

Kwartaalmonitor Detailhandel

Eerste kwartaal 2014

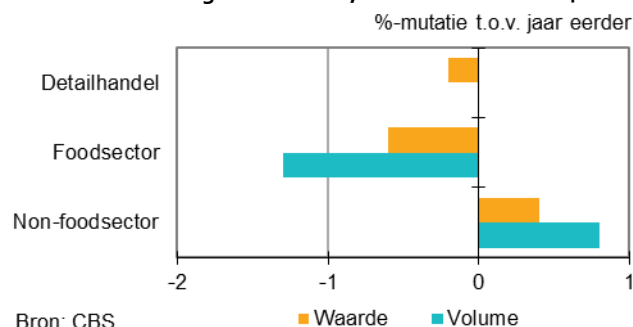


Kleinere krimp door groei bij non-foodwinkels

- Totaalbeeld detailhandel: kleinste omzetsdaling van afgelopen twee jaar
- Foodsector: einde aan omzetsstijging
- Non-foodsector: omzet licht gestegen
- Postorderbedrijven en internetwinkels: minder omzetgroei
- Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen: zachte winter drukt consumptie, koopbereidheid neemt toe
- Europese vergelijking: Nederlands Europees gezien minder slecht

In het eerste kwartaal van 2014 is de omzet van de detailhandel wederom minder hard gekrompen dan het kwartaal ervoor. Dit lichte herstel was vooral toe te schrijven aan de non-foodwinkels. Deze winkels noteerden voor het eerst in ruim drie jaar tijd een omzetsstijging. Consumenten besteedden dit kwartaal meer aan duurzame goederen. De omzet van de winkels in voedings- en genotmiddelen liep echter terug. Dit hangt samen met een verschuiving van de paasaankopen.

Omzetontwikkeling detailhandel, eerste kwartaal 2014



[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

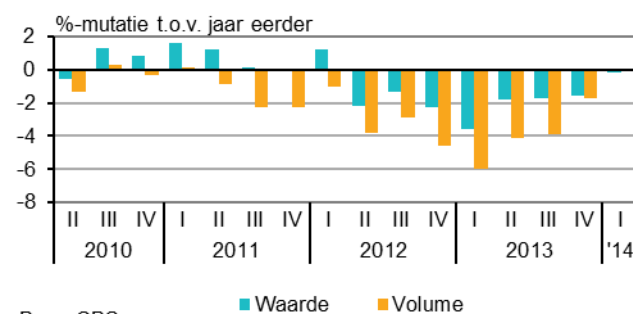
Totaalbeeld detailhandel

Kleinste omzetsdaling van afgelopen twee jaar

In het eerste kwartaal van 2014 lag de omzet van de detailhandel 0,2 procent lager dan een jaar eerder. Dit is de kleinste omzetsdaling in twee jaar tijd. Het volume bleef op hetzelfde niveau als in het eerste kwartaal van 2013, de prijzen daalden licht (met 0,2 procent).

De winkels in doe-het-zelfartikelen en consumentenelektronica lieten hierbij de grootste verbetering zien. Zij noteerden voor het eerst sinds lange tijd een omzetsstijging. De supermarkten hadden in tegenstelling tot voorgaande kwartalen te maken met een omzetskrimp en presteerden hierdoor minder goed.

Omzetontwikkeling detailhandel



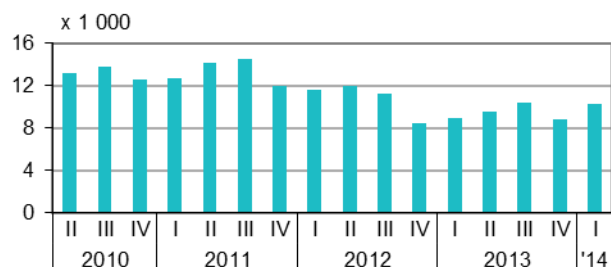
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Stijging aantal vacatures

Vergeleken met 2013 is het aantal openstaande vacatures in het eerste kwartaal gestegen. In totaal bleven in de detailhandel 10,3 duizend vacatures onvervuld, ruim duizend meer dan in het eerste kwartaal van 2013.

In het eerste kwartaal van 2014 ontstonden in de detailhandel 28 duizend vacatures en werden er 27 duizend vervuld. Een jaar eerder lagen de aantallen 2 duizend lager.

Aantal openstaande vacatures



Bron: CBS

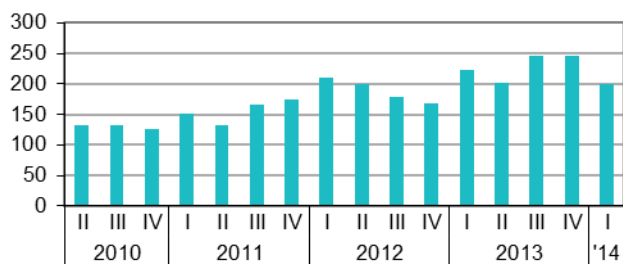
[StatLine: Vacatures](#)

Minder faillissementen

Het aantal faillissementen was in het eerste kwartaal van 2014 lager dan het kwartaal ervoor. In het eerste kwartaal moesten 200 van de ruim 105 duizend detaillisten de deuren sluiten. Dit is iets minder dan een jaar eerder (223).

Het aantal faillissementen viel met name lager uit in de non-foodsector. In het eerste kwartaal gingen 133 winkeliers failliet. Een jaar eerder waren dit er nog 183. In de foodsector moesten 21 bedrijven hun deuren sluiten, 14 meer dan in het eerste kwartaal van 2013. In de overige branches was ook sprake van een stijging. Er gingen met name meer postorderbedrijven en internetwinkels failliet.

Uitgesproken faillissementen detailhandel



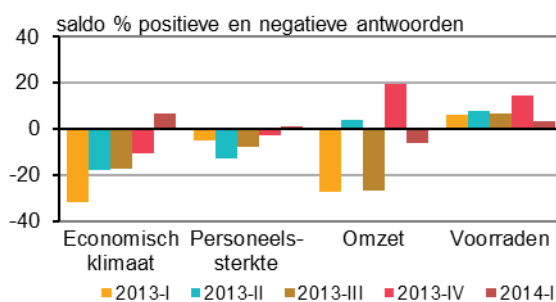
Bron: CBS

[StatLine: Uitgesproken faillissementen](#)

Oordeel minder negatief

In het eerste kwartaal van 2014 waren de ondernemers in de detailhandel minder pessimistisch dan in de voorgaande kwartalen. Het merendeel van de ondervraagden vond dat het economisch klimaat was verbeterd. Dit is sinds het vierde kwartaal van 2011 nooit eerder voorgekomen. In vergelijking met een jaar geleden gaven ook minder detailhandelaren aan dat de omzet ten opzichte van het vierde kwartaal was gedaald. Naast onvoldoende vraag werden de weersomstandigheden in het eerste kwartaal van 2014 als grootste obstakel ervaren.

Oordeel eerste kwartaal 2014



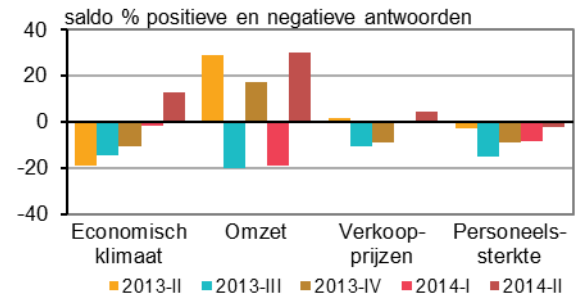
Bron: CBS

[StatLine: Conjunctuurenquête Nederland](#)

Detaillisten positiever

De verwachtingen van de detailhandelaren voor het tweede kwartaal van 2014 zijn over het algemeen positiever dan voor dezelfde periode in 2013. Zo voorzien de meeste ondernemers een verbetering van het economisch klimaat ten opzichte van het eerste kwartaal. Ook verwachten meer detaillisten dat de verkoopprijzen zullen stijgen. Het saldo van positieve en negatieve antwoorden over de omzet (30,1 procent) is ten opzichte van vorig jaar ongeveer gelijk gebleven. Het merendeel van de ondervraagden verwacht hier nog steeds een toename.

Verwachtingen tweede kwartaal 2014



Bron: CBS

[StatLine: Conjunctuurenquête Nederland](#)

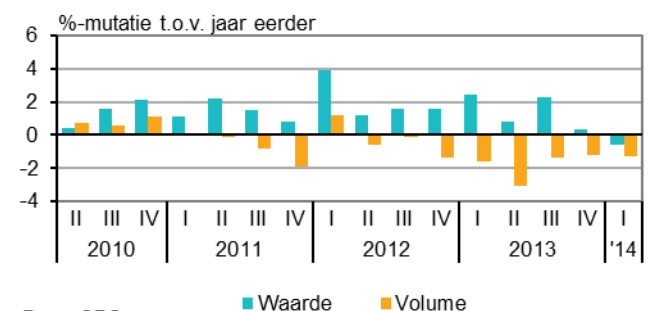
Foodsector

Einde aan omzetstijging foodsector

In het eerste kwartaal daalde de omzet van de winkels in voedings- en genotmiddelen met ruim een half procent. Hiermee kwam er een eind aan de onafgebroken reeks met omzetgroei die in het tweede kwartaal van 2010 werd ingezet. Het volume kromp al langer, maar hogere prijzen compenseerden deze krimp tot nu toe. In het eerste kwartaal van dit jaar was de prijsstijging niet sterk genoeg om een terugval in de omzet te voorkomen. De omzetsdaling was voornamelijk toe te schrijven aan maart. In januari en februari was nog sprake van een omzetstijging, in maart werd bijna 5 procent minder omgezet dan het jaar ervoor.

De daling in maart hangt samen met het feit dat de paasaankopen vorig jaar voornamelijk in de laatste week van maart zijn gedaan en dit jaar vooral in april.

Omzetontwikkeling foodsector



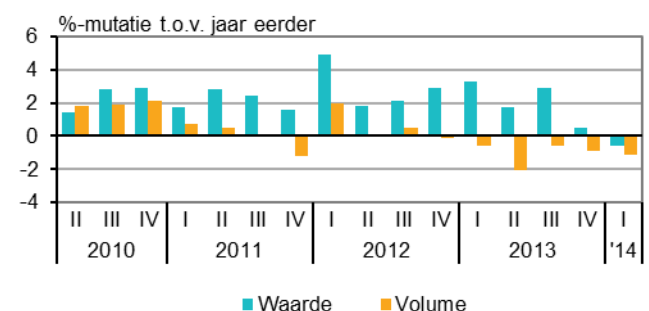
Bron: CBS

[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Omzetkrimp supermarkten

De supermarkten zetten in het eerste kwartaal ruim een half procent minder om dan een jaar eerder. Zij zagen het volume met ruim 1 procent krimpen, terwijl de producten in de schappen een half procent duurder werden. Een kwartaal eerder werd een vergelijkbare volumekrimp nog ruim gecompenseerd door een prijsstijging en steeg de omzet met een half procent.

Omzetontwikkeling supermarkten



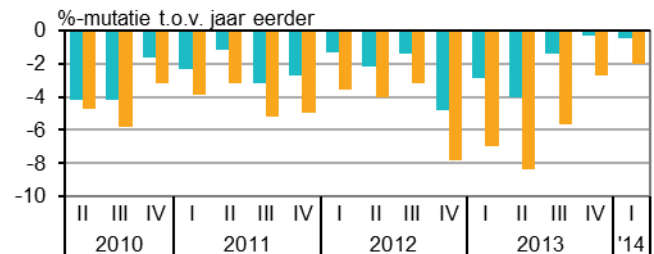
Bron: CBS

[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Krimp volume foodspecialzaken opnieuw kleiner

In het eerste kwartaal van 2014 lag de omzet van de specialzaken in voedings- en genotmiddelen een half procent lager dan een jaar eerder. Dit was een vergelijkbare omzetzak als het omzetverlies in het vierde kwartaal van 2013. Het volume liep met 2 procent terug en kromp wederom minder hard dan het kwartaal ervoor. De prijzen stegen het eerste kwartaal met anderhalf procent. Net als de supermarkten hadden de specialzaken te maken met een lagere omzet in maart.

Omzetontwikkeling specialzaken



Bron: CBS

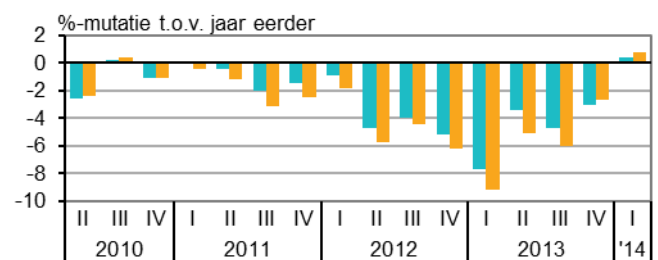
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Non-foodsector

Omzet non-foodwinkels licht gestegen

In de non-foodsector steeg de omzet in het eerste kwartaal van 2014 voor het eerst in ruim drie jaar tijd (+0,4 procent). Deze winkels zetten daarmee de trend van 2013 door: na een dieptepunt in het eerste kwartaal werd de krimp in de loop van het jaar steeds kleiner. De omzetgroei in het eerste kwartaal van 2014 viel samen met een groei van het volume (+0,8 procent). Net als het kwartaal ervoor daalden de prijzen met bijna een half procent.

Omzetontwikkeling non-foodsector



Bron: CBS

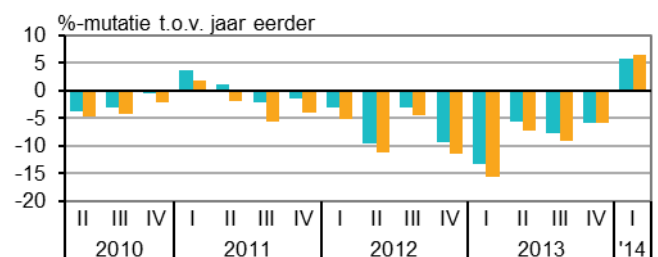
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Omzetgroei winkels in doe-het-zelfartikelen

Vooraf de winkels in doe-het-zelfartikelen presteerden beter. Na tweeënehalf jaar krimp was hun omzet in het eerste kwartaal van 2014 bijna 6 procent hoger dan het jaar ervoor. Het volume was ruim 6 procent groter.

Alle subbranches wisten zich te verbeteren ten opzichte van de voorgaande kwartalen. De bouwmarkten boekten een omzetgroei van bijna 6 procent.

Omzetontwikkeling winkels in doe-het-zelfartikelen



Bron: CBS

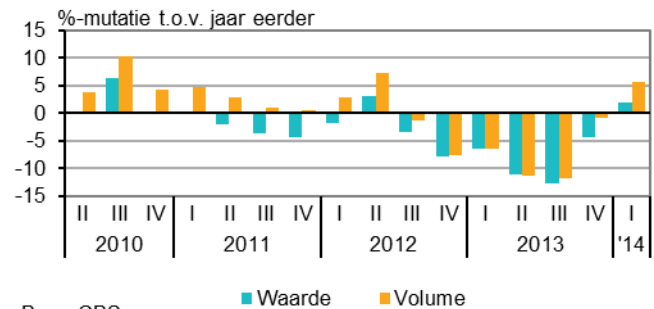
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Omzetstijging winkels in consumentenelektronica

De omzetten van de winkels in consumentenelektronica namen in het eerste kwartaal van 2014 toe met 2 procent. Hiermee kwam er een eind aan de onafgebroken reeks omzetzakingen sinds het derde kwartaal van 2012. Vergeleken met vorig jaar was het volume bijna 6 procent groter.

De winkeliers in computers en software lieten met een toename van bijna 16 procent de grootste omzetverbetering zien. In het vierde kwartaal van 2013 had deze branche nog te maken met een krimp van ruim 3 procent. De winkeliers in wit- en bruigoed noteerden opnieuw een omzetzaking. De omzetzaking van een half procent was echter wel kleiner dan de krimp in het voorgaande kwartaal.

Omzetontwikkeling winkels in consumentenelektronica



Bron: CBS

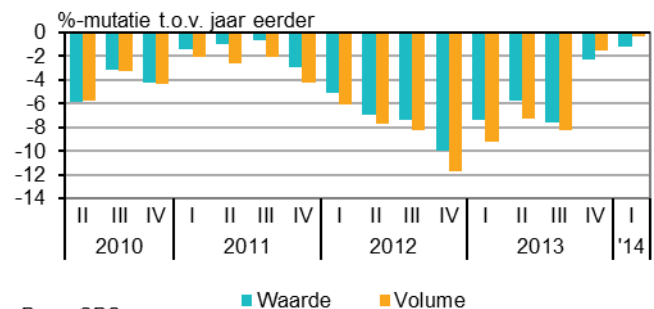
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Wederom kleiner omzetverlies voor woonwinkels

In het eerste kwartaal van 2014 daalde de omzet van de woonwinkels met ruim 1 procent. De omzetzaking was opnieuw kleiner dan het kwartaal ervoor. Met een krimp van bijna een half procent liep ook het volume minder hard terug. In januari boekten deze winkels zelfs omzet- en volumegroei.

Bijna alle subbranches wisten zich te verbeteren ten opzichte van het voorgaande kwartaal. Vergeleken met vorig jaar daalde de omzet van de winkels in meubels en woninginrichtingartikelen (-1,5 procent) en winkels in huishoudelijke artikelen (-4,8 procent) echter nog wel. Met een toename van ruim 6 procent hadden de winkels in keukens te maken met een kleinere stijging dan een kwartaal eerder.

Omzetontwikkeling woonwinkels



Bron: CBS

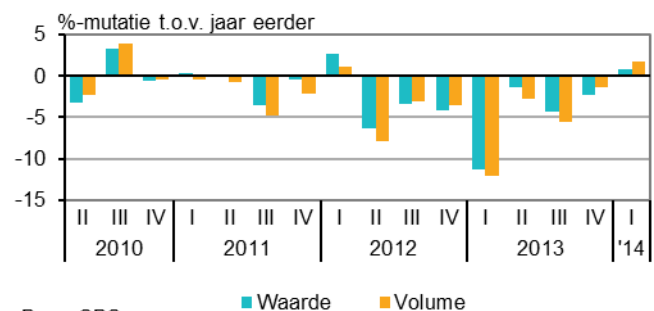
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Toename omzet kleding- en schoenenbranche

De winkels in kleding, schoeisel en textiel zagen hun omzet in het eerste kwartaal van 2014 toenemen met bijna 1 procent. Hiermee kwam er een eind aan de onafgebroken reeks omzetzakingen sinds het tweede kwartaal van 2012. Het volume was ditmaal bijna 2 procent groter.

Afzonderlijk lieten de kleding- en schoenenbranches ook allemaal een verbetering zien. De winkels in dameskleding leverden ten opzichte van het eerste kwartaal van 2013 nog wel omzet in (-1,2 procent), maar het verlies was kleiner dan een kwartaal eerder. Naast de textielsupermarkten (+4,1 procent) en de winkels in bovenkleding algemeen (+1,7 procent) noteerden de winkels in schoenen en lederwaren (+2,5 procent) ditmaal ook een omzetstijging.

Omzetontwikkeling winkels in kleding, schoeisel en textiel



Bron: CBS

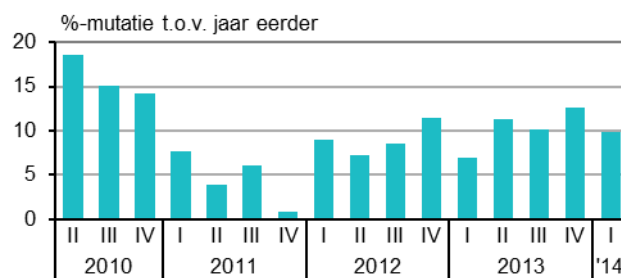
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Postorderbedrijven en internetwinkels

Minder omzetgroei

De postorderbedrijven en internetwinkels boekten in het eerste kwartaal van 2014 bijna 10 procent meer omzet dan het jaar ervoor. De omzetgroei kwam minder hoog uit dan in de drie voorgaande kwartalen. Desondanks blijven de postorderbedrijven en internetwinkels de best presterende ondernemingen binnen de detailhandel.

Omzetontwikkeling postorderbedrijven, internetwinkels



Bron: CBS

[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

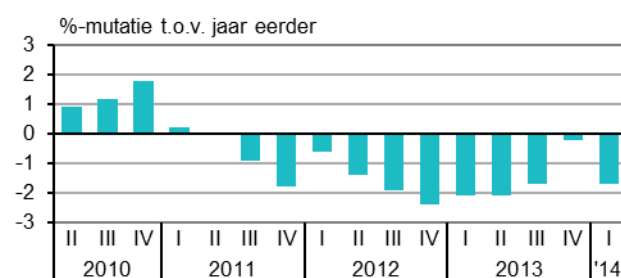
Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen

Zachte winter drukt consumptie

Huishoudens besteedden in het eerste kwartaal 1,7 procent minder aan goederen en diensten dan een jaar eerder. De bestedingen werden gedrukt door het relatief zachte weer. Daardoor verbruikten de huishoudens dit jaar veel minder aardgas. De bestedingen aan energie worden toegerekend aan de maand waarin het verbruik plaatsvindt, niet aan de maand waarin de rekening betaald wordt. De consumptiecijfers zijn gecorrigeerd voor prijsveranderingen.

Aan overige goederen, waaronder gas, is in het eerste kwartaal 11,7 procent minder besteed. De uitgaven aan duurzame goederen waren 2,2 hoger. De bestedingen aan voedings- en genotmiddelen waren daarentegen 2,0 procent lager. De inkopen voor Pasen zijn dit jaar grotendeels in het tweede kwartaal (april) gedaan en in 2013 voor een groot deel in maart (eerste kwartaal).

Binnenlandse consumptie door huishoudens (volume)



Bron: CBS

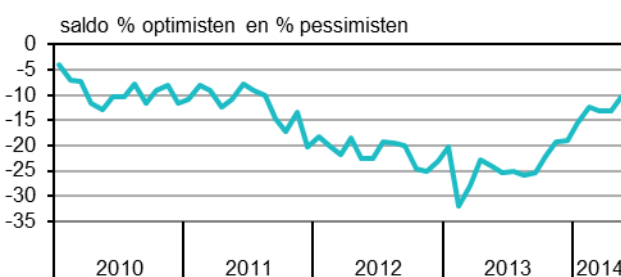
[StatLine: Bestedingen; consumptie huishoudens](#)

Koopbereidheid neemt toe

Het consumentenvertrouwen is sinds de zomer van 2013 flink toegenomen. Met -2 lag het in mei van dit jaar op hetzelfde niveau als eind 2007. Het percentage pessimisten onder de consumenten is iets groter dan het percentage optimisten. Het consumentenvertrouwen is gebaseerd op het oordeel van consumenten over de algemene economische situatie en op hun oordeel over de eigen financiële situatie (de koopbereidheid).

De stemming over de economie verbeterde het meest. In mei 2014 was het vertrouwen in de economie veel groter dan gemiddeld in de afgelopen twintig jaar. Ook de koopbereidheid is flink toegenomen, maar minder dan het vertrouwen in de economie. De koopbereidheid lag in mei nog duidelijk onder het gemiddelde over de afgelopen twintig jaar.

Koopbereidheid consumenten (seizoengecorrigeerd)



Bron: CBS

[StatLine: Consumentenvertrouwen, economisch klimaat en koopbereidheid](#)

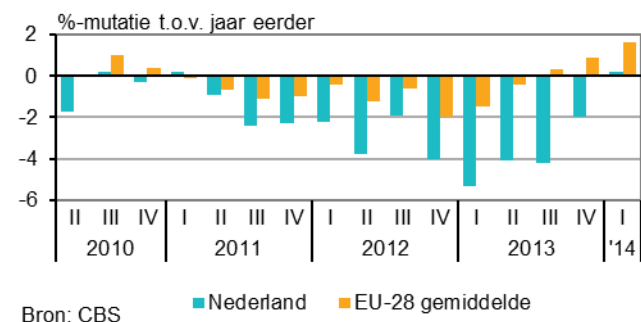
Europese vergelijking

Nederland Europees gezien minder slecht

De Nederlandse detailhandel presteert in Europees opzicht minder slecht dan in 2013. Het verschil tussen de volumegroei van de Nederlandse detailhandel en het EU-gemiddelde is in het eerste kwartaal van dit jaar geslonken naar zo'n 1,5 procentpunt. In het vierde kwartaal van 2013 was dit gat nog 3 procent, een kwartaal daarvoor zelfs 4,5 procent.

De Nederlandse winkeliers presteren ondanks deze tekenen van herstel nog steeds minder goed dan hun Europese collega's. In slechts zeven van de 28 EU-lidstaten was de volumeontwikkeling kleiner. Bij zowel de winkels in voedings- en genotmiddelen als non-foodartikelen blijft de groei ten opzichte van andere EU-lidstaten achter.

Volumeontwikkeling detailhandel



Bron: CBS

[Artikel: Tekenen van herstel voor detailhandel](#)

Opmerkingen betreffende deze publicatie

- Deze publicatie is samengesteld op basis van de cijfers die op 5 juni 2014 beschikbaar waren. Mogelijk zijn er op het moment van lezen actualere cijfers, deze kunt u vinden via de links onder de grafieken.
- De cijfers zijn niet seizoengecorrigeerd. Indien dit wel het geval is staat dit aangegeven in de tekst/grafiek.

Meer informatie

CBS Infoservice: [infoservice online](#)
Telefonisch (09.00-17.00): 088 5707070

Media:
CBS Persdienst: persdienst@cbs.nl
Telefonisch: 070 3374444

Colofon

Tekst sector bedrijfsstatistieken Den Haag (EBD).

Datum 5 juni 2014