

# Kwartaalmonitor Detailhandel

Eerste kwartaal 2016

## Groei detailhandel gedreven door foodsector en webwinkels

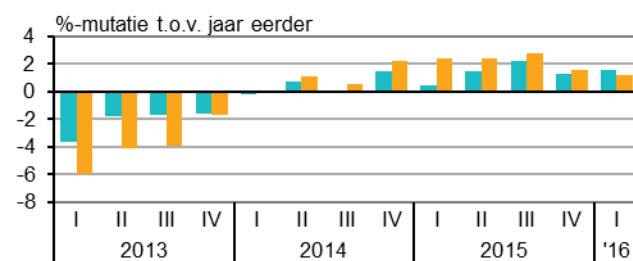
- Totale detailhandel: Foodsector zorgt voor omzetgroei detailhandel
- Foodsector: Paaseffect stuwt omzet foodsector
- Non-foodsector: Omzet winkels in non-foodartikelen blijft gelijk
- Internetverkoop: Omzet internetverkoop blijft sterk groeien
- Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen: Vertrouwen consument licht positief
- Uitgelicht: Bedrijfsresultaat detailhandel gestegen in 2014



In het eerste kwartaal van 2016 nam de omzet van de detailhandel wederom toe in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder. Vooral de winkels in voedings- en genotmiddelen en de webwinkels zetten meer om. De omzet van de winkels in non-foodartikelen was ongeveer gelijk aan een jaar eerder.

Consumenten gaven meer uit aan voedingsmiddelen, elektrische apparaten en aan de inrichting van hun woning. Het vertrouwen van consumenten en ondernemers was weliswaar positief, maar minder dan in voorgaande kwartalen. Daar staat tegenover dat de verwachtingen van ondernemers voor het tweede kwartaal wel zonnig zijn. Er stonden meer vacatures open en er was een kleine stijging in het aantal faillissementen.

### Omzetontwikkeling detailhandel



Bron: CBS

■ Waarde ■ Volume

StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

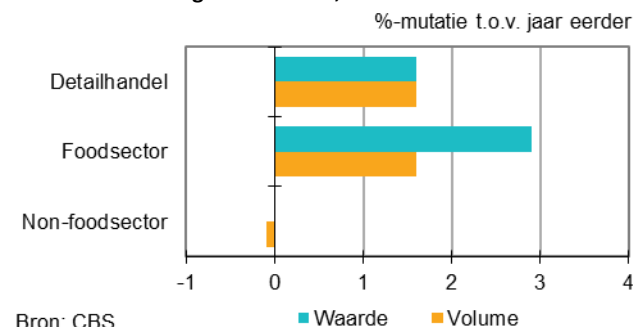
## Totale detailhandel

### Foodsector zorgt voor omzetgroei detailhandel

In het eerste kwartaal van 2016 heeft de detailhandel 1,6 procent meer omzet geboekt dan in dezelfde periode een jaar eerder. De prijzen waren 0,4 procent hoger, de verkopen (volume) groeide met 1,2 procent. Omdat 2016 een schrikkeljaar is telde februari een dag meer dan vorig jaar wat een positieve invloed had op de omzet en de verkopen. Ook viel Pasen dit jaar in het eerste kwartaal; in 2015 was Pasen in april.

Bij de winkels in voedings- en genotmiddelen groeide de omzet met 3 procent ten opzichte van het jaar ervoor. Bij de winkels in non-foodartikelen kwam de omzet op hetzelfde niveau als een jaar eerder. Naast deze twee categorieën bestaat de detailhandel uit de categorieën benzinestations en niet-in-winkel (o.a. webwinkels).

### Omzetontwikkeling detailhandel, eerste kwartaal 2016



Bron: CBS

■ Waarde ■ Volume

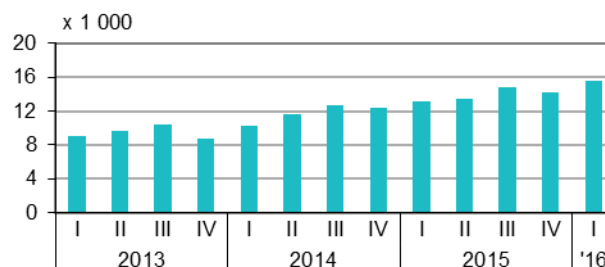
StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

### Aantal openstaande vacatures groeit verder

In het eerste kwartaal van 2016 waren 15,5 duizend vacatures binnen de detailhandel onvervuld. Dit is het hoogste aantal sinds het derde kwartaal van 2008 toen er 19 duizend openstaande vacatures waren. Op het laagste punt, in het laatste kwartaal van 2012, stonden er 8,5 duizend vacatures open.

Het aantal ontstane vacatures ligt al een paar kwartalen op rij rond de 36 duizend. Ook het aantal vervulde vacatures blijft op hetzelfde niveau met ongeveer 35 duizend.

Aantal openstaande vacatures



Bron: CBS

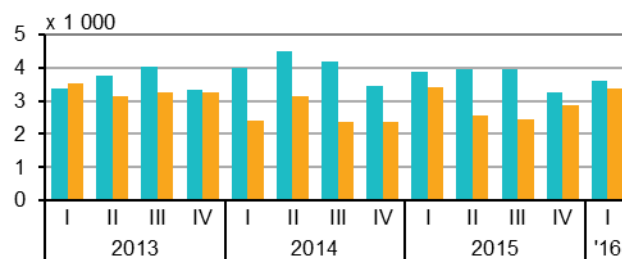
[StatLine: Vacatures](#)

### Minder oprichtingen, maar ook minder opheffingen

Er zijn een kleine 3 600 nieuwe bedrijven opgericht in de detailhandel in het eerste kwartaal. Dat is een daling van het aantal starters van ruim 7 procent in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder. Daarnaast werden in deze branche bijna 3 400 bedrijven opgeheven. Het aantal opheffingen was hiermee 1 procent hoger dan het jaar ervoor. Bijna 90 procent van alle startende bedrijven in de detailhandel telt 1 werkzame persoon; van alle stoppers was ruim 80 procent een bedrijf met maar 1 werkzame persoon.

Het totaal aantal bedrijven in de detailhandel is wederom voorzichtig gegroeid in vergelijking met een jaar geleden, met name door de grote toename van het aantal webwinkels. In totaal telt de detailhandel aan het eind van het eerste kwartaal van dit jaar ruim 113 duizend bedrijven. Dit is een toename van een kleine 3 procent ten opzichte van een jaar geleden.

Oprichtingen en opheffingen bedrijven detailhandel



Bron: CBS

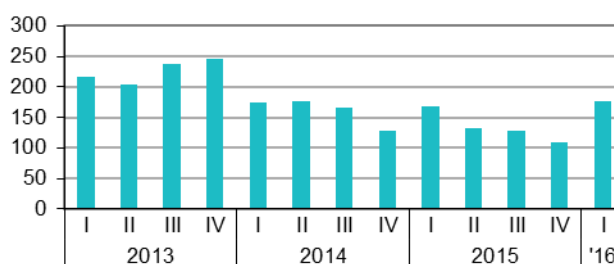
[StatLine: Oprichtingen bedrijven; opheffingen bedrijven](#)

### Kleine toename aantal faillissementen

In het eerste kwartaal van 2016 zijn er binnen de detailhandel iets meer faillissementen uitgesproken dan een jaar eerder. Het aantal faillissementen nam met ongeveer 5 procent toe. Vorig kwartaal daalde het aantal detailhandelsbedrijven dat failliet werd verklaard nog met 15 procent. Dit is dan ook de eerste stijging na 8 kwartalen waarin het aantal faillissementen daalde ten opzichte van het jaar ervoor.

Het aantal faillissementen van winkels in sport- en kampeerartikelen en (brom)fietsen verviervoudigde. Bij winkels in kleding en schoenen nam het aantal faillissementen echter met een kwart af.

Uitgesproken faillissementen detailhandel



Bron: CBS

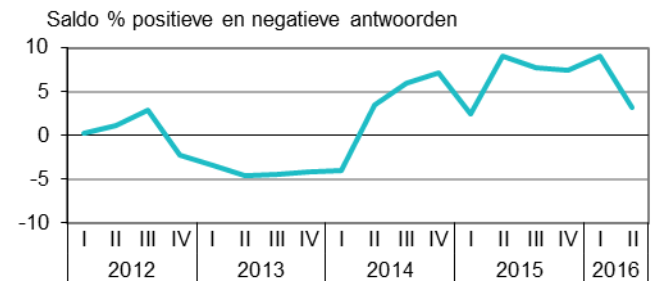
[StatLine: Uitgesproken faillissementen](#)

### Vertrouwen detailhandel gedaald

Het ondernemersvertrouwen in de detailhandel staat aan het begin van het tweede kwartaal, met +3 op een lager niveau dan in de afgelopen vier kwartalen, toen het rond de +8 schommelde. Desondanks is er nog steeds sprake van een positief sentiment. Het sentiment in de detailhandel is inmiddels meer dan twee jaar positief.

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. De daling van het ondernemersvertrouwen wordt veroorzaakt door een minder positief oordeel van de gerealiseerde omzet en minder positieve verwachtingen voor de omzet in het lopende kwartaal.

### Ondernemersvertrouwen detailhandel (seizoengecorrigeerd)



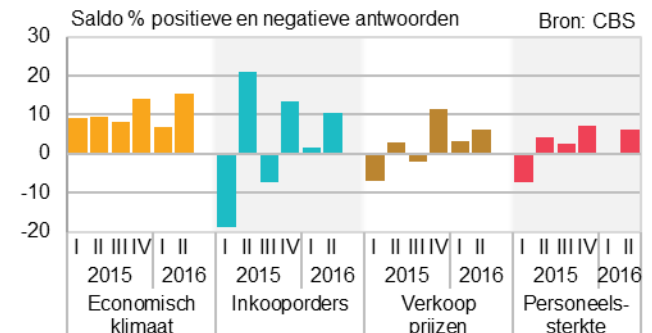
Bron: CBS

StatLine: [Ondernemersvertrouwen](#)

### Positieve verwachtingen overheersen

Per saldo verwacht 16 procent van de ondernemers een verbetering van het economisch klimaat. Ondernemers zijn hierover positiever dan een jaar geleden, toen per saldo 10 procent een verbetering voorzag. Het aantal inkooporders zal naar verwachting ook toenemen. Deze toename is wel minder breed gedragen dan voor het tweede kwartaal van vorig jaar werd verwacht. Per saldo 6 procent van de ondernemers verwacht een groei van het personeelsbestand. Naar verwachting zullen ook de verkoopprijzen iets stijgen.

### Verwachtingen detailhandel



StatLine: [Conjunctuurenquête Nederland](#)

## Foodsector

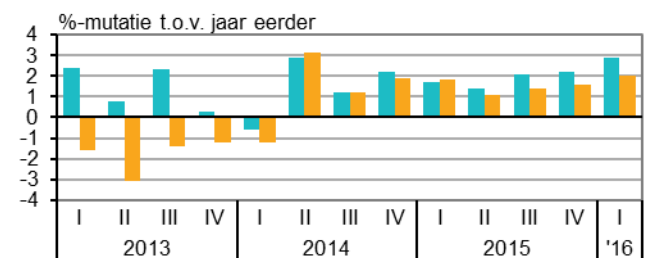
### Paaseffect stuwt omzet foodsector

In het eerste kwartaal van 2016 behaalden de winkels in voedings- en genotmiddelen 2,9 procent meer omzet dan een jaar eerder. Dit is de sterkste groei sinds het tweede kwartaal van 2014. De verkopen groeiden met 2,0 procent, de prijzen van de dagelijkse boodschappen stegen met 0,9 procent.

De omzetgroei is te danken aan het feit dat Pasen dit jaar in het eerste en vorig jaar in het tweede kwartaal viel. Winkels in de foodsector zetten rond Pasen traditioneel meer om.

De supermarkten, die een aandeel van ruim 85 procent hebben in de foodsector, groeiden sterker dan voorgaande kwartalen. De omzet nam met ruim 3 procent toe. Ook bij de speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen steeg de omzet met ruim 2 procent.

### Omzetontwikkeling foodsector



Bron: CBS

StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

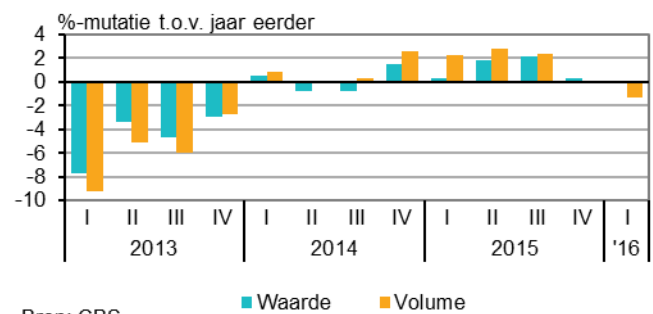
### Non-foodsector

#### Omzet winkels in non-foodartikelen blijft gelijk

De omzet van de non-foodwinkels kwam in het eerste kwartaal van 2016 op hetzelfde niveau uit als een jaar eerder. Er gingen wel minder producten over de toonbank: de verkopen daalden met 1,3 procent. De prijzen van non-foodartikelen namen daarentegen verder toe. Deze lagen gemiddeld 1,3 procent boven het niveau van een jaar eerder.

Vooral in januari werd er minder omgezet door de winkels in non-foodartikelen. In deze maand kromp het volume van de verkopen met bijna 4 procent ten opzichte van een jaar eerder. Dit leidde tot ruim 2 procent minder omzet.

#### Omzetontwikkeling non-foodsector



Bron: CBS

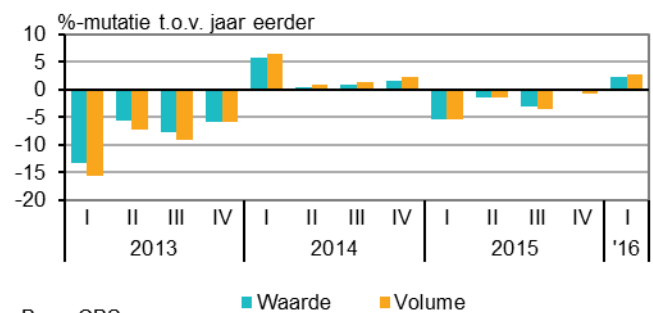
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

#### Doe-het-zelfzaken boeken meer omzet

Winkels in doe-het-zelfartikelen hebben 2,2 procent meer omzet geboekt dan een jaar eerder. Er werd 2,8 procent meer verkocht. Het was voor het eerst sinds het vierde kwartaal van 2014 dat de verkopen toenamen. Daarmee lijken de doe-het-zelfzaken te profiteren van de aantrekkende woningmarkt.

Bij de grootste onderliggende branche, de bouwmarkten, was de omzet ruim 3 procent hoger. Dit was te danken aan een groei in de verkopen, die met bijna 4 procent stegen. De prijzen daalden een procent.

#### Omzetontwikkeling winkels in doe-het-zelfartikelen



Bron: CBS

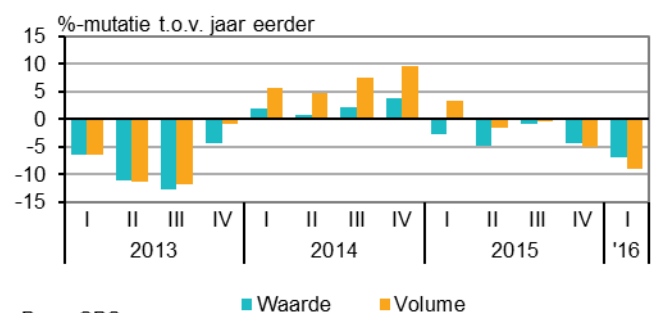
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

#### Omzet consumentenelektronica loopt verder terug

Winkels in consumentenelektronica hebben de negatieve lijn uit 2015 doorgezet. In het eerste kwartaal van 2016 was de omzet 6,8 procent lager dan een jaar eerder. Dit was te wijten aan een volumedaling van 9,0 procent. De prijzen stegen 2,4 procent. Binnen de consumentenelektronicabranche gingen aan het eind van 2015 en het begin van 2016 een aantal grote ketens failliet.

De sterke omzetzaling werd vooral veroorzaakt door winkels in computers en software, die in het eerste kwartaal bijna 30 procent minder omzetten. Winkels in wit- en bruingoed zagen eveneens een omzetzaling, al was deze met bijna 1 procent een stuk minder sterk.

#### Omzetontwikkeling winkels in consumentenelektronica



Bron: CBS

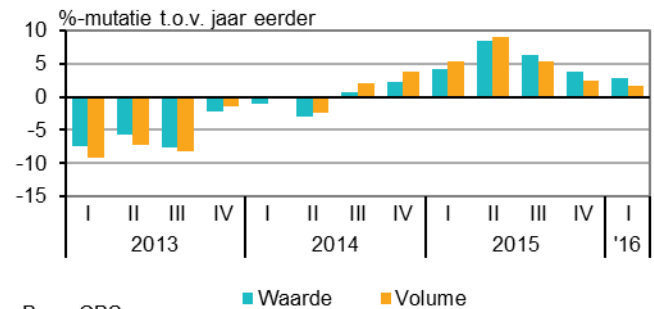
[StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

### Omzet woonwinkels blijft groeien

De woonwinkels behaalden in het eerste kwartaal 2,8 procent meer omzet dan het jaar ervoor. In vergelijking met voorgaande kwartalen was de groei relatief laag. Er werden meer producten verkocht dan een jaar eerder: het volume nam toe met 1,7 procent. Het prijsniveau steeg ook met 1,1 procent ten opzichte van vorig jaar.

Binnen de woonbranche lieten de meubelwinkels de sterkste groei zien, met 5 procent. De keukenwinkels behaalden ook meer omzet in het eerste kwartaal, met een omzetstijging van 4,5 procent. De omzet van winkels in huishoudelijke artikelen blijft krimpen, er werd bijna 4 procent minder omzet behaald dan vorig jaar.

#### Omzetontwikkeling woonwinkels



Bron: CBS

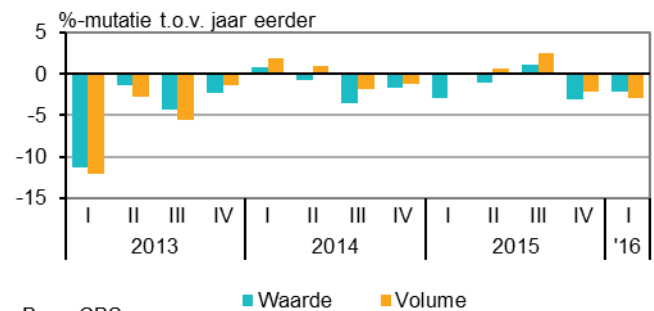
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

### Omzet kleding- en schoenenbranche daalt verder

De omzet van de winkels in kleding en schoenen is in het eerste kwartaal van 2016 opnieuw gedaald. De omzet nam met 2,1 procent af ten opzichte van vorig jaar. Dit was met name toe te schrijven aan de daling in verkopen (volume) van 2,9 procent. De prijzen stegen met 0,9 procent.

Binnen de deelbranches nam de omzet van de schoenenwinkels het sterkst af met ruim 10 procent. De winkels in bovenkleding behaalden een kleine omzetkrimp van 1 procent. Bij de textielsupermarkten was er juist sprake van een omzetstijging. De omzet steeg ruim 2 procent.

#### Omzetontwikkeling winkels in kleding, schoeisel en textiel



Bron: CBS

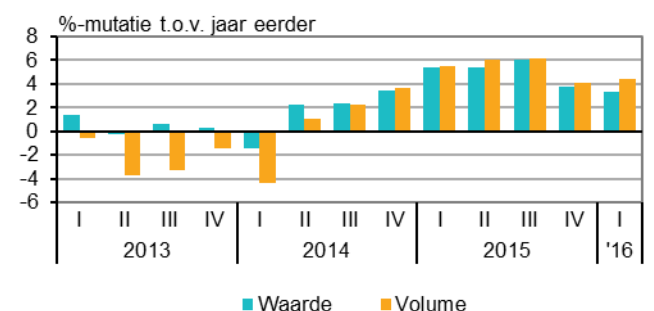
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

### Winkels in persoonlijke verzorging zetten meer om

De omzet van de winkels in persoonlijke verzorging blijft groeien. Ook in het eerste kwartaal van 2016 nam de omzet toe. De omzetstijging was met 3,3 procent wel lager dan in de voorgaande kwartalen. Er werd meer verkocht dan vorig jaar: het volume nam met 4,4 procent toe. De prijzen waren 1,1 procent lager dan een jaar eerder.

De drogisterijen zagen hun omzet met ruim 3 procent toenemen ten opzichte van het jaar ervoor. Drogisterijen hebben binnen deze deelbranche een groot omzetaandeel van ruim 70 procent.

#### Omzetontwikkeling winkels in persoonlijke verzorging



Bron: CBS

StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

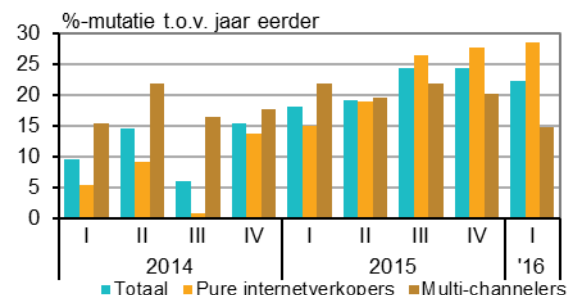
### Internetverkopen

#### Omzet internetverkopen blijft sterk groeien

Ook aan het begin van 2016 is de omzet uit online verkopen binnen het midden- en grootbedrijf sterk toegenomen. In het eerste kwartaal werd er online ruim 22 procent meer verkocht dan een jaar eerder.

Bij de 'pure' internetverkopen was de omzet zelfs bijna 29 procent hoger dan in het eerste kwartaal van 2015. Dit is voor de 'pure' internetverkopers de grootste omzetstijging sinds het begin van de waarneming in 2013. Multi-channelers lieten met bijna 15 procent ook een forse stijging zien. Multi-channelers zijn bedrijven die zowel een fysieke winkel hebben als online verkopen.

#### Omzetontwikkeling internetverkopen



Bron: CBS

StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling internetverkopen](#)

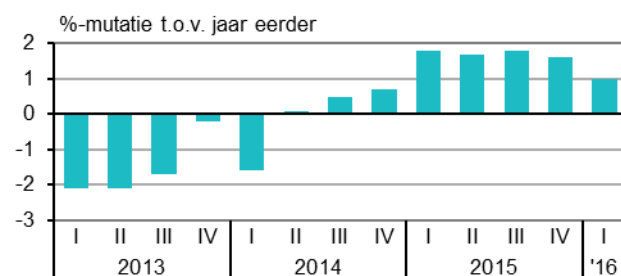
### Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen

#### Consumenten besteden vooral meer aan diensten

Huishoudens hebben in het eerste kwartaal 1 procent meer besteed aan goederen en diensten dan in het eerste kwartaal van 2015. Hoewel de consumptie al zeven kwartalen groeit, is het consumptievolume nog zo'n 3 procent lager 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 eerste kwartaal vooral meer uit aan diensten zoals horeca, recreatie en cultuur. Uitgaven aan diensten maken ruim de helft van de totale binnenlandse consumptieve bestedingen uit. Ook gaven consumenten meer uit aan elektrische apparaten, voedingsmiddelen en aan de inrichting van hun woning.

#### Binnenlandse consumptie door huishoudens (volume)



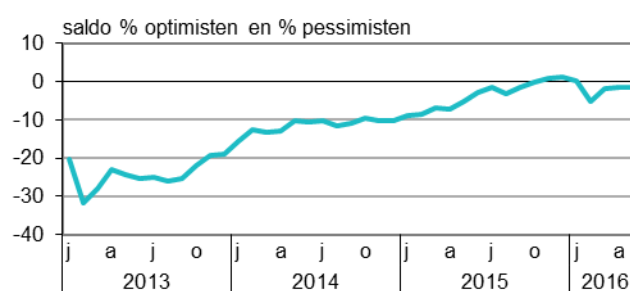
Bron: CBS

StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling internetverkopen](#)

#### Vertrouwen consument licht positief

De afgelopen twee maanden was de stemming van consumenten licht positief. Het vertrouwen kwam in april en mei 2016 uit op +1. Sinds maart 2015 is het vertrouwen vrijwel onafgebroken positief. Alleen in februari en maart van dit jaar waren consumenten negatief. 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). Het oordeel over de economie fluctueert sterker dan het oordeel over de eigen financiële situatie. Over de algemene situatie zijn consumenten sinds maart vrijwel onafgebroken positief. Alleen in maart 2016 waren ze negatief. De koopbereidheid kwam in april en mei uit op -1. In november 2015 was de koopbereidheid nog voor het eerst in 8 jaar positief. Daarna viel de koopbereidheid weer iets terug. Het gemiddelde van de koopbereidheid over de afgelopen twintig jaar staat op -4.

#### Koopbereidheid consumenten (seizoengecorrigeerd)



Bron: CBS

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

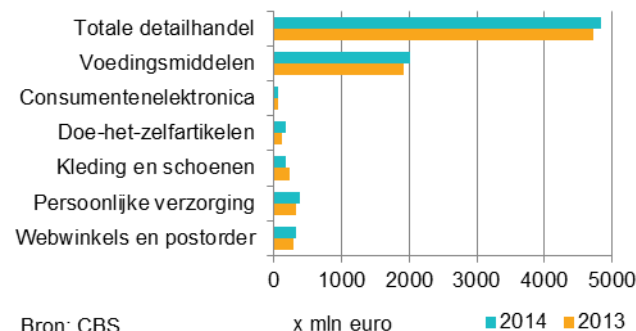
### Uitgelicht

## Bedrijfsresultaat detailhandel gestegen in 2014

De detailhandel heeft in 2014 een bedrijfsresultaat geboekt van ruim 4,8 miljard euro. Hiermee kwam het bedrijfsresultaat 108 miljoen euro hoger uit dan in het jaar ervoor. De toename komt nagenoeg volledig voor rekening van de foodsector, waar het bedrijfsresultaat groeide met 91 miljoen euro.

Behalve de foodsector zagen ook doe-het-zelfzaken, winkels in persoonlijke verzorging en webwinkels en postorderbedrijven het bedrijfsresultaat toenemen. Voor winkels in kleding en schoenen en winkels in consumentenelektronica viel het bedrijfsresultaat in 2014 lager uit het jaar ervoor.

Bedrijfsresultaat detailhandel, 2013-2014



Bron: CBS

x mln euro

■ 2014 ■ 2013

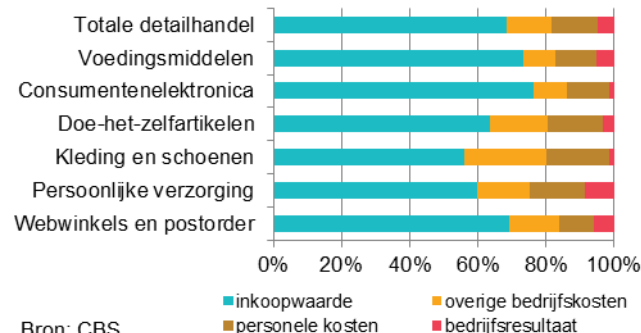
Statline: Arbeids- en financiële gegevens

## Kostenstructuur detailhandel nauwelijks gewijzigd

De stijging van het bedrijfsresultaat binnen de detailhandel wordt voornamelijk veroorzaakt door een toename van de opbrengsten. In de samenstelling van de bedrijfskosten waren er over de gehele branche genomen nauwelijks wijzigingen.

Het bedrijfsresultaat was in verhouding tot de opbrengsten het hoogst voor de winkels in persoonlijke verzorging en de webwinkels en postorderbedrijven. Het laagst was het bedrijfsresultaat bij de winkels in consumentenelektronica en de winkels in kleding en schoenen. In het geval van de kleding- en schoenenbranche had dit voornamelijk te maken met relatief hoge personele kosten en overige bedrijfskosten, zoals huisvestingskosten. De inkoopwaarde van de omzet was in deze branche juist relatief laag.

Structuur van bedrijfskosten en -resultaat, 2014



Bron: CBS

■ inkoopwaarde ■ overige bedrijfskosten  
■ personele kosten ■ bedrijfsresultaat

Statline: Arbeids- en financiële gegevens

### Opmerkingen betreffende deze publicatie

- Deze publicatie is samengesteld op basis van de cijfers die op 3 juni 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](http://infoserviceonline.nl)

Telefonisch: 088 5707070

Media:

CBS Persdienst: [persdienst@cbs.nl](mailto:persdienst@cbs.nl)

Telefonisch: 070 3374444

### Colofon

Tekst: Sector bedrijfsstatistieken Den Haag (EBD).

Datum: 3 juni 2016