

Kwartaalmonitor Detailhandel

Vierde kwartaal 2015

Groei detailhandel gedreven door foodsector en webwinkels

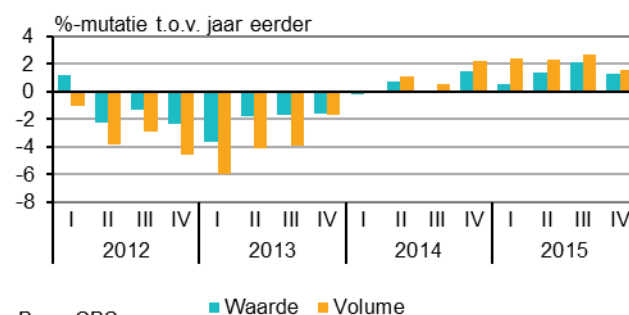
- Totale detailhandel: Omzet- en volumegroei houden aan
- Foodsector: Omzet foodsector groeit gestaag verder
- Non-foodsector: Omzetgroei winkels in non-foodartikelen stagneert
- Internetverkopen: Online omzet groeit verder
- Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen: Vertrouwen consument licht negatief



In het vierde kwartaal van 2015 heeft de detailhandel 1,3 procent meer omgezet dan in dezelfde periode een jaar eerder. Daarmee valt de groei iets lager uit dan een kwartaal eerder. De omzetstijging zat vooral bij de winkels in voedings- en genotmiddelen en de internetwinkels.

Het aantal vacatures in het vierde kwartaal liep weer verder op en er gingen minder detaillisten failliet dan een jaar eerder. De consumptie door huishoudens groeide licht, hoewel de koopbereidheid gedurende het vierde kwartaal verminderde. Het vertrouwen van detaillisten is verder toegenomen en de verwachtingen zijn wederom beter.

Omzetontwikkeling detailhandel



Bron: CBS

StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

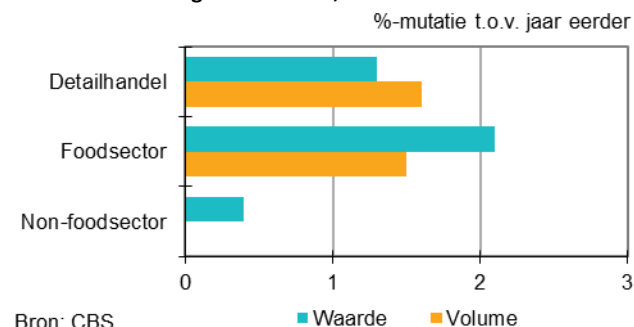
Totale detailhandel

Omzet- en volumegroei houden aan

In het vierde kwartaal van 2015 heeft de detailhandel 1,3 procent meer omgezet dan in dezelfde periode een jaar eerder. Het volume groeide met 1,6 procent nog iets harder dan de omzet, het prijsniveau was ongeveer gelijk aan dat van een jaar eerder. De groei is iets afgenomen ten opzichte van vorig kwartaal, toen de omzet nog 2,1 procent steeg.

De groei zat vooral bij de winkels in voedings- en genotmiddelen, waar de omzet ruim 2 procent hoger was dan het jaar ervoor. Bij de winkels in non-foodartikelen groeide de omzet ook, maar aanzienlijk minder hard dan in voorgaande kwartalen. Naast deze twee categorieën bestaat de detailhandel uit de categorieën benzinestations en niet-in-winkel (o.a. webwinkels).

Omzetontwikkeling detailhandel, vierde kwartaal 2015



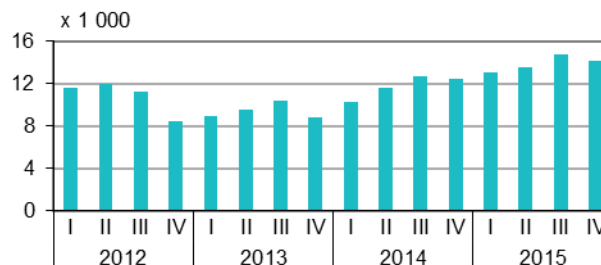
Bron: CBS

StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

Groei in aantal openstaande vacatures

In lijn met voorgaande kwartalen is het aantal openstaande vacatures in het vierde kwartaal van 2015 gestegen ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Sinds vorig jaar nam het aantal vacatures met zo'n 15 procent toe tot ruim 14 duizend. Er ontstonden zo'n 36 duizend vacatures en ongeveer eenzelfde aantal werd vervuld. Beide groeiden met zo'n 4 duizend ten opzichte van het laatste kwartaal van 2014.

Aantal openstaande vacatures



Bron: CBS

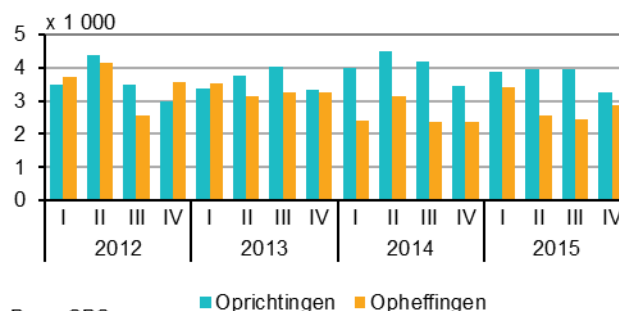
[StatLine: Vacatures](#)

Aanzienlijk meer opheffingen

In het vierde kwartaal van 2015 zijn er een kleine 3300 nieuwe bedrijven gestart in de detailhandel. In vergelijking met het aantal oprichtingen dat plaatsvond in hetzelfde kwartaal van vorig jaar is dat een daling van meer dan 5 procent. Verder sloten in deze branche ruim 2800 bestaande bedrijven hun deuren tijdens het afgelopen kwartaal. Het aantal opheffingen is daarmee met 20 procent gestegen ten opzichte van het vierde kwartaal van 2014.

Toch is het totaal aantal bedrijven in deze branche nog voorzichtig gegroeid in vergelijking met vorig jaar. In totaal telt de detailhandel 113.350 bedrijven aan het eind van het vierde kwartaal van 2015. Dit is een toename van een ongeveer 3 procent ten opzichte van een jaar geleden.

Oprichtingen en opheffingen bedrijven detailhandel



Bron: CBS

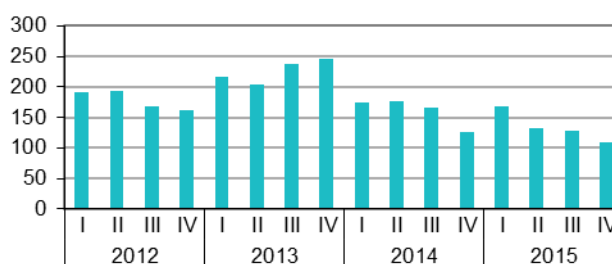
[StatLine: Oprichtingen bedrijven; opheffingen bedrijven](#)

Aantal faillissementen daalt verder

In het vierde kwartaal van 2015 zijn er opnieuw minder detailhandelsbedrijven failliet gegaan. Het aantal bedrijven dat noodgedwongen de deuren sloot kwam uit op 109. Vergeleken met een jaar eerder daalde het aantal faillissementen met ongeveer 15 procent. Ondanks dat het aantal faillissementen daalde, waren er eind december een aantal in het oog springende faillissementen van grote winkelbedrijven in de detailhandel.

Bij de winkels in non-foodartikelen was de daling het grootst (-19%). Er gingen vooral minder winkels in bloemen, planten, tuiartikelen en dierenbenodigdheden (50%) doe-het-zelfartikelen (46%) en meubels en huishoudelijke artikelen (40%) failliet. Bij de winkels in voedings- en genotmiddelen was het aantal faillissementen daarentegen bijna twee keer zo hoog als het jaar ervoor.

Uitgesproken faillissementen detailhandel



Bron: CBS

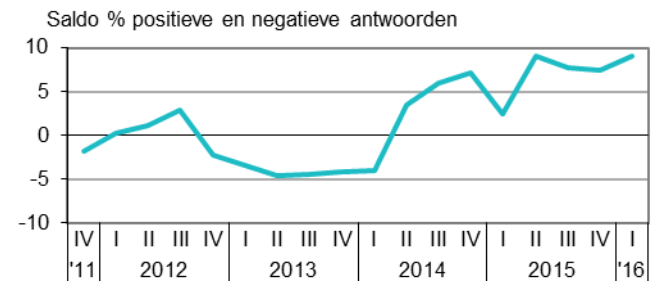
[StatLine: Uitgesproken faillissementen](#)

Vertrouwen detailhandel gestegen

Aan het begin van 2016 zijn ondernemers in de detailhandel voor het achtste kwartaal op rij positief gestemd. Het ondernemersvertrouwen in de detailhandel is aan het begin van het eerste kwartaal +9,0. Aan het begin van het vierde kwartaal was dit +7,4.

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. Over de ontwikkeling van de omzet in het afgelopen kwartaal en de verwachting voor de omzet in het lopende kwartaal zijn ondernemers positiever dan drie maanden geleden. Over de voorraden zijn ondernemers juist iets minder positief.

Ondernemersvertrouwen detailhandel (seizoengecorrigeerd)



Bron: CBS

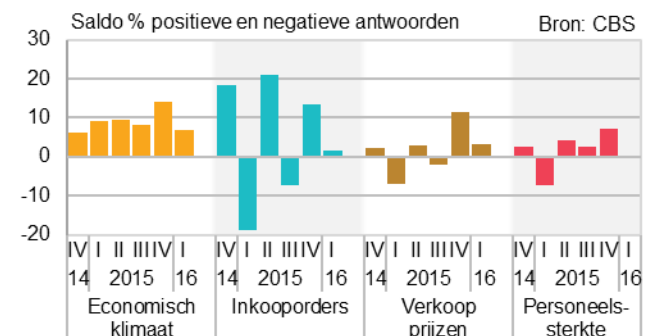
[StatLine: Ondernemersvertrouwen](#)

Ondernemers positiever dan eerste kwartaal vorig jaar

Vergeleken met het eerste kwartaal van vorig jaar zijn ondernemers in de detailhandel positiever gestemd. Terwijl in het eerste kwartaal van vorig jaar per saldo nog een afname van het aantal inkooporders werd verwacht, denken detaillisten dat het aantal inkooporders in het eerste kwartaal van 2016 ongeveer gelijk blijft. Ook verwachten ondernemers per saldo geen verandering in de personeelssterkte, terwijl vorig jaar rond deze tijd een afname werd verwacht.

Over het economisch klimaat zijn ondernemers iets minder positief dan vorig jaar in het eerste kwartaal, maar nog steeds overheerst hier het positieve sentiment. Per saldo verwacht ongeveer 3 procent van de ondernemers een stijging van de verkoopprijzen.

Verwachtingen detailhandel



[StatLine: Conjunctuurenquête Nederland](#)

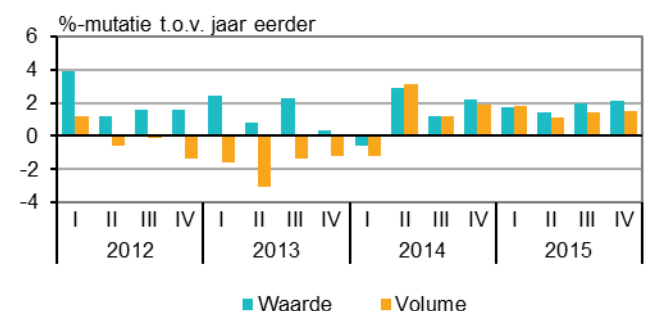
Foodsector

Omzet foodsector groeit gestaag verder

Winkels in voedings- en genotmiddelen hebben in het vierde kwartaal 2,1 procent meer omzet behaald dan in dezelfde periode vorig jaar. Hiermee groeit de omzet gestaag verder. De prijzen van de dagelijkse boodschappen waren 0,6 procent hoger dan een jaar eerder. De verkopen namen met 1,5 procent toe.

Bij de supermarkten, die ruim 85 procent van de omzet uitmaken in de foodsector, groeide de omzet met 1,8 procent ten opzichte van een jaar eerder. De omzet van speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen zit flink in de lift. In het vierde kwartaal beleefden deze winkels de grootste omzetgroei sinds het tweede kwartaal van 2006. De omzet steeg met 3,9 procent ten opzichte van het jaar ervoor. De sterke omzetgroei kwam voornamelijk doordat er 2,9 procent meer producten over de toonbank gingen.

Omzetontwikkeling foodsector



Bron: CBS

[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

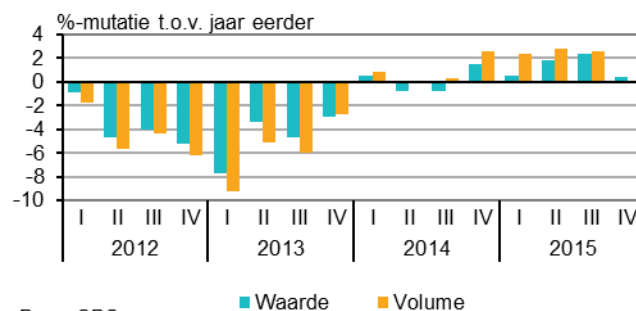
Non-foodsector

Omzetgroei winkels in non-foodartikelen stagneert

De winkels in non-foodartikelen zagen hun groei stagneren in het vierde kwartaal van 2015. De omzet steeg nog wel met 0,4 procent ten opzichte van een jaar eerder, maar de groei was beduidend lager dan in de twee voorgaande kwartalen. De omzetstijging werd volledig veroorzaakt door een toename in de prijzen, het volume bleef ongewijzigd ten opzichte van een jaar eerder.

Vooraf november was een slechte maand voor de winkels in non-foodartikelen. In deze maand werd 4,8 procent minder verkocht dan in dezelfde periode een jaar eerder. Dit leidde tot 4,4 procent minder omzet.

Omzetontwikkeling non-foodsector



Bron: CBS

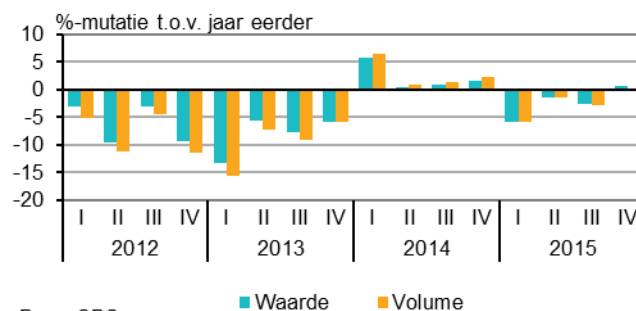
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

Doe-het-zelfzaken zien kleine omzetstijging

Winkels in doe-het-zelf artikelen realiseerden in het vierde kwartaal van 2015 een kleine omzetstijging. Er werd 0,8 procent meer omgezet dan in dezelfde periode een jaar eerder. Het was het enige kwartaal in 2015 waarin de omzet steeg. De omzetgroei kan worden toegeschreven aan een prijsstijging van 0,9 procent. Het volume daalde met 0,1 procent. Over heel 2015 zag de branche de omzet afnemen met 2,2 procent.

De grootste onderliggende deelbranche, de bouwmarkten, boekten 1,1 procent meer omzet dan in dezelfde periode een jaar eerder. Het volume nam met 0,2 procent toe.

Omzetontwikkeling winkels in doe-het-zelfartikelen



Bron: CBS

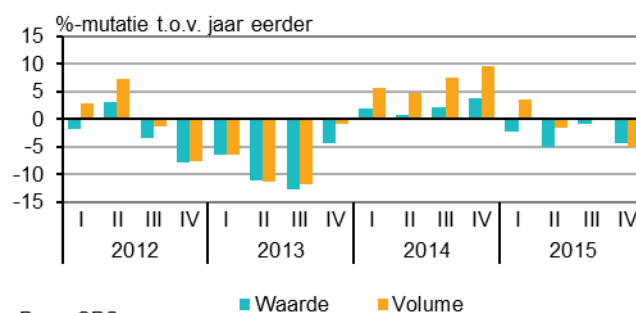
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

Omzetdaling consumentenelektronica zet door

De omzet van winkels in consumentenelektronica zakte in het vierde kwartaal verder in. Al sinds het eerste kwartaal van 2015 kampen de elektronicawinkels met een dalende omzet en ook in het laatste kwartaal nam de omzet af. De winkels zetten ruim 4 procent minder om dan een jaar eerder. Over heel 2015 kromp de omzet met 3,1 procent; een jaar eerder nam de omzet nog met ruim 2 procent toe.

De omzetdaling werd voornamelijk veroorzaakt door de winkels in computers en software, waarvan de omzet in het vierde kwartaal bijna 27 procent lager was dan een jaar eerder. Winkels in wit- en bruingoed behielden daarentegen een kleine omzetstijging van 1 procent.

Omzetontwikkeling winkels in consumentenelektronica



Bron: CBS

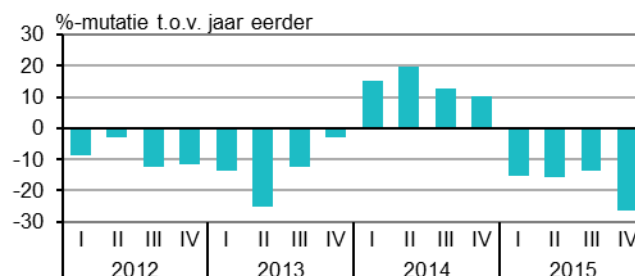
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

Omzet computerwinkels keldert nog verder

De winkels in computers en software zijn een toch al teleurstellend 2015 slecht geëindigd. In het vierde kwartaal daalde de omzet met bijna 27 procent ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Dit is de sterkste krimp sinds het laatste kwartaal van 2004. In de eerste drie kwartalen van 2015 zagen de computerwinkels hun omzet ook al flink afnemen.

Over heel 2015 daalde de omzet van de winkels in computers en software met ruim 18 procent ten opzichte van het jaar ervoor. Het is hiermee het slechtste jaar sinds 2004. De computerwinkels leken in 2014 met een omzetgroei van ruim 14 procent nog de weg omhoog weer gevonden te hebben, maar deze ervaring blijkt van korte duur te zijn geweest.

Omzetontwikkeling winkels in computers en software



Bron: CBS

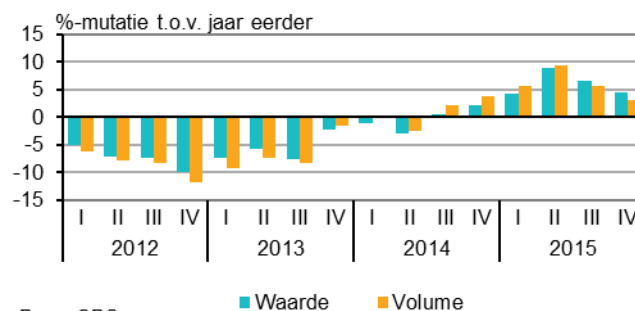
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

Groei woonwinkels houdt aan, maar verliest sterkte

De woonwinkels sloten het vierde kwartaal af met een omzetstijging van 4,5 procent. De groei was in vergelijking met voorgaande kwartalen iets minder sterk. Desondanks kan de woonbranche terugkijken op een goed jaar. De omzetgroei in 2015 kwam uit op ruim 6 procent. Dit is de grootste stijging sinds 2006.

Binnen de woonbranche lieten de keukenwinkels, met een omzetstijging van ruim 9 procent, de sterkste groei zien. De winkels in meubels behaalden ook meer omzet in het vierde kwartaal, met een omzetstijging van 7 procent. De winkels in huishoudelijke artikelen die al een lange tijd kampen met dalende omzet, wisten ook dit kwartaal geen omzetgroei te realiseren. De omzet daalde met bijna 4 procent.

Omzetontwikkeling woonwinkels



Bron: CBS

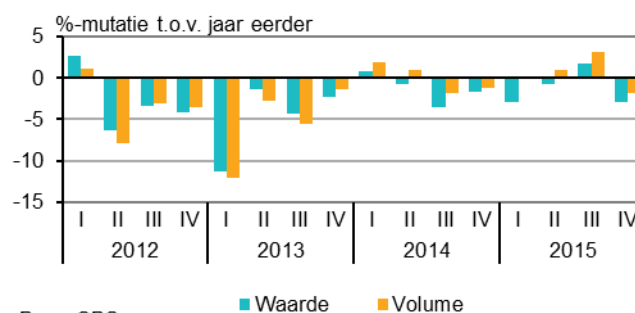
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

Omzetsdaling voor kleding en schoenenbranche

Na een lichte omzetstijging in het derde kwartaal, hebben de winkels in kleding en schoenen het jaar afgesloten met een omzetsdaling. De omzet is in het vierde kwartaal met 2,9 procent gekrompen. De verkopen daalden, bij een negatieve prijsontwikkeling, met 1,9 procent.

In het vierde kwartaal werd bekend dat een aantal schoenenketens in zwaar weer verkeerden. Van alle deelbranches nam de omzet van de schoenenwinkels dan ook met ruim 8 procent het sterkst af. Ook de textielsupermarkten zagen de omzet sterk afnemen. In het vierde kwartaal nam de omzet met ruim 7 procent af. Bij de winkels in bovenkleding bleef de omzetkrimp beperkt met een afname van bijna 2 procent.

Omzetontwikkeling winkels in kleding, schoeisel en textiel



Bron: CBS

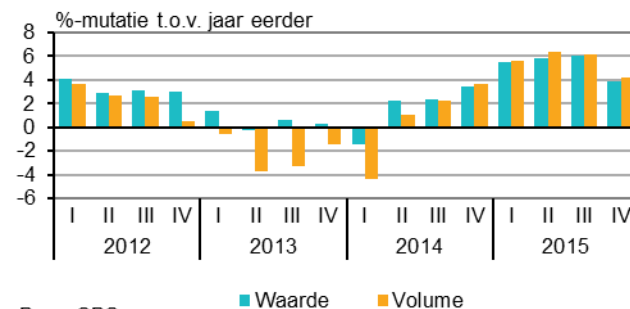
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

Omzetgroei winkels in persoonlijke verzorging loopt terug

De winkels in persoonlijke verzorging zagen hun omzet in het vierde kwartaal wederom stijgen, maar de groei was minder sterk dan in de voorgaande kwartalen. Na drie kwartalen met een groei van meer dan 5 procent, sloten de winkels het vierde kwartaal af met een omzetstijging van 3,9 procent. Over heel 2015 werd een omzetgroei van ruim 5 procent gerealiseerd.

De drogisterijen zagen de omzetgroei in het vierde kwartaal teruglopen van ruim 4 procent naar bijna 2 procent. Drogisterijen wegen binnen deze deelbranche het zwaarst met een omzetaandeel van ruim 70 procent.

Omzetontwikkeling winkels in persoonlijke verzorging



Bron: CBS

StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

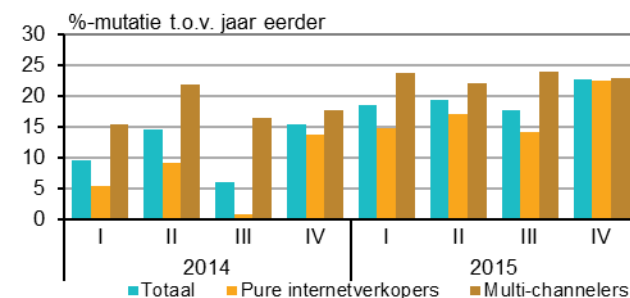
Internetverkop

Online omzet groeit verder

In het vierde kwartaal van 2015 nam de omzet uit online verkopen binnen het midden- en grootbedrijf wederom flink toe. De omzet lag bijna 23 procent hoger dan in dezelfde periode een jaar eerder. Dit was de grootste omzetstijging sinds het begin van de waarneming in 2013.

Zowel de 'pure' webwinkels als de multi-channelers (bedrijven die zowel een fysieke winkel hebben als online verkopen) zagen hun omzet toenemen met ongeveer 23 procent. Het is voor het eerst sinds de start van de waarneming dat de omzetgroei van de 'pure' webwinkels een vergelijkbaar niveau bereikt als van de multi-channelers.

Omzetontwikkeling internetverkop



Bron: CBS

StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling internetverkop

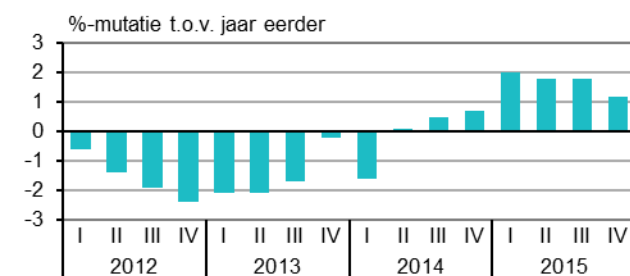
Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen

Consumptie groeit verder

Huishoudens hebben in het vierde kwartaal van 2015 ruim 1 procent meer besteed aan goederen en diensten dan in het vierde kwartaal van 2014. Het consumptievolume is nog wel 2 à 3 procent kleiner dan tijdens de hoogconjunctuur in 2008. De cijfers zijn gecorrigeerd voor prijsveranderingen. Dat consumenten meer besteden dan een jaar eerder is in lijn met de verbetering van de werkgelegenheid en het herstel op de woningmarkt.

Consumenten gaven in het vierde kwartaal van 2015 vooral meer uit aan de inrichting van hun woningen en elektrische apparaten. Ze verbruikten daarentegen minder gas doordat november en december zachter waren dan in 2014. Verder gaven ze wel meer uit aan diensten, zoals horeca, recreatie en cultuur.

Binnenlandse consumptie door huishoudens (volume)



Bron: CBS

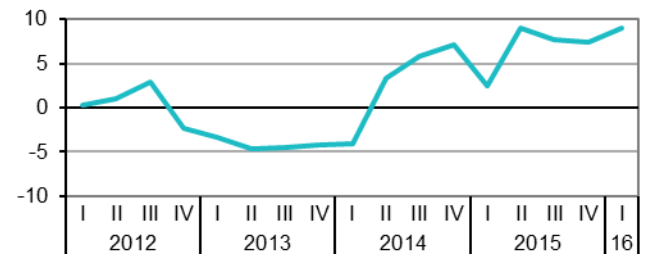
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling internetverkop

Vertrouwen consument licht negatief

De afgelopen drie maanden is de stemming van consumenten verslechterd. Het vertrouwen kwam in februari 2016 uit op -1. Voor het eerst in bijna een jaar is het vertrouwen weer negatief. In november bereikte de stemming onder consumenten met 9 nog het hoogste niveau in ruim 8 jaar.

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. Maar ook het oordeel over het economisch klimaat is de laatste drie maanden gedaald. De koopbereidheid kwam uit op -5. In november was de koopbereidheid nog voor het eerst in 8 jaar positief (1). Het gemiddelde van de koopbereidheid 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 maart 2016 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: [infoservice online](#)
Telefonisch: 088 5707070

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

Colofon

Tekst: Sector bedrijfsstatistieken Den Haag (EBD).
Datum: 4 maart 2016