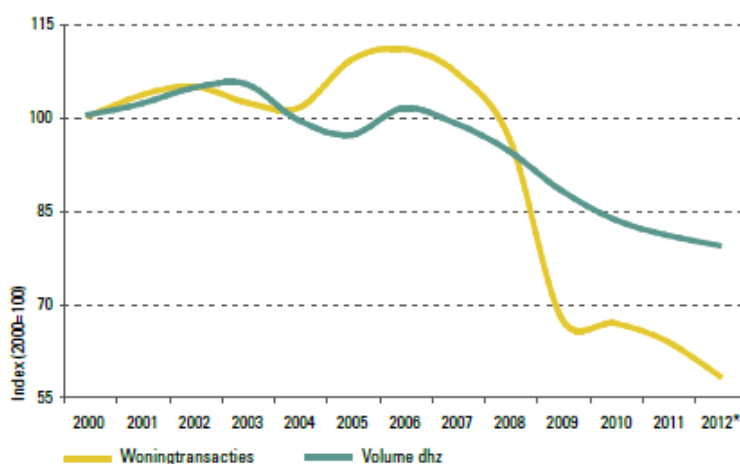


De hardste klappen vielen in 2011 bij de breedpakket- en ijzer-warenzaken, met een omzetzaling van respectievelijk 5,5 en 5,9%. Bij de bouwmarkten bleef de daling beperkt tot 1,8%.

Het winnen van marktaandeel door bouwmarkten ten koste van specialzaken, is in 2011 gestagneerd.

Verband tussen woningtransacties en volume

Tussen de ontwikkeling van de woningmarkt en de volumeomzet in de dhz-branche bestaat een duidelijk verband.



Sinds 2006 is de volumeomzet in de dhz-branche met 18% gedaald. Het aantal woningtransacties lag in 2011 42% lager dan in 2006.

Een afname van het aantal verhuizingen leidt tot lagere dhz-volumes. Maar dit verband is niet één op één. Uitstel van verhuizen, of zelfs afstel, zorgt ook voor verbouw en onderhoud aan bestaande huisvesting.

Woning kwart goedkoper dan voor crisis – juni verkoopstijging 70%

Amersfoort– woensdag 25 juli 2012

Het kopen van een bestaande woning is een kwart goedkoper geworden dan voor de schulden crisis. Dit blijkt woensdag 25 juli 2012 uit cijfers van het Kadaster en CBS. In het onderzoek zijn de koopcijfers van de eerste vijf maanden van 2012 vergeleken met die van 2008, toen de crisis nog moest losbarsten. In 2008 betaalden kopers gemiddeld 255.000 euro voor hun koopwoning. In de eerste vijf maanden van 2012 is de gemiddelde koopsom gedaald tot 233.000 euro.

Rente

De verlaging van de overdrachtsbelasting draagt daarnaast bij aan de lagere koopprijs en ook de rente voor hypotheeklen is met gemiddeld 4,6 procent een stuk lager dan in 2008 toen er 5,3 procent moest worden betaald. Als er ook nog met inflatie rekening wordt gehouden dan is het kopen van een woning nu zelfs 29 procent goedkoper dan in 2008.

70 % meer woningen verkocht.

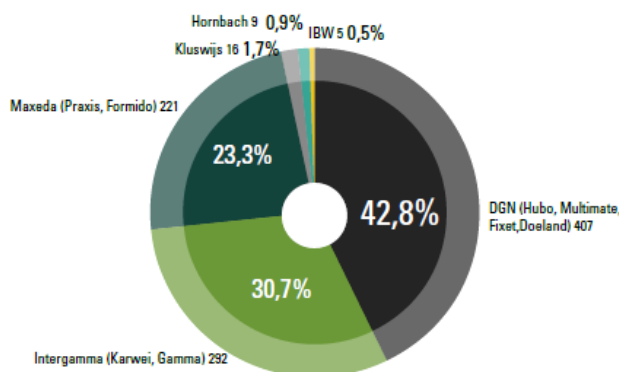
De verkoop van woningen is in de maand juni met bijna 70 procent omhooggeschoten tot 16.210 stuks vergeleken met dezelfde maand vorig jaar, blijkt uit de cijfers van het Kadaster. Vergeleken met de voorgaande maand wisselden er 59,2 procent meer woningen van eigenaar. Het Kadaster noemt als mogelijke verklaring voor de sprong in de verkopen de verhoging van de overdrachtsbelasting die werd gevreesd. Over het gehele tweede kwartaal werden er dik 17 procent meer woningen verkocht. In de eerste helft van het jaar kwam de groei uit op 1,2 procent vergeleken met dezelfde periode vorig jaar.

Woningtypen

Alle woningtypen lieten een stijging zien in de verkopen vorige maand. Vrijstaande woningen stegen het hardst, met bijna een verdubbeling, appartementen het minst, met 40,6 procent. De stijging deed zich voor in alle provincies. In Noord-Brabant was de stijging het grootst (95,7 procent). De minst grote stijging deed zich voor in de provincie Friesland met 47,1 procent.

Ketens en aantal vestigingen nog geen status-quo

De ketenvorming in de dhz-detailhandel is groot. Onder de paraplu's van Maxeda, Intergamma en DGN valt 97% van alle bouwmarkten en breedpakketzaken.



Toen DGN in 2010 besloot te stoppen met de Doeland-formule, is een aantal Doeland-ondernemers een nieuwe breedpakketformule gestart: Kluswijs. Kluswijs telt inmiddels 16 ondernemingen.

Door het verdwijnen van de Doeland-formule is het aantal breedpakketzaken in 2011 met 7% gedaald.

B2B Revolutie in de bouwketen

Steeds vaker wordt er online gehandeld in bouwmaterialen. Dit zijn inkoopplatformen, marktplaatsen en een webwinkel van de gerenommeerde partijen.

In juni 2012 opende Bouwmaat, de online winkel, bestemd voor enkel geregistreerde klanten, bedrijven uit de bouwwereld.

De groothandel besteedt de fulfillment van de orders uit aan een dochterbedrijf van PostNL. Die licht toe: "Er liggen negenduizend verschillende artikelen op voorraad in het 14.500 m² warehouse in Houten.

De webwinkel is niet toegankelijk voor het algemene publiek. Het potentiële publiek moet zich eerst registreren en legitimeren voordat ze met een clicks bricks kunnen bestellen.

De inkoop als schakel bij ketensamenwerking

Ketensamenwerking en centraliseren van de inkoop.

Doelstelling: De samenwerkende aannemersbedrijven willen via ketensamenwerking voor zakelijke en particuliere opdrachtgevers vastgoed ontwikkelen, realiseren en onderhouden.

De ketenpartners willen klanten laten meedelen in de 'winst' die wordt behaald als gevolg van een innovatieve werkmethode.

Winst door snelheid

Waar slimmer werken toe leidt, de renovatie van een huis wordt teruggebracht van gemiddeld tussen de vier en zes weken naar tien dagen. 'Als iedereen zich houdt aan de afspraken en de planning en je elkaar corrigeert op kwaliteit dan werkt dat. Zo ontstaat er een win-winsituatie voor zowel de opdrachtgevers (omdat bijvoorbeeld een woningbouwcorporatie veel eerder dan gepland nieuwe huurders in de woning kan plaatsen) en de opdrachtnemer. Vooral in de snelheid schuilt de winst. En die winst moet je ook samen durven te delen.'



Wat levert het op ?

- Lagere integrale kosten (10 tot 15% -reductie faalkosten+faalopbrengsten)
- Sneller (detailleren ontwerp en realisatie 25%)
- Hogere kwaliteit (minder tot "nul" herstelpunten)
- Sterkere relatie met opdrachtgever en bouwpartners
- Voordelen voor de eindgebruiker (zoals bij energiebesparende renoveren)
- Trots en meer plezier in het werk

Wat is er veranderd?

- Niet prijs, maar het eindresultaat bepalend
- Tijdig overleg (intern en extern)
- Van Over de Muur (ODM) naar benutten kennis en kunde eigen mensen en bouwpartners
- Meer focus op het "waarom" en het eindresultaat

Het traditionele competitie model

- Prijs bepaalt onderscheidend vermogen (acquisitie en inkoop = uitgeknepen worden en uitknijpen);
- Beperkt overleg: over de muur (intern en extern)
- Hogere (faal)kosten;
- Los vaste relaties
- Matige klanttevredenheid.

Aanvullende informatie of heeft u hulp nodig bij het op juiste wijze uitvoeren van uw online-strategie? Bel of mail ons op kantoor Amersfoort.

www.makelaar-gids.nl

Resultaat en structurele verbetering: project management en interim invulling van bedrijfs-kritische functies.
Strategy & execution management: translating your strategy into reality.

Nijverheidsweg-Noord 60 - 50
3812 PM Amersfoort 06 28843396