



Omzet detailhandel vrijwel gelijk

- Detailhandel zet in februari 0,1 procent meer om
- Groei omzet en volume non-foodwinkels trekt iets verder aan
- Sterke maand winkels in consumentenelektronica en doe-het-zelfartikelen

In februari 2014 kwam de omzet van de detailhandel iets boven het niveau van een jaar geleden uit (0,1 procent). De prijzen waren 0,3 procent lager, terwijl het volume 0,4 procent groter was. Dit blijkt uit cijfers van het CBS.

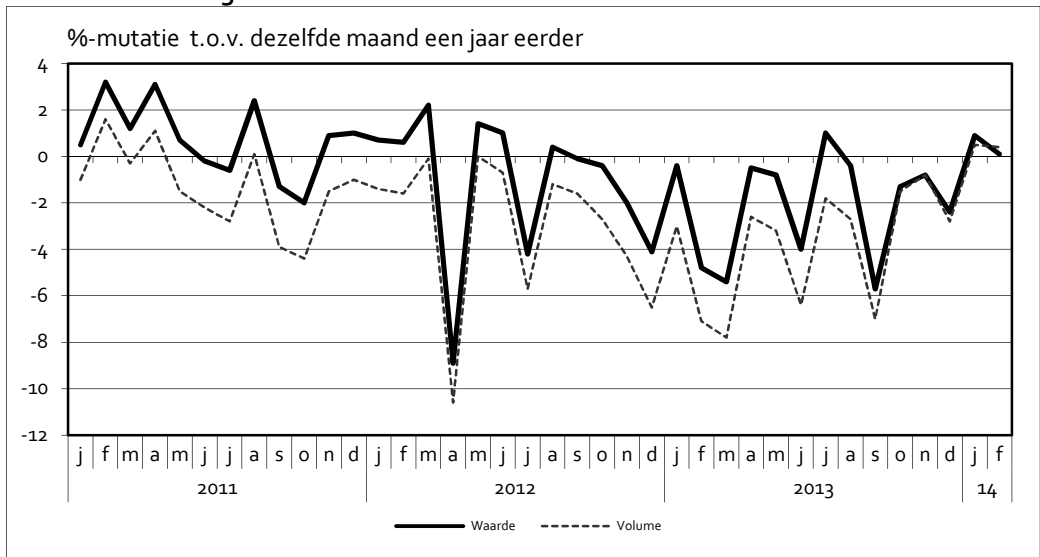
De non-foodwinkels boekten bijna 1 procent meer omzet dan in februari vorig jaar. Het volume was ruim 1 procent groter. De prijzen daalden in deze winkels gemiddeld 0,5 procent. De winkels in consumentenelektronica (9 procent) en doe-het-zelfartikelen (5 procent) zagen hun omzet sterk toenemen. Voor de winkels in consumentenelektronica was dit de eerste omzetsijging sinds september 2012, voor de doe-het-zelfwinkels zelfs sinds januari 2012. Ook de textielsupermarkten wisten meer om te zetten dan een jaar geleden. De omzet van de winkels in huishoudelijke artikelen, bovenkleding, woninginrichtingartikelen en drogisterijen liep daarentegen terug.

De winkels in voedings- en genotmiddelen realiseerden 0,6 procent meer omzet. Het volume was vrijwel even groot als een jaar eerder, de prijzen waren bijna 1 procent hoger. Zowel de supermarkten als speciaalzaken kenden een marginale omzetsijging.

Postorderbedrijven en internetwinkels noteerden een omzettoename van 6 procent.

Er was dit jaar in februari geen koopdageffect. De samenstelling van de koopdagen was namelijk hetzelfde als in februari 2013.

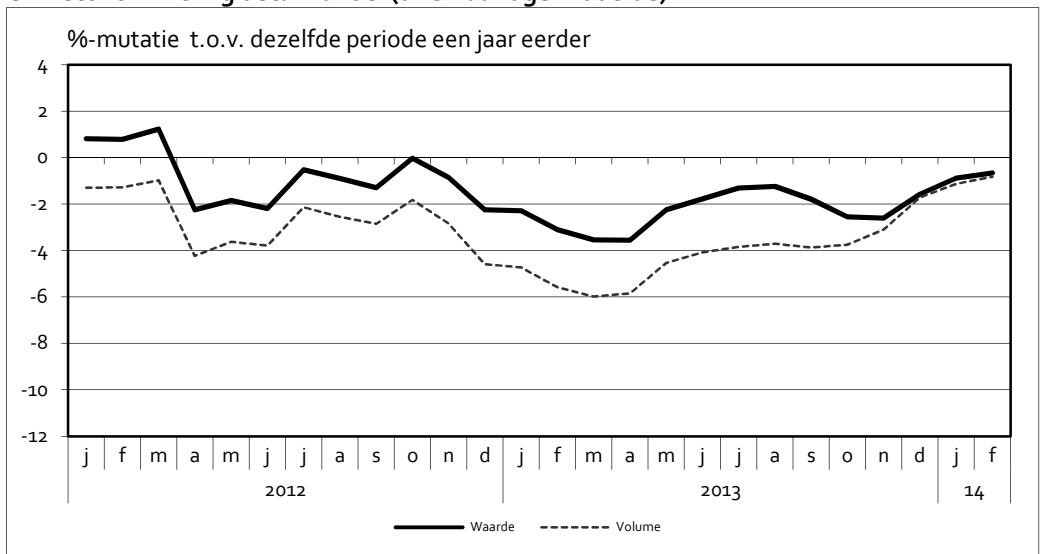
Omzetontwikkeling detailhandel ^{1) 2)}



- 1) De gegevens van de laatste vier verslagmaanden zijn voorlopig.
- 2) Exclusief apotheken.

Bron: CBS

Omzetontwikkeling detailhandel (driemaandgemiddelde) ^{1) 2)}



- 1) De gegevens van de laatste vier verslagmaanden zijn voorlopig.
- 2) Exclusief apotheken.

Bron: CBS

Technische toelichting

De detailhandel is onderverdeeld in vier hoofdcategorieën: winkels in voedings- en genotmiddelen (in 2013 een omzetaandeel van 37 procent), non-foodwinkels (48 procent), de detailhandel-niet-in-winkel (6 procent) en tankstations (9 procent).

Voor het berekenen van de prijsontwikkeling is gebruik gemaakt van consumentenprijsindexcijfers van het CBS. Consumentenprijsindexcijfers zijn echter niet per winkelbranche beschikbaar. Het prijsverloop is daarom geraamd op basis van de prijsontwikkeling van het in de branche gangbare artikelenassortiment. De prijsontwikkeling van een branche wordt mede bepaald door artikelen uit het assortiment die ook in andere branches worden verkocht. Het prijsverloop van branchevreemde artikelen is buiten beschouwing gelaten.

Bij de beoordeling van de omzetontwikkelingen moet rekening worden gehouden met het verschil in koopdagen. Voor verslagmaand februari was de samenstelling van de koopdagen in 2014 echter precies hetzelfde als in 2013. Er is in februari 2014 dan ook geen koopdageffect. De cijfers in de tabel van dit persbericht zijn niet voor verschillen in koopdagen gecorrigeerd.

In dit persbericht wordt de ontwikkeling gegeven ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder.

Postorderbedrijven en internetwinkels

De cijfers die het CBS publiceert over de detailhandel via postorder en internet betreffen de omzetontwikkelingen van bedrijven die voornamelijk via postorder en/of internet goederen aan de consument verkopen. De cijfers geven geen beeld van de totale detailhandelsverkoop via internet. De omzet die reguliere winkelbedrijven via internet realiseren wordt namelijk niet bij de detailhandel via postorder en internet gemeten, maar bij de branches die aansluiten op de hoofdactiviteiten van deze winkelbedrijven. Zo wordt bijvoorbeeld de omzet van een kledingwinkel die voornamelijk via de winkel verkoopt, maar deels ook via internet, toegerekend aan de branche (boven)kledingwinkels.

Omzetontwikkeling driemaandgemiddelde detailhandel

De jaar-op-jaarontwikkeling van de detailhandel wordt op maandbasis sterk beïnvloed door de samenstelling van de koopdagen. De koopdagsamenstelling kan maand op maand en jaar op jaar sterk verschillen. Voor een beter beeld van de ontwikkeling wordt daarom in dit persbericht ook de jaar-op-jaarontwikkeling van een voortschrijdend driemaandgemiddelde van de omzet gegeven. Deze ontwikkeling van de omzetwaarde en -volume wordt bepaald door van de relevante verslagmaand en de twee voorgaande maanden de gemiddelde index te berekenen en deze index te vergelijken met de gemiddelde index van dezelfde drie maanden een jaar eerder. Zo is voor de jaar-op-jaarontwikkeling van het driemaandgemiddelde voor februari 2014 de gemiddelde index van december 2013, januari 2014 en februari 2014 afgezet tegen de gemiddelde index van dezelfde maanden in het voorgaande jaar.

Wijzigingen

Ten opzichte van het persbericht van 13 maart 2014 (*PB14-018*) zijn op grond van de meest recente gegevens cijfers bijgesteld.

Tabel 1: Omzetontwikkeling detailhandel ¹⁾²⁾

	2014*		2013*		
	feb.	jan.	jan. t/m feb.	4 ^e kwar- taal	jaar
<i>%-mutatie t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder</i>					
Detailhandel, totaal ¹⁾					
Omzet	0,1	0,9 [#]	0,5	-1,6 [#]	-2,1
Prijs	-0,3	0,5 [#]	0,1	0,1	1,8
Volume	0,4	0,5 [#]	0,5	-1,7	-3,9
Voedings- en genotmiddelenwinkels					
Omzet	0,6	2,2 [#]	1,4	0,3	1,4
Prijs	0,7	1,4	1,0	1,6	3,3
Volume	-0,1	0,8	0,4	-1,3	-1,8
Supermarkten					
Omzet	0,6	1,9	1,3	0,4	2,0
Prijs	0,5	1,2	0,9	1,4	3,2
Volume	0,1	0,7	0,4	-1,0	-1,1
Speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen					
Omzet	0,3	3,8 [#]	2,0	-0,3 [#]	-2,1
Non-foodwinkels					
Omzet	0,7	0,3 [#]	0,5	-3,0	-4,6
Prijs	-0,5	0,1 [#]	-0,2	-0,3	1,1
Volume	1,3	0,1 [#]	0,7	-2,7	-5,7
<i>Omzet in:</i>					
Drogisterijen	-1,5	-1,6 [#]	-1,6	-0,7 [#]	-0,4
Bovenkledingwinkels	-2,9	5,0 [#]	1,3	-1,9 [#]	-4,1 [#]
Textielsupermarkten	3,7	-0,6 [#]	1,5	3,2	1,3
Winkels in woninginrichtingartikelen ³⁾	-2,0	0,0 [#]	-0,9	-3,1 [#]	-6,3
Winkels in consumentenelektronica ⁴⁾	9,0	-0,9 [#]	3,3	-4,2 [#]	-8,5
Doe-het-zelfwinkels ⁵⁾	5,0	-0,6 [#]	2,1	-5,8 [#]	-8,0 [#]
Winkels in huishoudelijke artikelen	-8,2	-0,5 [#]	-4,1	-5,6 [#]	-5,5
Postorderbedrijven, internetwinkels					
Omzet	5,9	7,7 [#]	6,9	12,7	10,3

1) Exclusief apotheken.

2) De gegevens van de laatste vier publicatiemaanden hebben een voorlopig karakter.

3) Meubels, woningtextiel, verlichtingsartikelen en vloerbedekking.

4) Wit-, bruingoed, telecommunicatieapparatuur en computers.

5) Bouwmarkten en gespecialiseerde winkels in ijzerwaren, gereedschap, verf en hout.

#) Deze cijfers zijn bijgesteld; achtergrondinformatie hierover staat onderaan de technische toelichting.

*) Voorlopige cijfers.

Bron: CBS