

# Stand van de Retail

*...Cijfers, grafieken en duidingen over de detailhandel*

**Sonny Duijn**  
Sector Econoom  
Retail & Leisure

**Sector Advisory**  
*Maart 2017*



# Stand van de Retail – Stijging van vertrouwen en bestedingen van consument

27 maart 2017

## Inhoudsopgave

sheet

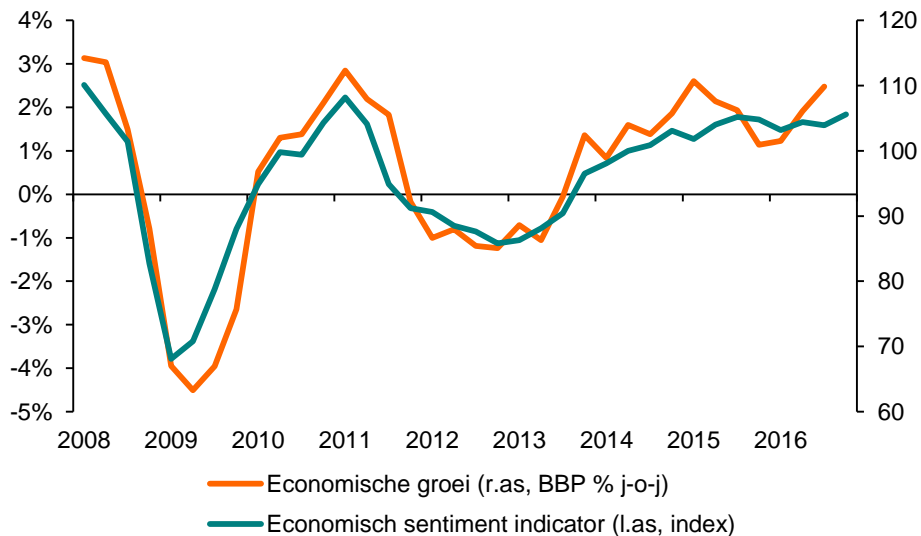


<b>1</b>	<b>Macro-economie</b>	 ▶ <b>2,4% groei voor Nederlandse economie in 2017</b>	3
<b>2</b>	<b>Vertrouwen en bestedingen</b>	 ▶ <b>Consumentenvertrouwen neemt toe</b>	4
<b>3</b>	<b>Overige macro-indicatoren</b>	 ▶ <b>Werkloosheid, woningmarkt, faillissementen, koopkracht</b>	5
<b>4</b>	<b>Sectorbeeld</b>	 ▶ <b>Meer verkopen in januari en februari</b>	6
<b>5</b>	<b>Uitgelicht</b>	 ▶ <b>Groei detailhandel voor '17 en '18 verwacht</b>	7
<b>6</b>	<b>Actualiteit</b>	 ▶ <b>In het nieuws, de afgelopen tijd</b>	8, 9
<b>7</b>	<b>Insights</b>	 ▶ <b>Laatste berichten op Insights</b>	10
	<i>Appendix</i>	▶ <i>Contactgegevens, disclaimer en extra informatie</i>	11

# 1 Macro-economie - Nederland

## Prognose voor Nederlandse economie: 2,4% groei in 2017

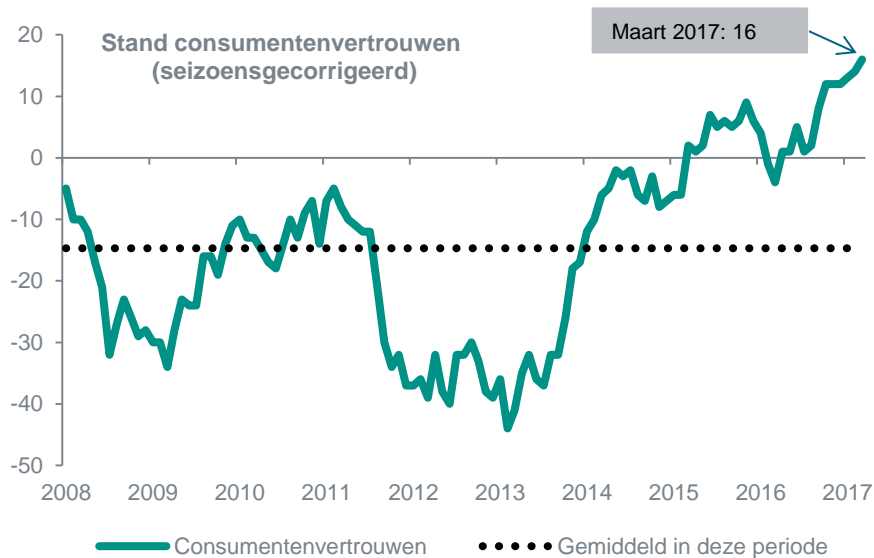
Mutaties j.o.j	2015	2016	2017*	2018*
BBP	2,0	2,2**	<b>2,4</b>	<b>1,9</b>
Particuliere consumptie	1,8	1,7	<b>2,1</b>	<b>1,5</b>
Overheidsconsumptie	0,2	0,8	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>
Investeringen	9,9	4,8	<b>3,0</b>	<b>3,0</b>
Uitvoer	5,0	3,5	<b>4,1</b>	<b>4,2</b>
Invoer	5,8	3,7	<b>4,5</b>	<b>4,5</b>
Consumentenprijzen (CPI)	0,6	0,3	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>
Consumentenprijzen (HICP)	0,2	0,1	<b>1,1</b>	<b>1,6</b>
Lonen particuliere sector	1,2	1,7	<b>1,8</b>	<b>2,0</b>



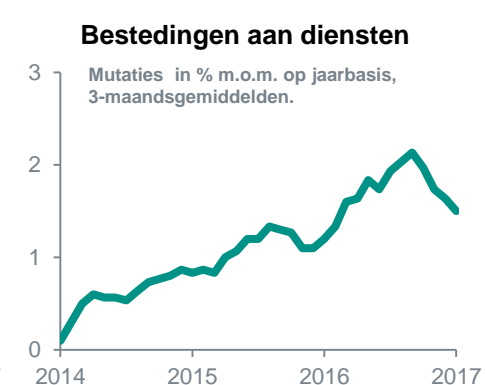
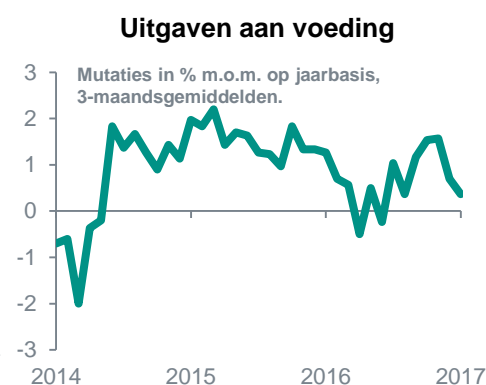
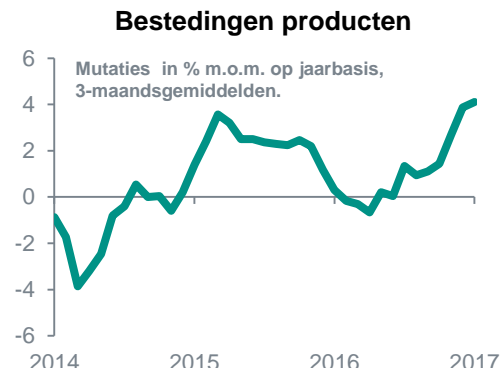
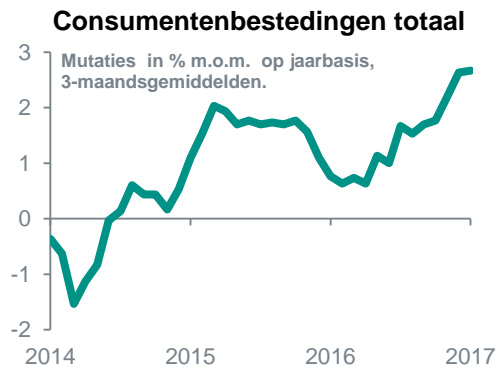
- ▶ Veel indicatoren van het ondernemersvertrouwen zijn de laatste maanden flink verbeterd. Sommige indicatoren liggen bovendien ruim boven hun langtermijngemiddelde of ruim boven het omslagpunt tussen krimp en groei. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor de ISM-inkoopmanagersindex in de VS, de Duitse Ifo-index en de Economisch-Sentimentindicator in de eurozone.
- ▶ Bij een aanhoudende stand van de leidende barometers op dit niveau valt de economische groei dit jaar hoger uit dan we eerder verwachtten, ook als de economische groei na het eerste kwartaal van 2017 zou terugvallen.
- ▶ In Nederland laten de 'barometers' eveneens een opvallende stijging zien. Dat geldt vooral voor de inkoopmanagersindex (PMI) voor de industrie en de Economisch-Sentimentindicator (ESI). In februari steeg de PMI verder naar 58,3 – ruim boven de '50', de waarde die de omslag markeert tussen krimp en groei.
- ▶ De economische groei (jaar-op-jaar) in het laatste kwartaal van 2016 bedroeg 2,3%. De groei loopt mogelijk in het eerste kwartaal 2017 verder op. De recente cijfers boden voor ABN AMRO reden om de prognose voor de BBP-groei in 2017 te verhogen naar 2,4% (van 1¾%). Voor 2018 gaan wij uit van een BBP-groei van 1,8%.

## 2 Consumentenvertrouwen en consumentenbestedingen

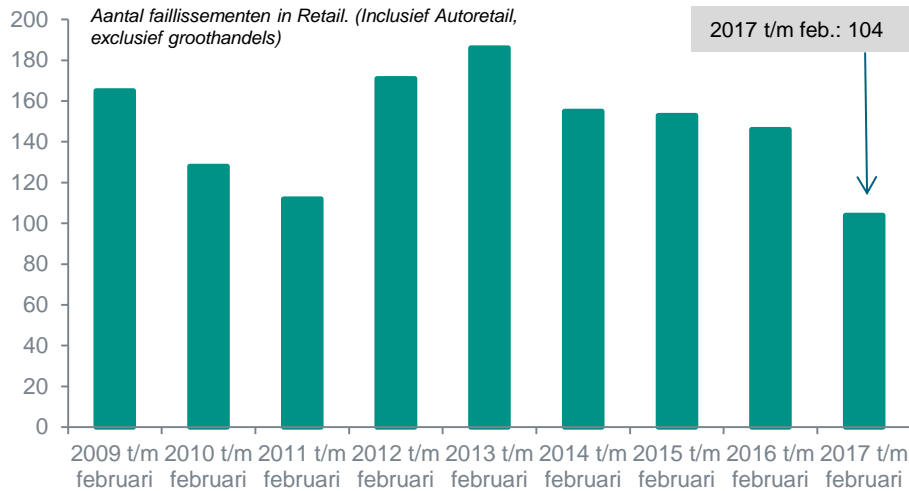
### Consumentenvertrouwen stijgt wederom, bestedingen nemen ook toe



- ▶ De cijfers over het consumentenvertrouwen in maart bevestigden nogmaals het grote vertrouwen van de consument in de economie. De score van 16 was het hoogste punt sinds juni 2007.
- ▶ Consumenten zijn goedgeluimd over de economie en zien de huidige periode als gunstig voor grote aankopen. Sterker nog: de score voor 'gunstige tijd voor grote aankopen' staat op het hoogste punt sinds mei 2001.
- ▶ Ook de bestedingen zitten in de lift. De consumentenbestedingen stegen in januari met 2,7% ten opzichte van dezelfde maand een jaar eerder. Vooral de bestedingen aan producten namen toe: zo gaf de consument meer uit aan kleding, voertuigen en vooral woninginrichting. Uitgaven aan huishoudelijke artikelen daalden wel. De bestedingen aan voeding en 'diensten' namen toe.

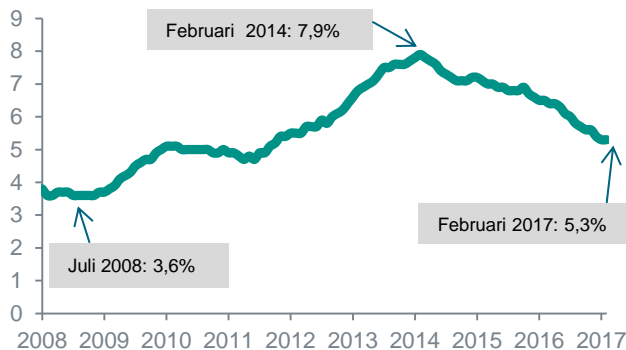


## Aantal faillissementen in Retail lager dan in voorgaande jaren

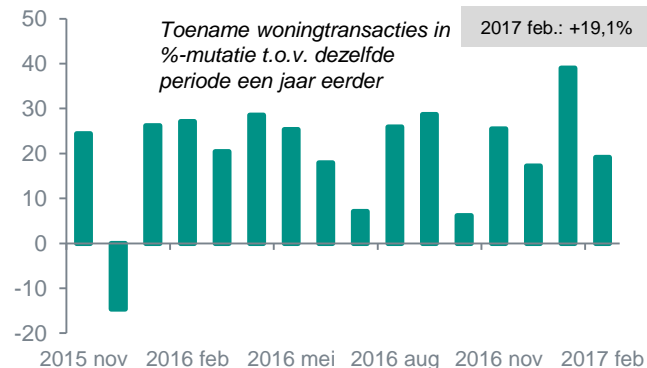


- ▶ In de eerste maanden van het jaar waren er in de detailhandel minder faillissementen dan in dezelfde periode van eerdere jaren. Dit komt voort uit de gunstige economische omstandigheden. Daarbij speelt mee dat – vanwege de hoge component vaste kosten – extra inkomsten voor retailers vaak direct bijdragen aan de absolute winstgevendheid en de kasstromen.
- ▶ Vorig jaar bereikte het aantal faillissementen in de sector al het laagste niveau sinds 2008. Toch blijft waakzaamheid geboden. In meerdere Retail-branches is sprake van druk op de kasstromen. Nog steeds heeft een aantal retailbedrijven moeite om het hoofd boven water te houden. Retailers die onvoldoende onderscheidend vermogen bieden, profiteren slechts beperkt van de economische groei.

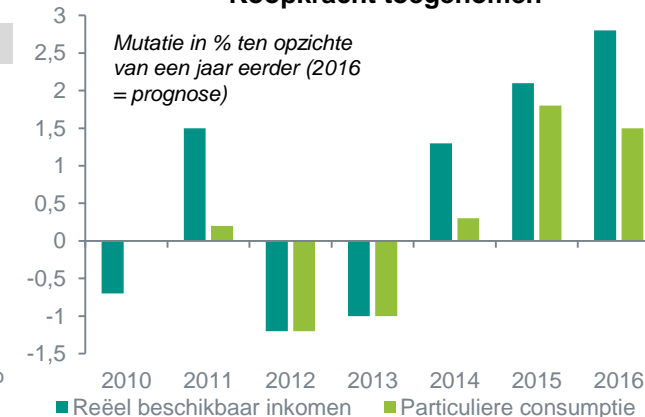
## Werkloosheid (als % beroepsbevolking)\*



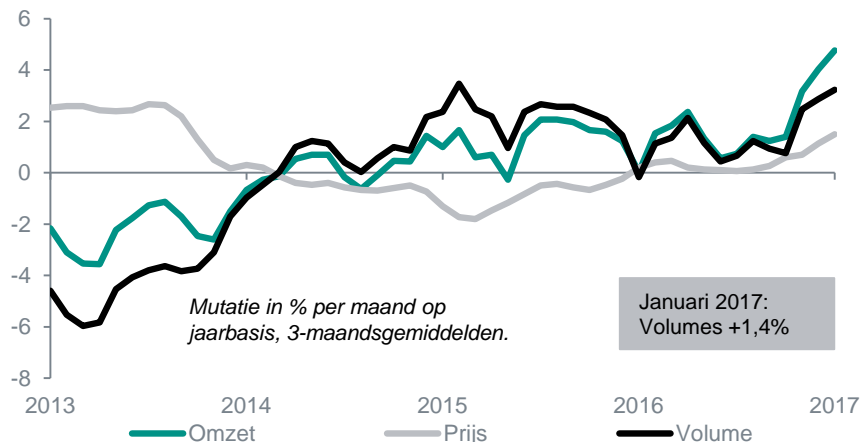
## Stevige toename woningtransacties



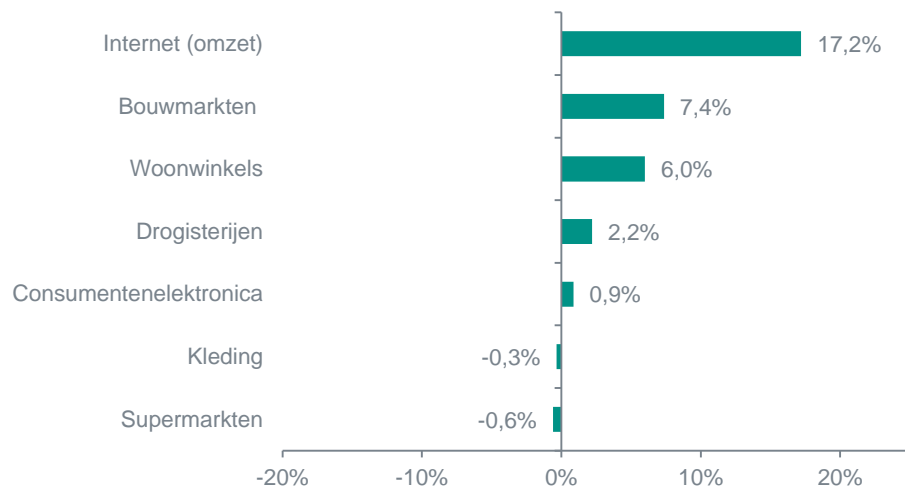
## Koopkracht toegenomen



## Detailhandel begint jaar met duidelijke groei verkopen



## Ontwikkeling verkoopvolumes in januari 2017\*



- ▶ De detailhandel is het jaar flitsend begonnen, met volumegroei voor de meeste branches. Ondanks een ongunstige samenstelling van kooldagen lagen de verkoopvolumes in januari 1,4% hoger dan in dezelfde maand een jaar eerder. De omzetgroei bedroeg zelfs 3,4%. Koopdaggecorrigeerd zou zelfs een volumegroei van 3,2% en een omzetgroei van 5% ontstaan. Het grote vertrouwen van de consument speelt hierbij een positieve rol. Wij verwachten dat de volumegroei over het gehele jaar 2017 uitkomt op 1,5%.
- ▶ **Bouwmarkten** en **woonwinkels** profiteerden met een flinke volumegroei in januari opnieuw van de groei van de woningverkoop in deze maanden. In 2016 hadden beide branches daar ook profijt van.
- ▶ **Winkels in consumentenelektronica** zagen – na de flinke min van vorig jaar – de volumes januari met 0,9% toenemen op jaarbasis. Door de prijsdruk daalde de omzet licht, maar gecorrigeerd voor de samenstelling van kooldagen was ook een toename van de omzet te zien.
- ▶ **Kledingwinkels** startten het jaar met 0,3% volumekrimp, maar dit kwam door de ongunstige samenstelling van kooldagen. Bovendien lagen de prijzen die kledingwinkels rekenden liefst 3% hoger dan in januari vorig jaar. De omzetgroei bedroeg 2,6%. Het is belangrijk voor kledingwinkels om in deze competitieve markt de prijzen te kunnen verhogen, omdat de winstmarges flinterdun of zelfs negatief zijn.

## Publicatie: verdere groei voor verkoopvolumes Retail in 2017 en 2018



## Retail

Retail groeit, maar concurrentie is groot. In de detailhandel wordt meer dan EUR 100 miljard omzet gemaakt. Dankzij de groei van de bestedingen door de consument verwachten wij voor 2017 en 2018 opnieuw groei voor deze sector. Niettemin zijn er uitdagingen: de concurrentie is groot, en de winstmarges en kasstromen zijn dun. In 2016 kwamen 23% minder passanten in de winkelstraat dan tien jaar eerder. De verdere groei van online, logistieke uitdagingen, de vergrijzing, het gebruik van technologie en locatiebeleid zijn aandachtspunten. Onderscheidend vermogen is cruciaal: niet alleen voor retailers, maar ook voor winkelgebieden.

Prognoses Retail 2017 &amp; 2018

## BRANCHES

- > Autoretail
- > Bouwmarkten
- > Drogisterijen
- > Groothandel non-food
- > Kledingwinkels
- > Schoenenwinkels
- > Supermarkten
- > Winkels in consumentenelektronica
- > Woonwinkels

Ontwikkeling volumes j.o.j.	2015	2016	2017*	2018*
Detailhandel	2,3	1,4	<b>1,5</b>	<b>1,3</b>
Supermarkten	1,6	0,9	<b>1,3</b>	<b>1</b>
Speciaalzaak in voeding	0,7	0,3	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>
Autoretail (omzet)	9	1,3	<b>2</b>	<b>1</b>
Kledingwinkel	1,3	3	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>
Schoenenwinkel	-4,2	-9,2	<b>-2</b>	<b>-1</b>
Groothandels non-food**	7,7	6,6	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>
Woonwinkels	5,5	2,1	<b>1,3</b>	<b>1</b>
Bouwmarkten	-0,9	6	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>
Drogisterij	4,4	2	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>
Cons. elektronica	-0,9	-3,5	<b>-0,5</b>	<b>0</b>
Online retail**	21,7	18,6	<b>16</b>	<b>15</b>

- ▶ Wij verwachten dat de verkoopvolumes in Retail ook in 2017 en 2018 groeien. De toename van de bestedingen door consumenten speelt hierbij een duidelijke rol, evenals het grote vertrouwen van de consument.
- ▶ Dit biedt lucht voor de sector: extra inkomsten dragen vaak direct bij aan de absolute winstgevendheid en de kasstromen. De sector staat niettemin voor uitdagingen, zoals het gedaalde aantal passanten in de winkelstraat en de vergrijzing.
- ▶ Horeca kan daarbij de winkelstraat versterken. Denk daarbij ook aan mengvormen tussen Retail en horeca. Op sommige plekken is al een overvloed aan horeca of biedt dit vanwege de locatie geen uitkomst, maar veel plekken kunnen hier nog winst behalen.
- ▶ Wij verwachten bijvoorbeeld voor kledingwinkels en supermarkten groei. Voor hen zijn er ook uitdagingen. Alle economische en strategische trends hebben wij voor diverse branches in kaart gebracht en vernieuwd. Deze zijn te vinden op de [Retail-pagina](#) op Insights.
- ▶ Voor online verwachten we wederom een forse groei. Niettemin geloven wij vooral in de combinatie van fysiek en online, goed geïntegreerd binnen omnichannel.
- ▶ Onder meer de verdere groei van online, logistieke vraagstukken, de vergrijzing, het gebruik van technologie en locatiebeleid zijn aandachtspunten.

## Een greep uit het nieuws in de afgelopen periode

Online slagerij denkt aan fysieke winkels



Aantal schoenenwinkels daalt, maar er zijn ook kansen



Kunstmatige intelligentie bij bevoorrading supermarkt



Verkoop occasions daalt in eerste maanden

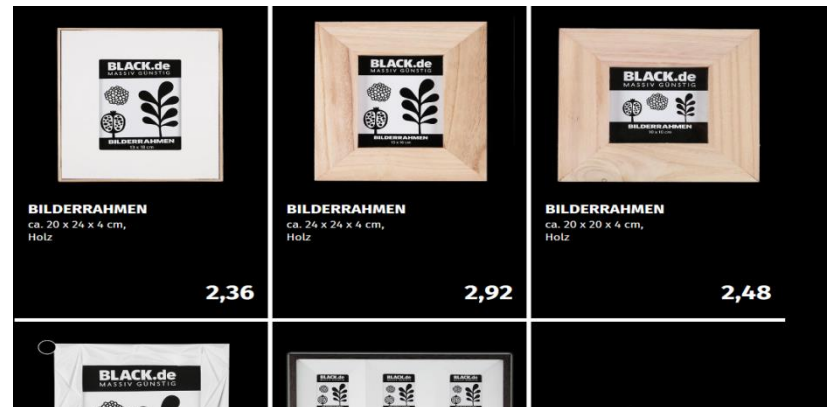




## Een greep uit het nieuws in de afgelopen periode

Kansen voor e-commerce in het buitenlandDeel winkels van The Phone House verkocht

# The Phone House

Concurrent voor Action in DuitslandGemak en plezier zijn belangrijk in supermarkt

## Laatste Retail-berichten op [Insights.abnamro.nl/retail](https://insights.abnamro.nl/retail)

Insights

Zoeken... Q

Economie Sectoren Grondstoffen Nieuwsbrief Contact NL | EN

**Retail**

Sector vertoont dubbel beeld

Retail is een van de sectoren binnen de economie die zeer dicht bij de consument staat. In de detailhandel wordt zo'n EUR 100 miljard omzet gemaakt. Met een verbetering van het economische klimaat worden er meer producten verkocht, maar er zijn de grote uitdagingen: de opkomst van internet, de leegstand, de faillissementen en de concurrentie. Wij voorzien groei in 2016 en 2017 dankzij de betere economische omstandigheden, maar het blijft moeilijk om winstmarges te verhogen.

**BRANCHES**

- > Autoretail
- > Groothandel non-food
- > Supermarkten
- > Bouwmarkten
- > Kledingwinkels
- > Winkels in consumentenelektronica
- > Drogisterijen
- > Schoenenwinkels
- > Woonwinkels

COLUMN, 13 FEB 2017  
**Bouwmarkt staat voor keuze**  
DOOR: SONNY DUJIN

COLUMN, 26 JAN 2017  
**Omnichannel voor meeste Retailers vergezocht**  
DOOR: SONNY DUJIN

Feedback

- ▶ [Retail groeit verder, horeca versterkt winkelstraat](#)
- ▶ [Concurrentie noopt schoenenbranche tot vernieuwing](#)
- ▶ [E-commerce over de grens: kansen voor Retailers](#)
- ▶ [Optimisme consument stuwt verkopen, maar niet voor iedereen](#)
- ▶ [Bouwmarkt staat voor keuze](#)
- ▶ [Omnichannel voor meeste Retailers vergezocht](#)
- ▶ [Leegstand in Retail afgenomen met regionale verschillen](#)
- ▶ [Mooie kerstbonus voor Retailers](#)
- ▶ [Private Lease: geen vetpot voor de merkdealer](#)
- ▶ [Dutch Design Week 2016: Vormgeven aan toekomst](#)

## ABN AMRO Sector Advisory

	Sander van Wijk	<i>Hoofd Sector Advisory</i>	sander.van.wijk@nl.abnamro.com				
	-----	<i>Hoofd Sector Research</i>					
	Maria Gambin Andres	<i>Secretaresse</i>	maria.gambin.andres@nl.abnamro.com				
<b>Industrie</b>	David Kemps	<i>Sector Banker</i>	david.kemps@nl.abnamro.com	<b>Retail</b>	Henk Hofstede	<i>Sector Banker</i>	henk.hofstede@nl.abnamro.com
	Casper Burgering	<i>Sector Econoom</i>	casper.burgering@nl.abnamro.com		Sonny Duijn	<i>Sector Econoom</i>	sonny.duijn@nl.abnamro.com
	Roderick Vos	<i>Sector Analist</i>	roderick.vos@nl.abnamro.com		Saskia van de Scheur	<i>Sector Analist</i>	saskia.van.de.scheur@nl.abnamro.com
<b>Bouw</b>	Petran van Heul	<i>Sector Banker</i>	petran.van.heul@nl.abnamro.com	<b>Leisure</b>	Stef Driessen	<i>Sector Banker</i>	stef.driessen@nl.abnamro.com
	Madeline Buijs	<i>Sector Econoom</i>	madeline.buijs@nl.abnamro.com		Sonny Duijn	<i>Sector Econoom</i>	sonny.duijn@nl.abnamro.com
	-----	<i>Sector Analist</i>			Saskia van de Scheur	<i>Sector Analist</i>	saskia.van.de.scheur@nl.abnamro.com
<b>Transport &amp; Logistiek</b>	Bart Banning	<i>Sector Banker</i>	bart.banning@nl.abnamro.com	<b>Food</b>	Rob Morren	<i>Sector Banker</i>	rob.morren@nl.abnamro.com
	Madeline Buijs	<i>Sector Econoom</i>	madeline.buijs@nl.abnamro.com		Nadia Menkveld	<i>Sector Econoom</i>	nadia.menkveld@nl.abnamro.com
	-----	<i>Sector Analist</i>			Martijn Leguit	<i>Sector Analist</i>	martijn.leguit@nl.abnamro.com
<b>TMT</b>	Steven Peters	<i>Sector Banker</i>	steven.peters@nl.abnamro.com	<b>Agrarisch</b>	Pierre Berntsen	<i>Sector Banker</i>	pj.berntsen@nl.abnamro.com
	Kasper Buiting	<i>Sector Econoom</i>	kasper.buiting@nl.abnamro.com		Jan de Ruyter	<i>Sector Banker</i>	jan.de.ruyter@nl.abnamro.com
	Frederieke van Oppen	<i>Sector Analist</i>	frederieke.van.oppen@nl.abnamro.com		Nadia Menkveld	<i>Sector Econoom</i>	nadia.menkveld@nl.abnamro.com
<b>Zakelijke diensten</b>	Han Mesters	<i>Sector Banker</i>	han.mesters@nl.abnamro.com		Martijn Leguit	<i>Sector Analist</i>	martijn.leguit@nl.abnamro.com
	Kasper Buiting	<i>Sector Econoom</i>	kasper.buiting@nl.abnamro.com				
	Frederieke van Oppen	<i>Sector Analist</i>	frederieke.van.oppen@nl.abnamro.com				

Voor meer sectorkennis, zie [abnamro.insights.nl](http://abnamro.insights.nl)



en volg ons op



via [ABNAMROSectorkennis](https://twitter.com/ABNAMROSectorkennis)

### Disclaimer

This document has been prepared by ABN AMRO. It is solely intended to provide financial and general information on the sector developments in the Netherlands. The information in this document is strictly proprietary and is being supplied to you solely for your information. It may not (in whole or in part) be reproduced, distributed or passed to a third party or used for any other purposes than stated above. This document is informative in nature and does not constitute an offer of securities to the public, nor a solicitation to make such an offer.

No reliance may be placed for any purposes whatsoever on the information, opinions, forecasts and assumptions contained in the document or on its completeness, accuracy or fairness. No representation or warranty, express or implied, is given by or on behalf of ABN AMRO, or any of its directors, officers, agents, affiliates, group companies, or employees as to the accuracy or completeness of the information contained in this document and no liability is accepted for any loss, arising, directly or indirectly, from any use of such information. The views and opinions expressed herein may be subject to change at any given time and ABN AMRO is under no obligation to update the information contained in this document after the date thereof.

Before investing in any product of ABN AMRO Bank N.V., you should obtain information on various financial and other risks and any possible restrictions that you and your investments activities may encounter under applicable laws and regulations. If, after reading this document, you consider investing in a product, you are advised to discuss such an investment with your relationship manager or personal advisor and check whether the relevant product –considering the risks involved- is appropriate within your investment activities. The value of your investments may fluctuate. Past performance is no guarantee for future returns. ABN AMRO reserves the right to make amendments to this material.

© ABN AMRO, 2017

Teksten zijn afgesloten op 16 februari 2017