

Kwartaalmonitor Detailhandel

Derde kwartaal 2016

Kleine groei omzet detailhandel

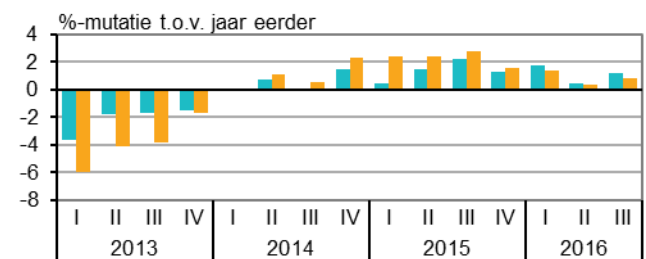
- Totale detailhandel: Lichte omzet- en volumegroei detailhandel
- Foodsector: Beste derde kwartaal sinds 2008
- Non-foodsector: Al twee kwartalen omzetzak bij winkels in non-foodartikelen
- Internetverkoop: Online omzetgroei vlak wat af
- Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen: Vertrouwen consument licht positief



In het derde kwartaal van 2016 heeft de detailhandel 1,2 procent meer omzet geboekt dan in hetzelfde kwartaal van 2015. Daarmee groeit de omzet al acht kwartalen op rij. Ook namen de verkopen (het volume) weer toe. De volumegroei kwam uit op 0,8 procent. Binnen de detailhandel was vooral de omzet bij de winkels in voedings- en genotmiddelen en een aantal deelbranches in de non-food, zoals de doe-het-zelfzaken en de woonwinkels, hoger. Daarnaast nam de online omzet ook toe, al was de groei wel wat minder groot dan in voorgaande kwartalen.

Het aantal detailhandelsbedrijven dat een faillissement aanvraag was op het laagste niveau in dertien jaar en het aantal openstaande vacatures was gelijk aan het niveau van voor de crisis. Zowel consumenten als ondernemers waren positief gestemd. Het aantal bedrijven binnen de detailhandel nam met 2 procent toe naar ongeveer 115 duizend.

Omzetontwikkeling detailhandel



Bron: CBS

StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

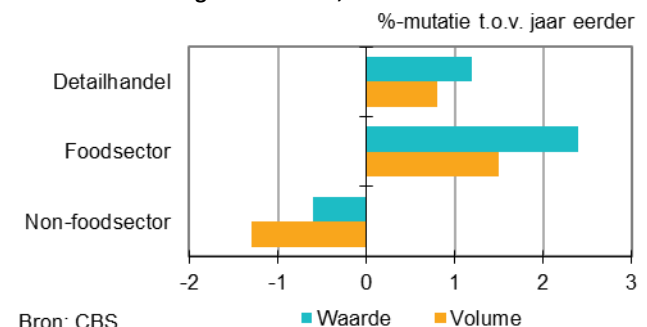
Totale detailhandel

Lichte omzet- en volumegroei detailhandel

In het derde kwartaal van 2016 heeft de detailhandel de omzetgroei van eerdere kwartalen weten vast te houden. De omzet was 1,2 procent hoger in vergelijking met een jaar eerder. De verkopen (het volume) groeiden in ongeveer gelijke tred met 0,8 procent.

Het beeld bij de onderliggende branches is grotendeels gelijk aan voorgaande maanden. De winkels in voedings- en genotmiddelen noteerden een omzetgroei en de winkels in non-food zagen de omzet krimpen. De volumegroei bleef iets achter bij de omzetgroei (in het geval van de foodbranche) of kromp iets harder (in het geval van de non-foodbranche). De prijzen waren in beide branches hoger dan vorig jaar. Naast de food en non-food branches bestaat de detailhandel verder uit de benzineservicestations en niet-in-winkel, zoals internet- en markthandel.

Omzetontwikkeling detailhandel, derde kwartaal 2016



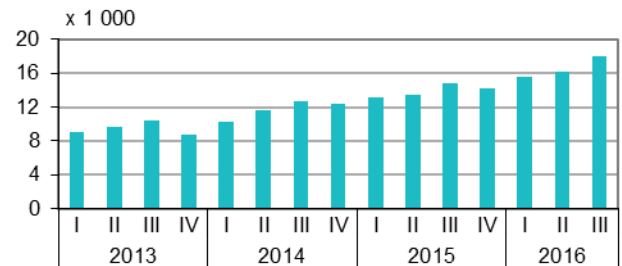
Bron: CBS

StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Hoogste aantal openstaande vacatures sinds 2008

In het derde kwartaal van 2016 waren er 18 duizend openstaande vacatures. Dit is het hoogste aantal sinds de aanvang van de crisis. In het derde kwartaal van 2008 waren 19 duizend vacatures niet vervuld. Er ontstonden in het derde kwartaal ongeveer 40 duizend vacatures, het hoogste aantal ooit waargenomen op kwartaalbasis. Daarnaast werden er ook flink veel vacatures gevuld: dit waren er ongeveer 38 duizend.

Aantal openstaande vacatures



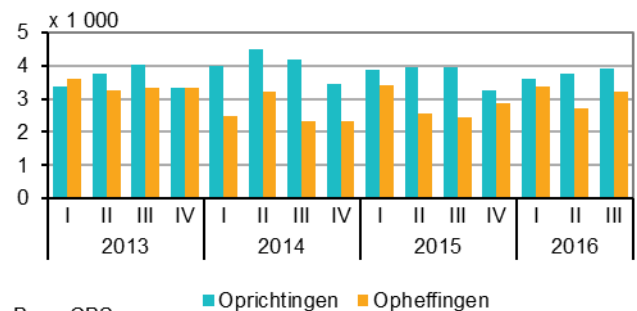
Bron: CBS

[StatLine: Vacatures](#)

Minder oprichtingen, meer opheffingen

In het derde kwartaal van 2016 zijn er een kleine 3 900 nieuwe bedrijven opgericht in de detailhandel. Het aantal startende bedrijven viel in vergelijking met de zelfde periode een jaar eerder ongeveer 2 procent lager uit. Daarnaast werden in deze branche bijna 3 200 bedrijven opgeheven. Het aantal opheffingen was hiermee 33 procent hoger dan het jaar ervoor. Bij de oprichtingen heeft ongeveer 91 procent van alle startende bedrijven slechts één werkzame persoon. Bij de opheffingen ligt dit percentage iets lager: daar telde zo'n 87 procent van alle stoppers slechts één werkzame persoon. Aan het eind van het derde kwartaal van 2016 telt de detailhandel in totaal 115 duizend bedrijven. Dit is een toename van een kleine 2 procent ten opzichte van een jaar geleden.

Oprichtingen en opheffingen bedrijven detailhandel



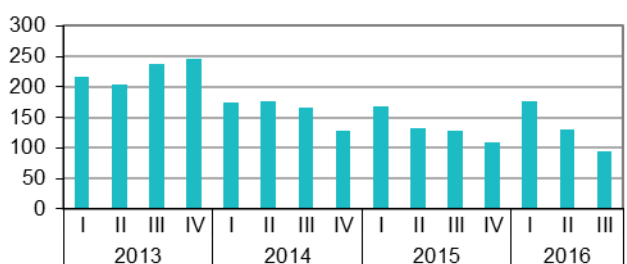
Bron: CBS

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

Aantal faillissementen op laagste niveau sinds jaren

Binnen de detailhandel zijn in het derde kwartaal 95 faillissementen uitgesproken. Dit is het laagste aantal sinds het eerste kwartaal van 2003. In vergelijking met een jaar eerder kromp het aantal faillissementen met ongeveer 25 procent; in het eerste kwartaal van 2016 was het aantal faillissementen nog hoger dan een jaar eerder. Een op de vijf uitgesproken faillissementen betrof een kledingwinkel. Daarna was het aantal faillissementen het hoogst onder de speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen en winkels in meubels en huishoudelijke artikelen.

Uitgesproken faillissementen detailhandel



Bron: CBS

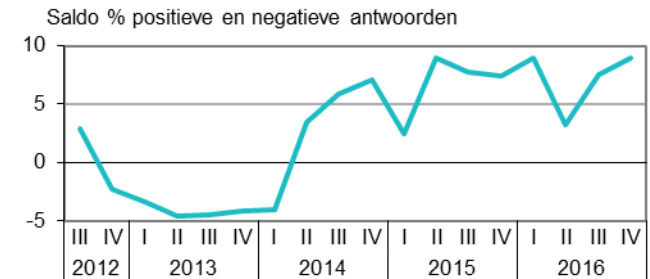
[StatLine: Uitgesproken faillissementen](#)

Ondernemers detailhandel positief

Het ondernemersvertrouwen in de detailhandel staat aan het begin van het vierde kwartaal van 2016 met +9 op een hoger niveau dan in het afgelopen kwartaal, toen het op +8 uitkwam. Er is dus sprake van een positief sentiment. Het sentiment in de detailhandel is sinds het tweede kwartaal van 2014 onafgebroken 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 positieve omzetontwikkeling in het afgelopen kwartaal zorgde voor de toename van het ondernemersvertrouwen.

Ondernemersvertrouwen detailhandel (seizoengecorrigeerd)



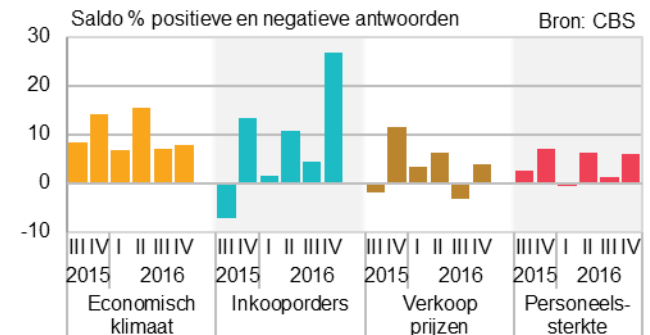
Bron: CBS

StatLine: [Ondernemersvertrouwen](#)

Positieve verwachtingen inkooporders

Per saldo verwacht 27 procent van de ondernemers in het vierde kwartaal een toename van bij leveranciers te plaatsen orders. Vorig jaar waren ondernemers over het vierde kwartaal ook positief in hun verwachtingen voor wat betreft de inkooporders, maar niet zo massaal als in 2016. Ook de verwachtingen voor het economisch klimaat in het vierde kwartaal zijn positief, al is het aantal ondernemers dat een verbetering van het economisch klimaat verwacht kleiner dan vorig jaar in hetzelfde kwartaal. Een kleine meerderheid van de ondernemers verwacht een stijging van de verkoopprijzen. Het aantal ondernemers dat een personeelsuitbreiding verwacht, is groter dan het aantal dat een krimp van het personeelsbestand voorziet.

Verwachtingen detailhandel



StatLine: [Conjunctuurenquête Nederland](#)

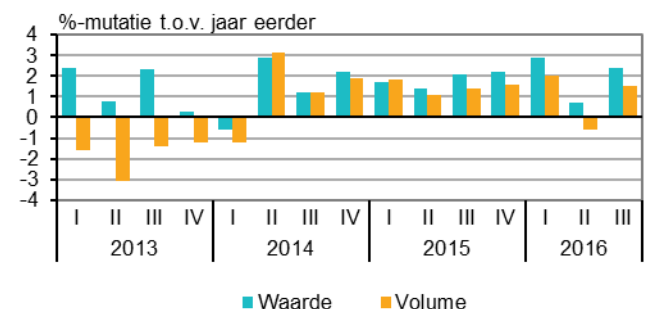
Foodsector

Beste derde kwartaal sinds 2008

Winkels in voedings- en genotmiddelen hebben in het derde kwartaal 2,4 procent meer omzet behaald dan in dezelfde periode vorig jaar. Dit is het beste derde kwartaal sinds het jaar 2008. De prijzen van de boodschappen stegen met bijna 0,9 procent. De boodschappentassen waren meer gevuld, er werd 1,5 procent meer verkocht. Sterke uitschieter was de maand september met een omzetgroei van 5,1 procent.

De laatste twee kwartalen zien de speciaalzaken de omzet naar verhouding iets sterker toenemen dan de supermarkten. Het derde kwartaal was dat voor de speciaalzaken 2,7 procent, bij de supermarkten groeide de omzet met 2,4 procent. De prijsstijging was in beide branches 0,9 procent.

Omzetontwikkeling foodsector



Bron: CBS

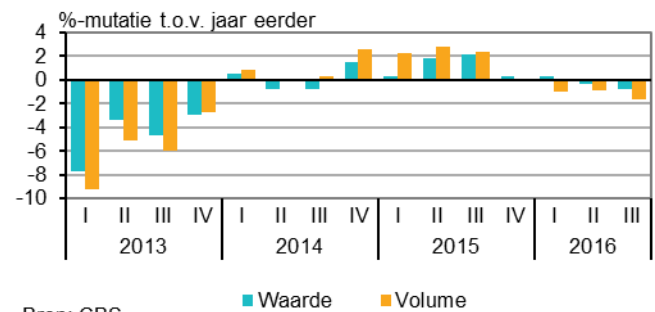
StatLine: [Detailhandel; omzetontwikkeling](#)

Non-foodsector

Al twee kwartalen omzetsdaling bij winkels in non-foodartikelen

Na een periode van zes aaneengesloten kwartalen met een lichte omzetgroei hebben de winkels in non-foodartikelen nu al twee kwartalen te maken met een omzetsdaling. In het derde kwartaal werd 0,6 procent minder omgezet. De verkopen namen met 1,3 procent nog wat sterker af, de prijzen waren 0,7 procent hoger dan dezelfde periode een jaar eerder. De onderliggende branches vertonen een wisselend beeld. De aantrekkende huizenmarkt zorgt mede voor een toename van de verkopen bij de doe-het-zelfwinkels. Het derde kwartaal was echter niet goed voor de winkels in consumentenelektronica en vrijetijdsartikelen (zoals sportartikelen, fietsen en boeken). Daar krimpt de omzet al een wat langere tijd.

Omzetsontwikkeling non-foodsector



Bron: CBS

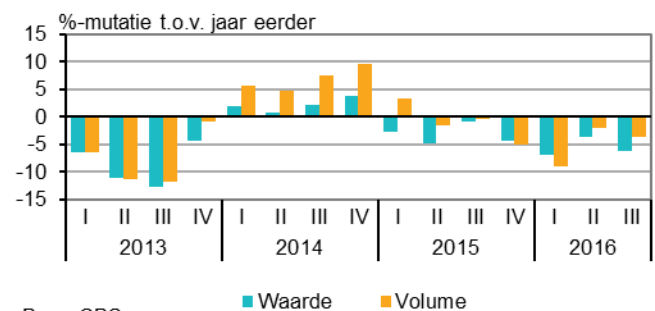
StatLine: Detailhandel; omzetsontwikkeling

Wederom lagere omzet elektronikawinkels

Winkels in consumentenelektronica zagen hun omzet voor het zevende kwartaal op rij afnemen. De omzet was in het derde kwartaal 6 procent lager dan in hetzelfde kwartaal een jaar eerder. De prijzen van elektronica waren 3 procent lager, waardoor de volumekrimp minder hard kromp dan de omzet: er werd 3 procent minder verkocht.

De maand september was de maand met de geringste omzetsdaling, het volume kromp die maand met bijna 1 procent. De omzet van winkels in consumentenelektronica staat onder druk mede door de toenemende online verkoop van consumentenelektronica. De omzet van bedrijven die hoofdzakelijk online verkopen is niet in deze cijfers inbegrepen.

Omzetsontwikkeling winkels in consumentenelektronica



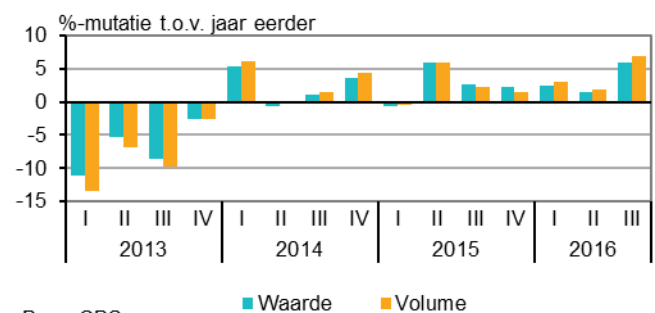
Bron: CBS

StatLine: Detailhandel; omzetsontwikkeling

Verdere omzetgroei doe-het-zelfzaken

Winkels in doe-het-zelfartikelen hebben 6 procent meer omgezet dan een jaar eerder. Dit is het derde kwartaal op rij met een positieve omzetsontwikkeling. De drie maanden van dit kwartaal waren constant, tussen de maanden zaten geen grote verschillen in de omzetsontwikkeling. De prijzen daalden het derde kwartaal met bijna 1 procent, het volume nam met een kleine 7 procent toe. Bij zowel de bouwmarkten als de keukenwinkels was de omzetsontwikkeling nagenoeg gelijk. De bouwmarkten zagen de omzet met ruim 7 procent toenemen, de winkels in keukens zetten ook ongeveer 7 procent meer om.

Omzetsontwikkeling winkels in doe-het-zelfartikelen



Bron: CBS

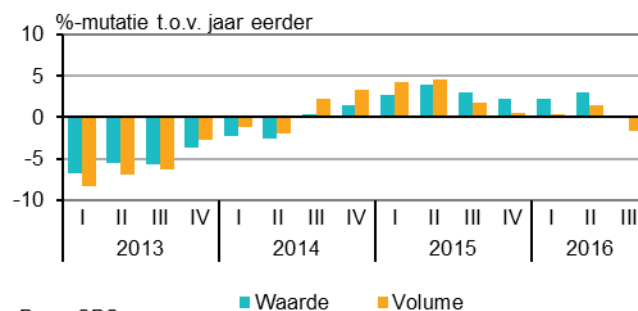
StatLine: Detailhandel; omzetsontwikkeling

Kleine omzetstijging winkels in meubels en huishoudelijke artikelen

In het derde kwartaal van 2016 was de omzet van winkels in meubels en huishoudelijke artikelen 0,2 procent hoger dan in hetzelfde kwartaal een jaar eerder. De prijzen waren 1,8 procent hoger, terwijl de verkopen 1,6 procent lager waren dan in het derde kwartaal van 2015. Dit betekent dat de verkopen voor het eerst sinds het tweede kwartaal van 2014 weer daalden.

De meubelzaken profiteren net als de doe-het-zelfzaken van de opgeleefde huizenmarkt en realiseerden een omzetgroei van ruim 4 procent. Naast meubelwinkels bestaat deze branche uit winkels in huishoudelijke artikelen.

Omzetontwikkeling woninginrichting en huishoudelijke artikelen



Bron: CBS

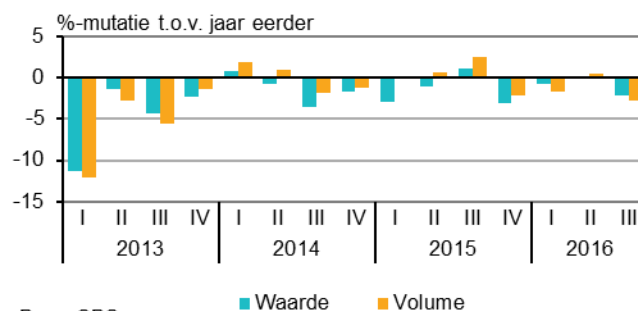
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

Omzetsdaling kleding- en schoenenwinkels

Winkels in kleding en schoenen hebben in het derde kwartaal van 2016 ruim 2 procent minder omgezet dan een jaar eerder. Dit kwam doordat er bijna 3 procent minder werd verkocht, de prijzen lagen 1 procent hoger dan een jaar eerder. De kleding- en schoenenwinkels hadden last van de hoge temperaturen in de maand september waardoor er minder werd verkocht. De omzet was in die maand bijna 11 procent lager dan een jaar eerder.

De schoenenwinkels zagen de omzet met ruim 12 procent sterk afnemen in het derde kwartaal. De omzet bij de textielsupermarkten liep ruim 5 procent terug. De winkels in bovenkleding behielden ongeveer een gelijke omzet als vorig jaar.

Omzetontwikkeling winkels in kleding, schoeisel en textiel



Bron: CBS

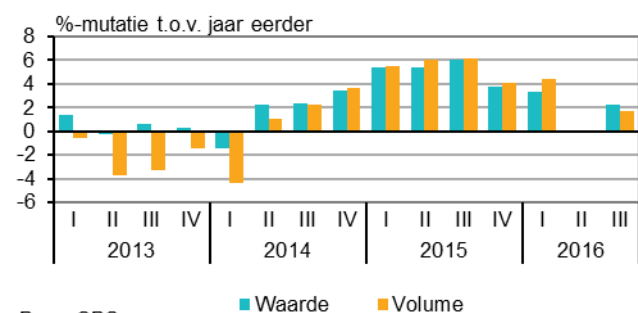
StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

Omzetgroei winkels in persoonlijke verzorging

Nadat de omzetgroei van winkels in persoonlijke verzorging in het tweede kwartaal van 2016 tot stilstand was gekomen, is er in het derde kwartaal weer sprake van omzetgroei. De omzet was ruim 2 procent hoger dan een jaar eerder. Dit kwam vooral doordat de verkopen bijna 2 procent hoger lagen dan in het derde kwartaal van 2015. Ook de prijzen waren met een half procent hoger dan een jaar eerder.

De belangrijkste onderliggende branche, de drogisterijen, zag opnieuw een omzetgroei. De omzet was ruim 1 procent hoger dan een jaar eerder.

Omzetontwikkeling winkels in persoonlijke verzorging



Bron: CBS

StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling

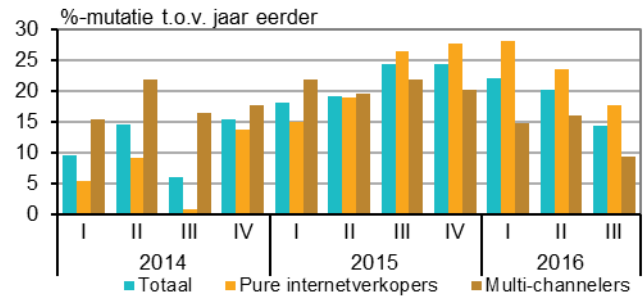
Internetverkopen

Groei online omzet vlak wat af

In het derde kwartaal van 2016 is de omzet uit online verkopen binnen het midden- en grootbedrijf van de detailhandel met 14 procent toegenomen ten opzichte van een jaar eerder. Daarmee groeit de online omzet wat minder hard dan in voorgaande maanden.

In het derde kwartaal nam de online omzet van de pure internetverkopers gemiddeld met 18 procent toe ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Dit was aanzienlijk hoger dan de omzetgroei van de multichannelers van 9 procent.

Omzetontwikkeling internetverkopen



Bron: CBS

StatLine: Detailhandel; omzetontwikkeling internetverkopen

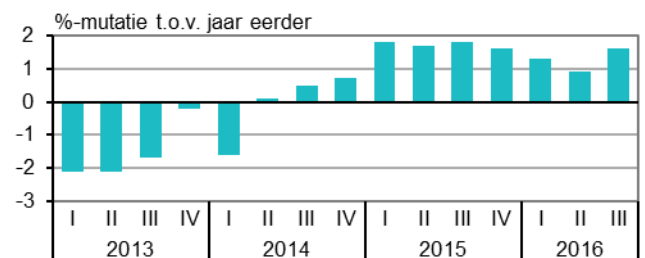
Bestedingen huishoudens en consumentenvertrouwen

Consumenten besteden vooral meer in horeca

Ook in het derde kwartaal van 2016 hebben consumenten meer besteed dan een jaar eerder. De consumptie groeit al ruim 2 jaar, maar het consumptievolume is nog altijd een kleine 1 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. Daarnaast bereikte het consumentenvertrouwen in oktober en november het hoogste niveau in ruim 9 jaar. Consumenten gaven vooral meer uit in de horeca en aan recreatie. Het was relatief mooi weer in het derde kwartaal. Daarnaast gaven consumenten meer uit aan duurzame goederen zoals elektrische apparaten en auto's. Ook aan voeding werd meer besteed.

Binnenlandse consumptie door huishoudens (volume)



Bron: CBS

StatLine: Bestedingen; consumptie huishoudens

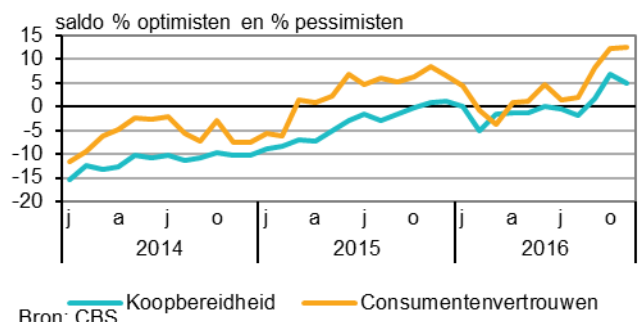
Vertrouwen consument licht positief

De afgelopen vijf maanden is de stemming van consumenten gestaag verbeterd. In oktober en november bereikte het consumentenvertrouwen met 12 het hoogste niveau in ruim 9 jaar. Met 12 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).

Het oordeel over de economie fluctueert sterker dan het oordeel over de eigen financiële situatie. Over de algemene economische situatie zijn consumenten sinds maart 2015 vrijwel onafgebroken positief. De koopbereidheid kwam in oktober en november uit op 7 en 5, de hoogste niveaus in ruim 9 jaar. Het gemiddelde van de koopbereidheid over de afgelopen twintig jaar staat op -4.

Koopbereidheid consumenten (seizoengecorrigeerd)



Bron: CBS

StatLine: Consumentenvertrouwen, economisch klimaat en koopbereidheid

Kwartaalmonitor Detailhandel

Derde kwartaal 2016

Opmerkingen betreffende deze publicatie

- Deze publicatie is samengesteld op basis van de cijfers die op 2 december 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: 2 december 2016