

## Raamdecoratie is logische aanvulling op het assortiment

Branchevervaging: vbs-sector (deel 2)

**Deel twee in de reeks dossiers over branchevervaging betreft de vbs-sector. Formules als Deco Home, Decorette en Dekokay richten zich in toenemende mate op de verkoop van met name raamdecoratie/binnenzonwering. Waarom kiezen deze verfspecialisten voor de toevoeging van zonweringproducten in het assortiment? En in welke mate worden deze branchevreemde artikelen ingepast?**

Schema 1: Overzicht productgroepen vbs-ketens (zie map beelden Dossierschema)

Merken

De vbs-ketens hebben naast de private labels ook diverse merken in het assortiment. Meest genoemd zijn B&C en Luxaflex.

Incidenteel worden merken vermeld als Multosol, Verano, Sunway en Velux. Alleen Dekokay verkoopt buitenzonwering. De andere ketens richten zich uitsluitend op het interieur.

Schema 2: Binnenzonwering, omzetverdeling over afzetkanalen (zie kopie, ZVM Adresgids)

De vbs-sector heeft het de laatste jaren zwaar te verduren. De concurrentiekracht van grote bouwmarktketens en woonwarenhuizen is groot en daardoor zijn de verf en behangspecialzaken (vbs) veel marktaandeel verloren. Inmiddels hebben de vier belangrijkste vbs-ketenorganisaties, namelijk Decorette, De Detailhandel Management Groep (DMG, Deco Home, Interkleur, Verf & Wand), Dekokay en Concept & Companies (Colors@Home en Profiel Verf & Behang), nog een marktaandeel van rond de veertig procent. Het gaat daarbij om een totaal van rond de 1.200 verkooppunten. Dit aantal zal in de aankomende jaren verder slinken naar 800 à 900 verfwinkels (Bron: Karwei Management, vbs-special februari 2004).

### Breder assortiment

De directe concurrentie met de bouwmarkten dwong de directies van de grote vier vbs-ketens de afgelopen jaren tot een heroriëntatie. Een van de aandachtspunten was de aanpassing van het winkelconcept in samenhang met de samenstelling van het assortiment. Alleen verkoop van verf en behang bleek niet meer voldoende. Er werd duidelijk gekeken naar verbreding en aanvulling van het bestaande productenscala. De laatste jaren zijn er productgroepen als vloerbedekking, gordijnen en raamdecoratie/binnenzonwering al toegevoegd aan het assortiment en ingepast in de winkelformule. De meeste ketens zien dit als een logische aanvulling op het assortiment. Jeff Siero, directielid van Dekokay stelt: 'Als je alleen gefocust blijft op verf en behang, dan is het snel met je afgelopen. In de loop der jaren zijn organisaties op zoek gegaan naar verder uitbreiding volgens een heel natuurlijk proces. Zonwering is wat mij betreft niet branchevreemd. Het past heel natuurlijk bij de productgroepen verf en behang.'

Harrie Zoon, directeur van DMG, ziet raamdecoratie voornamelijk als toegevoegd assortiment: 'Ik was laatst bij een ondernemer die tegen me zei: 'Eind van dit jaar bestaat mijn omzet voor 50 procent uit woninginrichting en 50 procent verf'. Waarop ik durf te beweren dat 85 procent van zijn klanten om de verf en verfgelateerde producten komen en slechts 15 voor woninginrichting. Je moet omzet en traffic niet door elkaar halen.'

Kortom, verkoop van raamdecoratie genereert extra omzet en dus ook extra traffic. Daarnaast speelt er nog een andere, meer algemene retailontwikkeling een rol: juist door de toenemende branchevervaging ontstaat bij de consument de wens tot clustering van productgroepen. Convenience (gemak), tijd (het gebrek daaraan) en geld zijn daarbij van doorslaggevende betekenis. Gezien die ontwikkelingen is het niet verwonderlijk dat de vbs-ketens zich meer en meer profileren als totale woninginrichter (zie artikel over Decorette op pagina 42 e.v..) en het one-stop-shopping principe omarmen.

### Omvang

De grote vraag is vervolgens hoe de verschillende vbs-ketens zonweringproducten ingepast hebben in het bestaande assortiment. Zonvak Magazine heeft in samenwerking met Qudata onderzoek gedaan naar de omvang van de productgroep zonwering binnen de grote vbs-ketens. Daaruit bleek dat de verschillen redelijk groot zijn. Concepts & Companies is pas dit jaar gestart met de verkoop van raamdecoratie en heeft dus nog geen idee welke kant het op gaat. De drie andere organisaties rekenen zonwering zonder meer tot het kernassortiment.

Het gemiddelde aandeel van zonweringartikelen van het totale assortiment ligt bij DMG rond de 15 procent. Bij Decorette is de productgroep Zonwering goed voor 25 procent van de totale omzet. Bij Dekokay is een steekproef gehouden onder enkele franchisenemers en zij geven percentages aan tussen de 30 en 40 procent van de totale omzet. Deze cijfers onderstrepen de eerdere opmerking van directeur Jeff Siero dat hij zonwering niet als een branchevreemd product beschouwt. Alle ketens hebben ook aangegeven welke productgroepen zij in het assortiment hebben. Die gegevens zijn opgenomen in het 'Overzicht productgroepen vbs-ketens'.

Qumedia ©

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Decorette, DMG en Dekokay zien het aandeel van de productgroep Zonwering de aankomende jaren verder groeien. DMG schat een gemiddelde groei van 5 procent, Decorette 2,5 procent en bij Dekokay worden percentages genoemd van 5 tot 10 procent.

#### Conclusie

Door geduchte concurrentie van de bouwmarkten en woonwarenhuizen verschuift de aandacht van de vbs-ketens zich naar andere productgroepen, waaronder raamdecoratie. De branchevervaging heeft een sneeuwbaaleffect waardoor de vbs-specialisten zich ontwikkelen tot wooninrichtingsgeneralisten. De vraag is of deze ontwikkeling voor verschuivingen zorgt in de omzetverdeling van de afzetkanalen voor wat betreft raamdecoratie. De vbs-zaken (zie grafiek) worden daar niet specifiek in genoemd, maar dat zal vast veranderen. En vooralsnog is het de vraag wie door deze groep aandeel op de markt gaat verliezen.

[Delen](#)

[ZVM• Zonvak Magazine](#)

2005 - augustus

Pagina(s) 16,17,19