

Kwartaalmonitor Detailhandel

Tweede kwartaal 2015

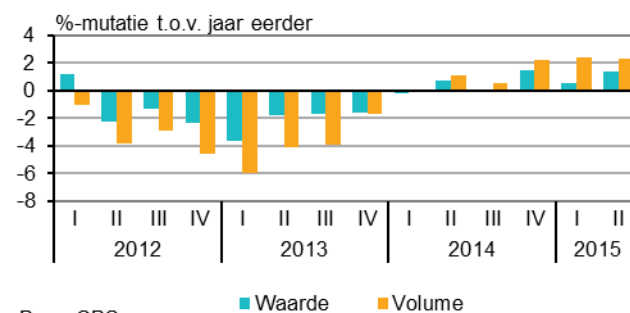


Bescheiden omzetgroei voor detailhandel in tweede kwartaal

- Totale detailhandel: Omzet ruim 1 procent hoger
- Foodsector: Bestedingen bij foodwinkels blijven toenemen
- Non-foodsector: Derde kwartaal met omzetgroei voor non-foodsector
- Internetverkopen: Online omzet forse hoger
- Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen: Positieve consument geeft meer uit

De detailhandel zag de omzet in het tweede kwartaal van dit jaar toenemen. Zowel de foodbranche als de non-foodbranche wisten een bescheiden omzetgroei te realiseren. Binnen de detailhandel namen vooral de online bestedingen fors toe in het tweede kwartaal. Daarnaast profiteerden woonwinkels van de toegenomen bestedingen van consumenten aan goederen en diensten. Er waren in het tweede kwartaal meer vacatures in de detailhandel, terwijl het aantal faillissementen in vergelijking met een jaar eerder afnam. De stemming van consumenten, die sinds maart positief is, is de laatste maanden verder verbeterd. Het vertrouwen onder detaillisten liep echter iets terug in dezelfde periode.

Omzetontwikkeling detailhandel



Bron: CBS

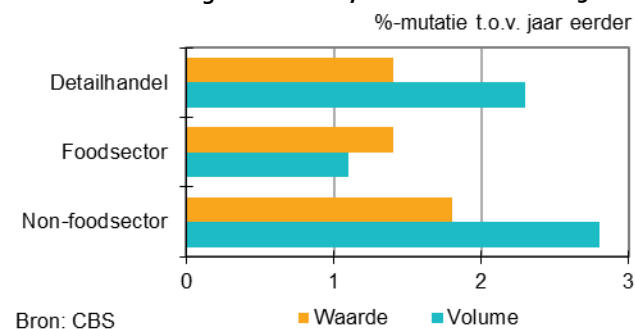
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Totale detailhandel Meer omzet detailhandel

In het tweede kwartaal van 2015 zette de detailhandel ruim 1 procent meer om dan in dezelfde periode een jaar eerder. Deze omzetgroei is volledig toe te schrijven aan een toename van de verkopen. Deze namen met ruim 2 procent toe. De detailhandel laat voor het vijfde kwartaal op rij een omzetgroei zien. De omzetgroei bleef enigszins beperkt door prijsdalingen, het prijsniveau lag bijna 1 procent onder het niveau van een jaar eerder.

Zowel foodwinkels als winkels in non-foodartikelen behielden meer omzet in het tweede kwartaal. Bij foodwinkels was de omzet ruim 1 procent hoger, non-foodwinkels zetten bijna 2 procent meer om. Naast deze twee categorieën bestaat de detailhandel uit de categorieën benzinstations en niet-in-winkel (o.a. webwinkels).

Omzetontwikkeling detailhandel, tweede kwartaal 2015



Bron: CBS

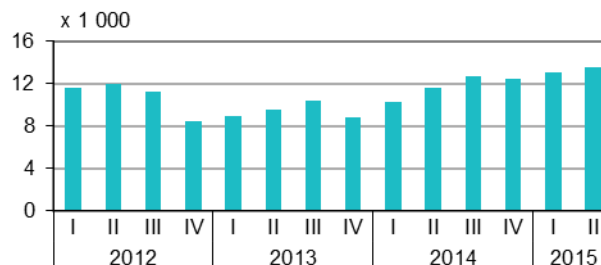
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Meer vacatures

De omzetgroei in de detailhandel gaat gepaard met een verdere stijging in het aantal openstaande vacatures. In het tweede kwartaal van dit jaar waren er bijna 2 duizend vacatures meer dan in dezelfde periode vorig jaar. Het aantal openstaande vacatures kwam daarmee uit op 13,5 duizend.

Er ontstonden in het tweede kwartaal ongeveer 35 duizend vacatures, ongeveer 4 duizend meer dan een jaar eerder. Ook werden er meer vacatures vervuld. Zowel het aantal ontstane als vervulde vacatures was het grootst in de afgelopen vier jaar. De stijging in het aantal openstaande en ontstane vacatures past in het beeld van toenemende bestedingen en een herstellende economie.

Aantal openstaande vacatures



Bron: CBS

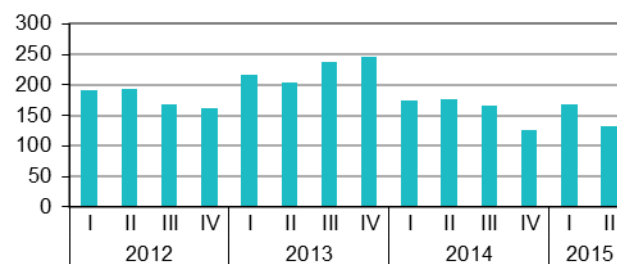
[StatLine: Vacatures](#)

Minder faillissementen detailhandelsbedrijven

Naast een groei van de omzet en het aantal vacatures, daalde ook het aantal faillissementen in de detailhandel in het tweede kwartaal van dit jaar. Ten opzichte van een jaar eerder nam het aantal bedrijven dat noodgedwongen de deuren sloot met een kwart af. In totaal vroegen 133 bedrijven een faillissement aan.

De faillissementen zijn voornamelijk geconcentreerd bij winkels in meubels en huishoudwaren, winkels in vrijetijdsartikelen (zoals sport- en kampeerartikelen en fietsen), kledingwinkels en webwinkels en postorderbedrijven. Samen vertegenwoordigen deze bedrijfstakken ongeveer 55 procent van alle faillissementen binnen de detailhandel.

Uitgesproken faillissementen detailhandel



Bron: CBS

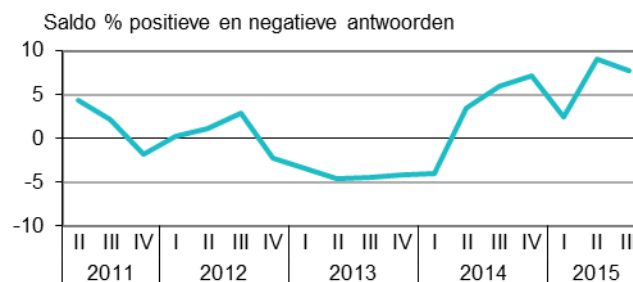
[StatLine: Uitgesproken faillissementen](#)

Vertrouwen detailhandel iets gedaald

Het ondernemersvertrouwen in de detailhandel is aan het begin van het derde kwartaal iets lager dan drie maanden eerder. Desondanks zijn detaillisten nog steeds positief gestemd. Dit is het zesde kwartaal op rij dat ondernemers in de detailhandel positief gestemd zijn.

Het ondernemersvertrouwen is samengesteld uit drie deelindicatoren: de ontwikkeling van de omzet in het vorige kwartaal, een oordeel over de handelsvoorraden en de omzetverwachting voor het lopende kwartaal. Al deze indicatoren zijn licht verslechterd ten opzichte van het vorige kwartaal. Net als voor het ondernemersvertrouwen als geheel, geldt ook voor alle deelindicatoren dat ondernemers hierover positief blijven ondanks een lichte daling.

Vertrouwen detailhandelaren (seizoengecorrigeerd)



Bron: CBS

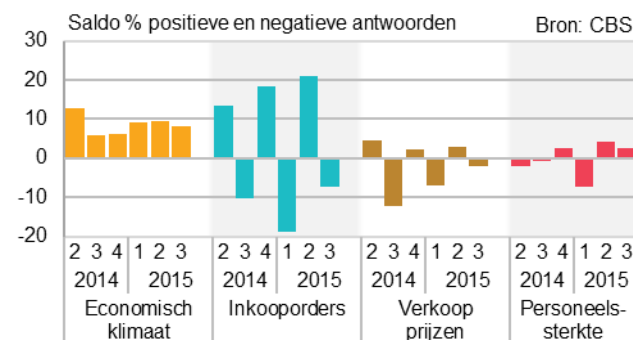
[StatLine: Ondernemersvertrouwen](#)

Verwachtingen voor derde kwartaal wisselend

Ondernemers in de detailhandel zijn positief gestemd over de ontwikkeling van het economisch klimaat in het derde kwartaal. Wel wordt een afname van de omzet verwacht. Ook de inkooporders zullen naar verwachting afnemen. Het derde kwartaal is altijd een kwartaal waarin de bedrijvigheid in de detailhandel iets terugloopt, of minder hard groeit. In vergelijking met het derde kwartaal vorig jaar is de verwachting van de inkooporders positiever.

De verkoopprijzen blijven volgens ondernemers in het derde kwartaal nagenoeg gelijk. De personeelssterkte zal heel licht toenemen. Ondernemers in de detailhandel zijn weliswaar over alle indicatoren iets minder positief gestemd dan in het voorgaande kwartaal, maar wel positiever dan in hetzelfde kwartaal vorig jaar.

Verwachtingen derde kwartaal 2015



StatLine: [Conjunctuurenquête Nederland](#)

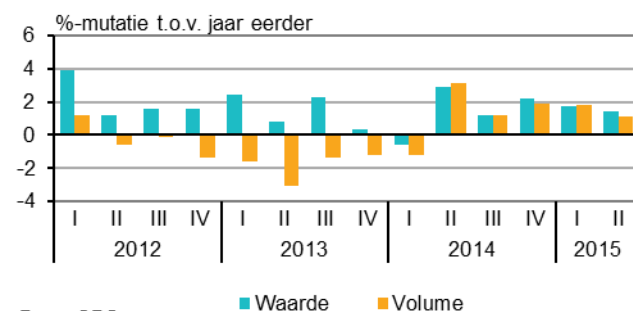
Foodsector

Bestedingen bij foodwinkels blijven iets toenemen

Winkels in voedings- en genotmiddelen hebben in het tweede kwartaal van dit jaar ruim 1 procent meer omzet behaald dan in dezelfde periode vorig jaar. De omzetgroei van foodwinkels kwam daarmee iets lager uit dan in het eerste kwartaal. In dat kwartaal werd er bijna 2 procent meer omgezet dan een jaar eerder.

De omzettoename in het tweede kwartaal komt vrijwel geheel doordat er meer verkocht werd. De prijs die voor eenzelfde mandje aan levensmiddelen betaald moest worden, steeg nauwelijks. Het is daarmee al het vijfde kwartaal op rij dat de prijzen in foodwinkels nauwelijks stijgen of zelfs licht dalen.

Omzetontwikkeling foodsector

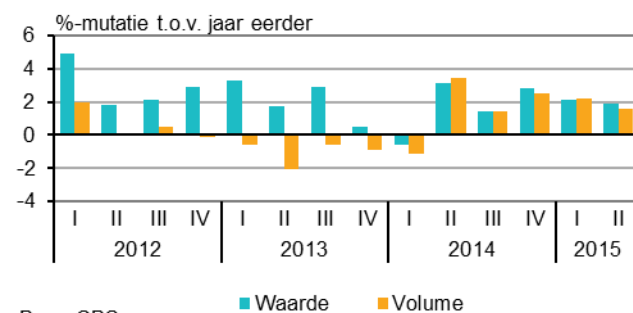


StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Supermarkten zetten bijna 2 procent meer om

In het tweede kwartaal van dit jaar boekten supermarkten een omzetgroei van bijna 2 procent in vergelijking met een jaar eerder. De kosten van de dagelijkse boodschappen namen nauwelijks toe. De toename van de omzet kan daardoor vrijwel geheel toegerekend worden aan een groter verkoopvolume. De supermarkten boeken inmiddels al 5 kwartalen op rij positieve groeicijfers. Dit geldt zowel voor de omzet als voor het volume. De groei lag in het tweede kwartaal van dit jaar wel iets lager dan in de twee voorgaande kwartalen.

Omzetontwikkeling supermarkten



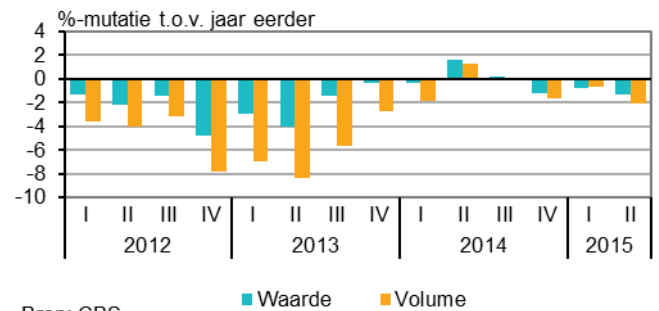
StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Omzet foodspeciaalzaken neemt opnieuw af

Speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen wisten in het tweede kwartaal niet te profiteren van de toegenomen bestedingen bij de foodwinkels. In tegenstelling tot de supermarkten zagen deze winkels dat hun omzet verder terugliep. Het omzetniveau lag ruim 1 procent lager dan een jaar eerder. Het volume nam ruim 2 procent af.

Na een bescheiden omzetgroei bij de speciaalzaken in het tweede en derde kwartaal van 2014, is de omzetontwikkeling nu voor het derde kwartaal op rij negatief. Speciaalzaken zagen daarmee hun omzetaandeel in de foodbranche langzaam verder afnemen.

Omzetontwikkeling speciaalzaken



Bron: CBS

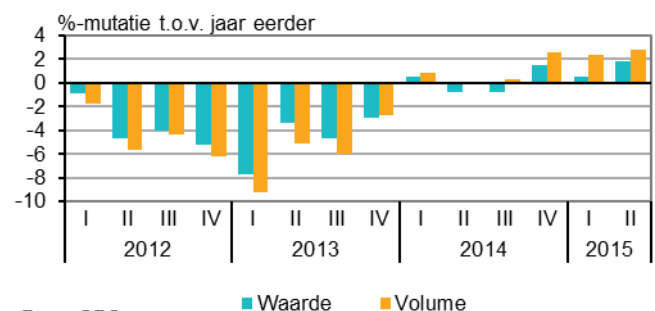
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Non-foodsector

Derde kwartaal met omzetgroei voor non-foodwinkels

In het tweede kwartaal van 2015 boekten non-foodwinkels bijna 2 procent meer omzet dan in dezelfde periode een jaar eerder. Na jaren met voornamelijk omzetkrimp, was daarmee voor het derde kwartaal op rij sprake van een duidelijke omzetgroei. Vooral het volume nam toe in het tweede kwartaal, namelijk bijna 3 procent. De prijzen, die in het tweede kwartaal met 1 procent afnamen, staan nog steeds onder druk in de non-foodsector. De prijsdaling was in het tweede kwartaal wel minder sterk dan in het eerste kwartaal van 2015.

Omzetontwikkeling non-foodsector



Bron: CBS

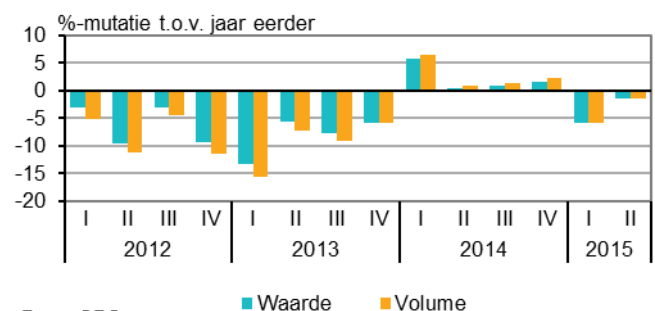
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Licht omzetverlies winkels in doe-het-zelfartikelen

Winkels in doe-het-zelfartikelen wisten in het tweede kwartaal van dit jaar niet mee te profiteren van het omzetherstel in de detailhandel. Na een sterke terugval van de omzet in het eerste kwartaal van dit jaar, boekten winkels in doe-het-zelfartikelen ook in het tweede kwartaal een omzetverlies. De omzet was ruim 1 procent lager dan in dezelfde periode een jaar eerder. Hiermee is de omzetsdaling wel een stuk minder sterk dan in het eerste kwartaal.

De grootste onderliggende branche, de bouwmarkten, zetten in het tweede kwartaal bijna 1 procent minder om dan dezelfde periode een jaar eerder.

Omzetontwikkeling winkels in doe-het-zelfartikelen



Bron: CBS

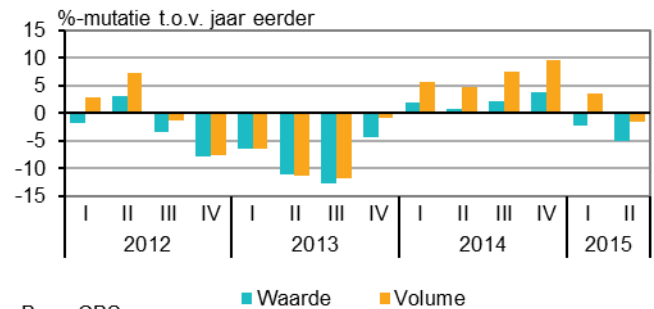
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Omzet winkels in consumentenelektronica loopt terug

In het tweede kwartaal van dit jaar zagen winkels in consumentenelektronica hun omzet teruglopen. Consumenten gaven in deze winkels bijna 5 procent minder uit dan in dezelfde periode een jaar eerder. Lagere prijzen droegen voor een grootste deel bij aan de omzetkrimp. Het verkoopvolume daalde daarnaast ook licht.

Voorals winkels in computers en software lieten, met een afname van bijna 16 procent, een sterke omzetzaling zien in het tweede kwartaal. Ook winkels in wit- en bruingoed boekten een omzetzaling. Deze daling was met een afname van bijna 4 procent wel minder groot.

Omzetontwikkeling winkels in consumentenelektronica



Bron: CBS

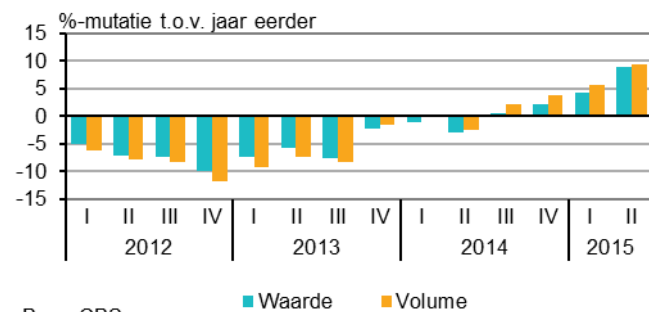
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Woonwinkels zetten stijgende lijn voort

In het tweede kwartaal van dit jaar wisten woonwinkels de stijgende lijn verder voort te zetten. De omzet van deze winkels lag bijna 9 procent hoger dan in dezelfde periode een jaar eerder. Daarmee was er voor het vierde kwartaal op rij sprake van omzetgroei. De toename van de omzet in het tweede kwartaal komt geheel door een groei van de verkopen. De prijzen namen iets af in vergelijking met een jaar eerder.

Binnen de woningbranche lieten de keukenwinkels de sterkste stijging zien. Deze winkels zagen de omzet groeien met ruim 21 procent. Ook de winkels in meubels en woninginrichting boekten fors meer omzet. De omzet nam met bijna 10 procent toe. Winkels in huishoudelijke artikelen behaalden, met een omzetzaling van ruim 6 procent, als enige branche minder omzet dan een jaar eerder.

Omzetontwikkeling woonwinkels



Bron: CBS

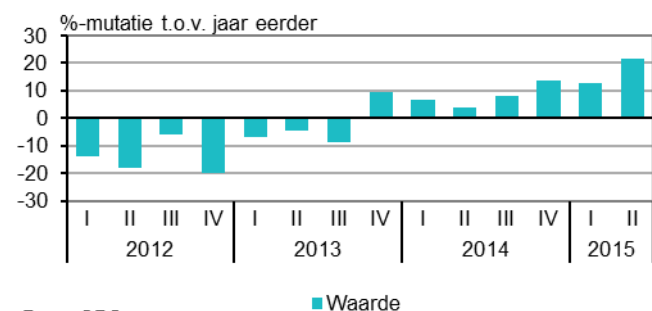
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Keukenbranche veert op

De keukenbranche heeft in het tweede kwartaal van dit jaar ruim 21 procent meer omzet behaald dan in dezelfde periode vorig jaar. De stijging was nog wat groter dan de groei van 13 procent in het eerste kwartaal. Sinds het vierde kwartaal van 2013 zit de omzet van de keukenbranche in de lift. Desondanks is de omzet in de eerste helft van 2015 nog altijd een kwart lager dan in de eerste helft van het voor de keukenbranche topjaar 2006. Vergeleken met andere delen van de detailhandel, zijn de keukenverkopers relatief veel omzet kwijtgeraakt in de crisis.

Tijdens de crisis is het aantal keukenbedrijven behoorlijk afgenomen. Begin 2009 waren er nog 690 en begin derde kwartaal 2015 nog maar 585; 16 procent minder. In deze periode gingen 177 keukenbedrijven failliet.

Omzetontwikkeling keukens



Bron: CBS

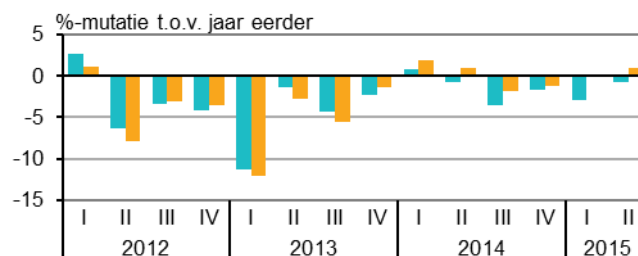
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Omzet kleding- en schoenenbranche iets lager

In het tweede kwartaal van 2015 nam de omzet van winkels in kleding, schoeisel en textiel af in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder. Ondanks dat het volume met 1 procent toenam, daalde de omzet licht met bijna 1 procent. Dit kwam doordat de prijzen met bijna 2 procent afnamen.

Zowel schoenenwinkels als kledingwinkels zagen de omzet dalen in het tweede kwartaal. Schoenenwinkels boekten bijna 2 procent minder omzet. Het omzetverlies van kledingwinkels was, met een afname van 0,4 procent, beperkt.

Omzetontwikkeling winkels in kleding, schoeisel en textiel



Bron: CBS

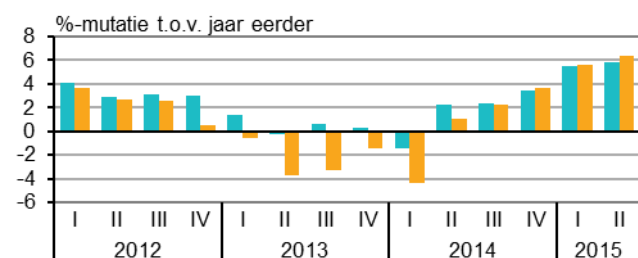
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Omzetgroei winkels in persoonlijke verzorging houdt aan

Winkels in persoonlijke verzorging zagen de omzet voor het vijfde kwartaal op rij toenemen. In het tweede kwartaal van dit jaar was de omzet bijna 6 procent hoger dan in dezelfde periode een jaar eerder. Het volume steeg met ruim 6 procent, terwijl de prijzen met bijna 1 procent daalden.

Bij de onderliggende branches lieten drogisterijen een omzetgroei van ruim 4 procent zien. Dit is voor deze branche het vijfde kwartaal op rij met een hogere omzet dan in dezelfde periode een jaar eerder.

Omzetontwikkeling winkels in persoonlijke verzorging



Bron: CBS

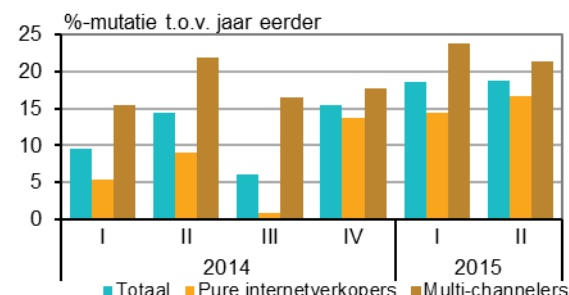
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Internetverkopen

Internetverkopen detailhandel nemen fors toe

In het tweede kwartaal van 2015 is de omzet uit online verkopen binnen het midden- en grootbedrijf van de detailhandel fors toegenomen. De omzet lag bijna 19 procent hoger dan in dezelfde periode een jaar eerder. De verkoop via het internet in de detailhandel vindt plaats door winkels waarvan het zwaartepunt van de activiteiten ligt bij de online winkel ('pure' internetverkopers) en winkels waar de verkoop via het internet een nevenactiviteit is, de zogeheten multi-channelers. Bij de laatste groep gaat het meestal om fysieke winkels die een webshop hebben. Multi-channelers zagen de online verkopen het meest toenemen in het tweede kwartaal. De omzet via internet nam ruim 21 procent toe ten opzichte van dezelfde periode van 2014. Pure internetverkopers realiseerden bijna 17 procent meer omzet in dezelfde periode.

Omzetontwikkeling internetverkopen



Bron: CBS

[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling internetverkopen](#)

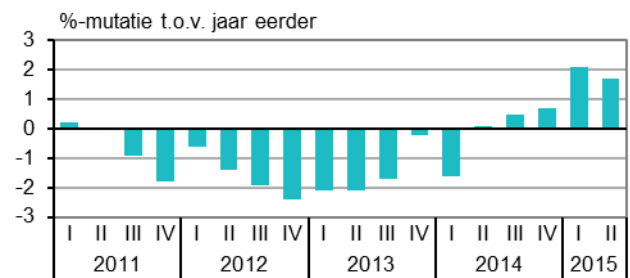
Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen

Consumptie groeit ook in tweede kwartaal

Huishoudens hebben in het tweede kwartaal van 2015 bijna 2 procent meer besteed aan goederen en diensten dan in het tweede kwartaal van 2014. Het consumptievolume is nog wel 3 procent kleiner dan tijdens de hoogconjunctuur in het tweede kwartaal van 2008. De cijfers zijn gecorrigeerd voor prijsveranderingen.

Dat consumenten meer besteden dan een jaar eerder is in lijn met de lichte verbetering van de werkgelegenheid en het herstel op de woningmarkt. Ook verbeterde het consumentenvertrouwen verder. Consumenten gaven in het tweede kwartaal van 2015 vooral meer uit aan meubels en elektrische apparaten. Ook verbruikten huishoudens opnieuw meer gas dan een jaar eerder en gaven ze meer uit aan voeding. Ten slotte gaven consumenten meer uit aan diensten.

Binnenlandse consumptie door huishoudens (volume)



Bron: CBS

[StatLine: Bestedingen; consumptie huishoudens](#)

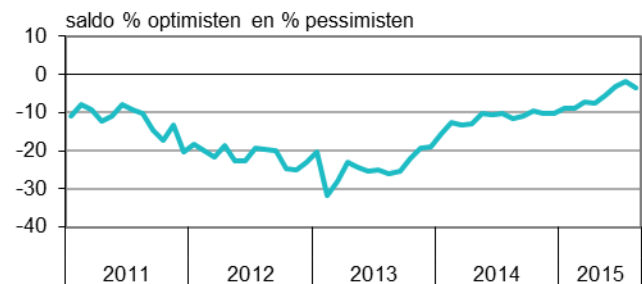
Consument positief, koopbereidheid minder negatief

De afgelopen drie maanden is de stemming van consumenten verder verbeterd. Het vertrouwen staat op het hoogste niveau in acht jaar tijd. Het consumentenvertrouwen kwam in augustus uit op 6, vergelijkbaar met juni en juli. Met 6 ligt het consumentenvertrouwen ruim boven het gemiddelde van de afgelopen twintig jaar (-8).

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).

Over de economie zijn consumenten sinds maart positief. De deelindicator Koopbereidheid is nog altijd negatief, maar wel minder dan eind 2014. De koopbereidheid kwam in augustus uit op -3. Eind 2014 was dat nog -10. Het gemiddelde over de afgelopen twintig jaar staat op -4.

Koopbereidheid consumenten (seizoengecorrigeerd)



Bron: CBS

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

Opmerkingen betreffende deze publicatie

- Deze publicatie is samengesteld op basis van de cijfers die op 4 september 2015 beschikbaar waren. Mogelijk zijn er op het moment van lezen actuelere cijfers, deze kunt u vinden via de links onder de grafieken.
- De cijfers zijn niet seizoengecorrigeerd. Indien dit wel het geval is dan staat dit aangegeven in de tekst/grafiek.

Meer informatie

CBS 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 4 september 2015