

14 maart

Stand van de Retail

...Cijfers, grafieken en duidingen uit de Retail-sector

Sonny Duijn
Selma van der Graaf

Sectoreconoom
Sectoranalist



INHOUDSOPGAVE



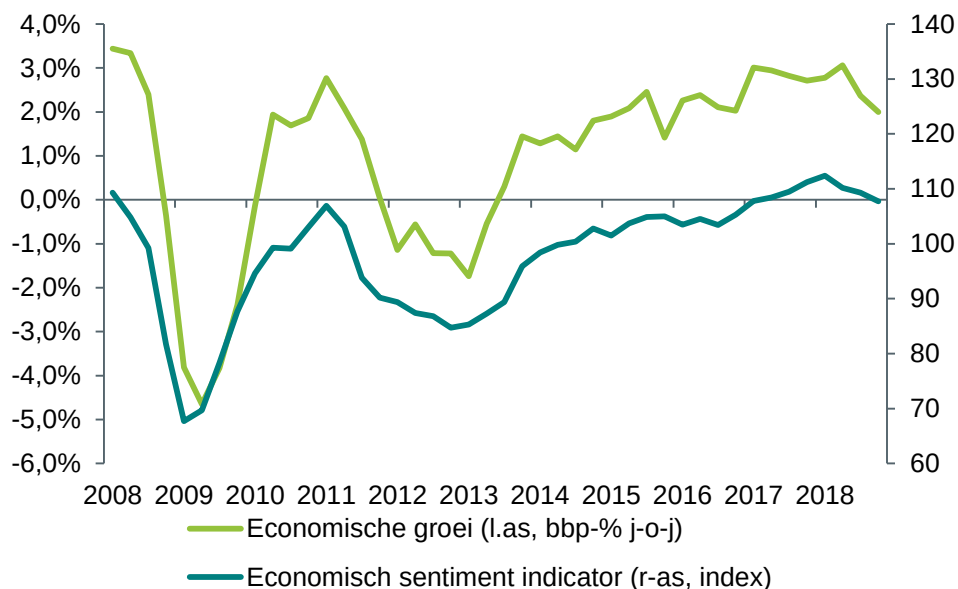
Uitgelicht: BMW en Daimler samen in mobiliteit

1	Macro-economie		► Vertraging in groei Nederlandse economie	3
2	Vertrouwen en bestedingen		► Consumentenvertrouwen flink gedaald sinds de zomer	4
3	Overige macro-indicatoren		► 2019 start met daling faillissementen	5
4	Sectorbeeld		► Retailsector groeit door, zij het met vertraging	6
5	Uitgelicht		► BMW en Daimler samen in mobiliteit	7
6	Actualiteit		► In het nieuws	8
7	Insights		► Laatste berichten op Insights	10
	Appendix		► Contactgegevens, disclaimer en extra informatie	11

1) Macro-economie

Verlaging groeiverwachting Nederlandse economie

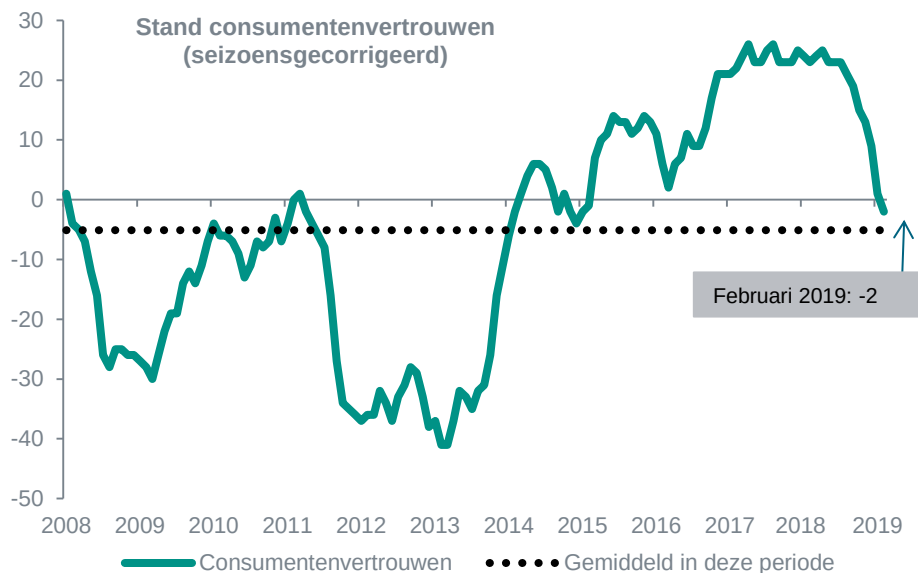
	2017	2018	2019	2020
BBP	3,0	2,5	1,4	1,6
Particuliere consumptie	1,9	2,4	1,5	1,7
Overheidsconsumptie	1,1	1,1	2,5	2,3
Investerings	6,2	4,7	1,9	1,9
Uitvoer	5,6	2,6	0,9	2,6
Invoer	5,2	2,5	1,1	3,1
Consumentenprijzen (CPI)	1,3	1,6	2,3	1,6
Lonen particuliere sector	1,6	2,0	2,6	2,6



- **Groeiverwachting voor Nederlandse economie verlaagd**
We hebben de groeiverwachting voor de Nederlandse economie opnieuw verlaagd, vooral vanwege de flinke terugval van export door de tragere economische groei in het buitenland. We gaan nu uit van een bbp-groei van 1,4% in 2019 in Nederland. Daarmee valt het groeitempo voor het tweede jaar op rij terug. In 2018 groeide de economie nog met 2,5%. Dit was opnieuw flink boven het zogeheten potentiële groeitempo van de economie, maar wel een duidelijke vertraging ten opzichte van de 3%-groei in het jaar ervoor.
- **Brede basis voor economische groei blijft**
De tragere groei van de Nederlandse economie blijft wel breed gedragen: de uitvoer, consumptie en investeringen dragen alle bij aan de groei. Voor 2020 gaan we uit van 1,6% bbp-groei.
- **Afzetvooruitzichten minder gunstig**
Voor 2019 verwachten we een duidelijke vertraging in de groei van de particuliere consumptie, vooral door de meer geringe verbetering van het reëel beschikbaar inkomen. Weliswaar neemt de individuele koopkracht meer toe dan in 2018, maar er komen minder banen bij als gevolg van de zwakkere economie. Voor Nederlandse bedrijven zijn de afzetvooruitzichten in zowel het buitenland als in Nederland minder gunstig is dan eerder.
- **Stijging inflatie**
De verhoging van het lage btw-tarief en de milieubelasting hadden in januari een minder sterk effect op de prijzen dan verwacht. De inflatie zal de komende maanden wel verder oplopen, mede door hogere energieprijzen, een mogelijk geleidelijke doorberekening van het lage btw-tarief en hogere lonen.

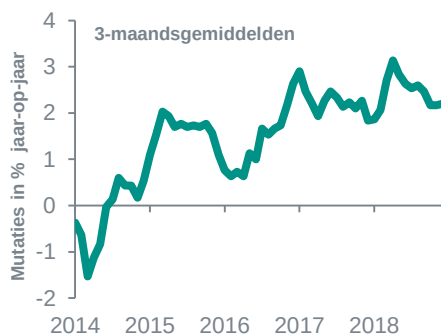
2) Vertrouwen en bestedingen

Consumentenvertrouwen afgenomen



- ▶ Bij het afzwakken van de consumptiegroei speelt de fikke daling van het consumentenvertrouwen sinds afgelopen zomer ook een rol: bij een laag vertrouwen houdt de consument eerder de hand op de knip. In februari is het consumentenvertrouwen licht negatief geworden.
- ▶ Internationale onzekerheden kunnen het vertrouwen beïnvloeden. Denk aan de actualiteit van de brexit-discussie en het handelsconflict tussen de VS en China. Maar ook het voorzigt van een mindere stijging van het beschikbaar inkomen kan een rol spelen. De consument was in februari zowel over de economische situatie als over de financiële situatie negatiever dan eerder.
- ▶ Daarnaast beschouwen consumenten de huidige periode als minder gunstig voor grote aankopen dan eerder. In de zomer lag de score voor deze deelindicator een heel stuk hoger dan in februari jongstleden.

Consumentenbestedingen totaal



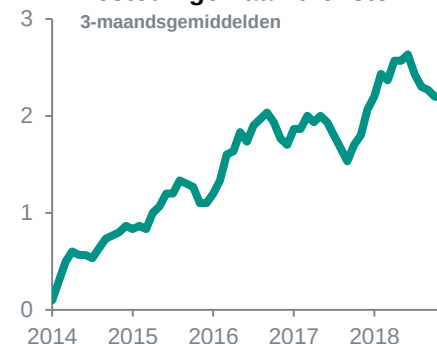
Bestedingen aan producten



Uitgaven aan voeding

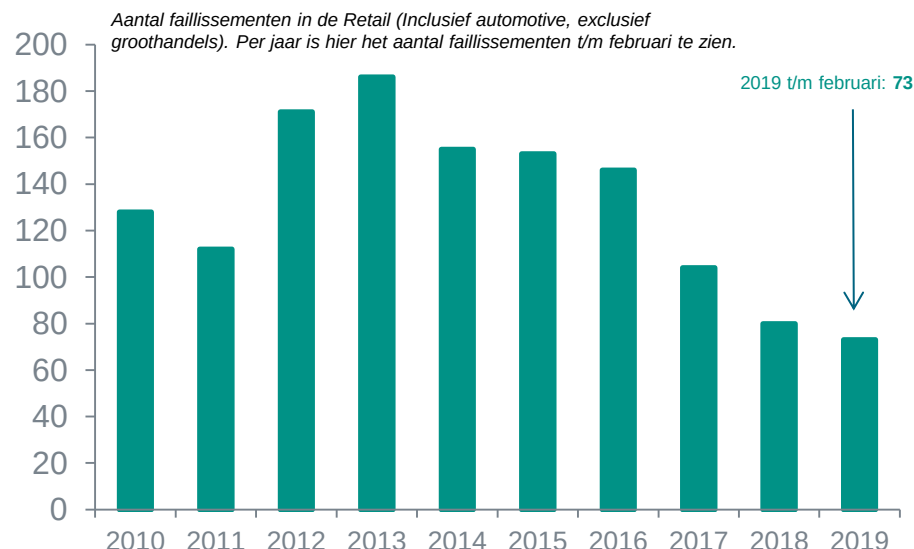


Bestedingen aan diensten



3) Overige macro-indicatoren

2019 start met daling faillissementen

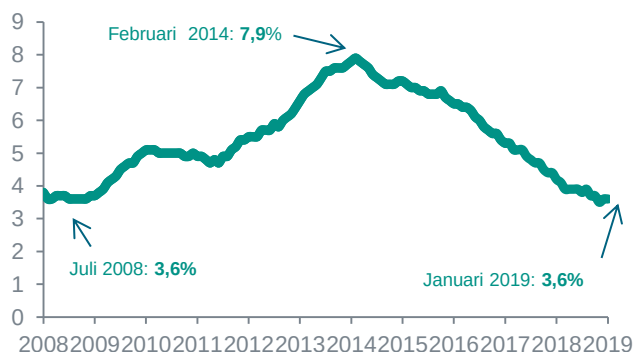


- ▶ In de eerste twee maanden waren zowel in de autohandel als in de detailhandel minder faillissementen dan in dezelfde periode een jaar eerder.
- ▶ Het aantal faillissementen ligt bovendien duidelijk onder het gemiddelde over de afgelopen jaren. Niettemin verwachten we over 2019 als geheel een stijging van het aantal faillissementen in de detailhandel, mede door de harde concurrentie en de vertraging van de economische groei.
- ▶ De werkloosheid is laag, maar lijkt niet verder te dalen. Door de stevige vertraging van de economische groei zwakt de banengroei af. De werkloosheid zal daardoor volgend jaar weer ietsje oplopen, na een stabilisering dit jaar.
- ▶ De woningmarkt ontwikkelde zich in januari niet verrassend: het aantal transacties is gedaald, terwijl de prijzen zijn opgelopen. Dit komt mede door het opdrogen van het aanbod. Voor 2019 verwachten we voor de woningmarkt een daling van transacties van 5% en een stijging van 6% van de prijzen.

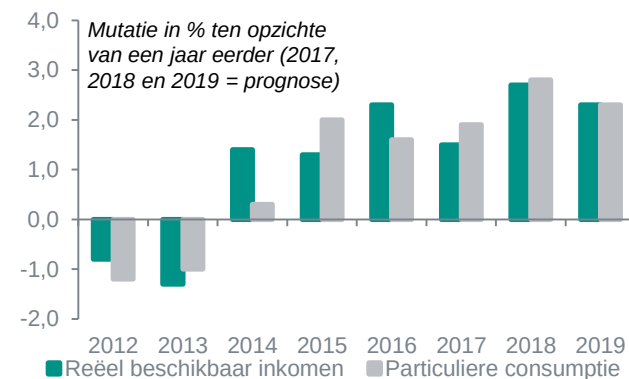
Daling van transacties op woningmarkt



Werkloosheid op 3,6%

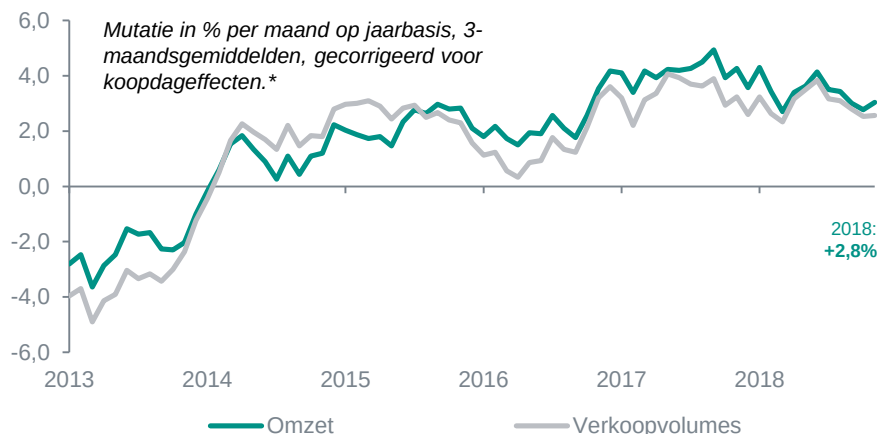


Besteedbaar inkomen stijgt



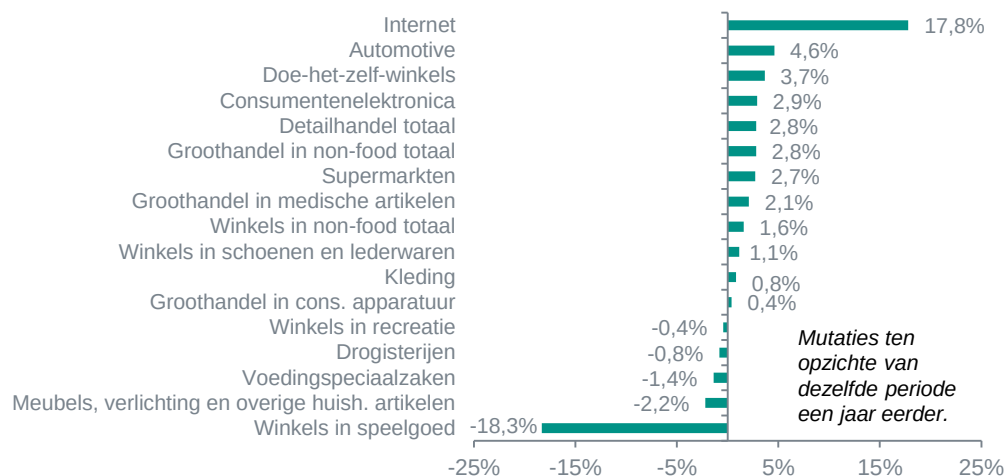
3) Sectorbeeld

Retailsector vertraagt in groei in 2019



Ontwikkeling verkoopvolumes in 2018

Bij groothandels, internetretail en autoretail gaat het over de **omzetmutatie** over 2018, bij de overige hieronder weergegeven branches om mutatie in **verkoopvolumes**. Allen vergeleken met dezelfde periode een jaar eerder.



- De groei in de maand december van de verkopen in de detailhandel bleef achter bij de groei eerder in het jaar. Daarmee kwam de sector in totaal over 2018 uit op een groei van 2,8% in (voor prijseffecten gecorrigeerde) volumes. De totale omzet nam iets sterker toe, met 3,3%. Voor 2019 en 2020 verwachten we dat de groei doorzet, maar in een lager tempo dan vorig jaar.
- De sterkste groei binnen de sector zat vorig jaar bij het **online kanaal**. Daar was sprake van 17,8% omzetgroei over het jaar als geheel. De consument is meer digitaal georiënteerd geraakt. Het CBS maakt binnen het online kanaal geen onderverdeling in branches. Volgens het GfK was er in 2018 sprake van sterke groei van de online verkoop van voedingsmiddelen, waar het aandeel van internet nog beperkt is. Telecomproducten (smartphones, headsets, smartwatches) zijn eveneens een online categorie in opkomst.
- De fysieke winkel blijft in onze visie het primaire verkoopkanaal. De verhoudingen veranderen echter wel. De in de kern fysieke **non-foodwinkels** lieten in het afgelopen jaar 1,6% volumegroei zien bij een ongeveer gelijke omzetgroei. De kritische consument, digitalisering en stevige concurrentie leiden daarbij tot grote verschillen in prestatie tussen ondernemers, winkelgebieden, en branches. **Doe-het-zelf-winkels** zijn een van de voorbeelden van een branche die vorig jaar groeide, mede dankzij de verkoop van tuinproducten.
- Voor 2019 verwachten we dat supermarkten – die in 2018 extra steun kregen van het warme weer – erin slagen om door te groeien, zij het in een lager tempo. Zij beconcurreren de voedingspeciaalzaken, voor wie we krimp verwachten in 2019. Onze brancheprognoses zijn [hier te vinden](#).

5) Uitgelicht

Headline: BMW en Daimler samen in mobiliteit



- ▶ BMW en Daimler zetten samen een mobilitieitsplatform op, genaamd Now. De samenwerking omvat vijf joint ventures: Reach Now voor autohuur, Charge Now voor opladen, Free Now voor 'ride-hailing' zoals Uber, Park Now voor parkeren en Share Now voor autodelen. Dochterbedrijven van de autoproducenten als Car2Go gaan op in deze ventures, waarmee het platform gelijk zestig miljoen klanten bedient.
- ▶ Beide autobedrijven willen met deze stap profiteren van een nog prille trend in grootstedelijke gebieden: mobility-as-a-service. Een metropoolbewoner zoekt de meest eenvoudige manier om van A naar B te komen, of dat nu met het openbaar vervoer, een auto, een taxi, een deelfiets of een scooter is. Een dergelijk integraal platform biedt juist in grote steden extra gemak. Bij grote drukte en het vaak lang zoeken naar een parkeerplek. Het bezit van een auto wordt steeds meer een last.
- ▶ Aangezien een auto gemiddeld 23 uur per dag stilstaat, is het aantrekkelijk om deze te delen. De introductie van de zelfrijdende auto kan het autodelen een nieuwe impuls geven. GM, Nissan en Ford lanceerden al plannen voor robottaxi's. Google gaat nog een stap verder; in een wijk in Toronto zijn privéauto's straks verboden. Consumenten kunnen met een app een robottaxi of zelfrijdende pendelbus reserveren, die ze dan delen met wijkgenoten.
- ▶ Toch behoeft de groeiende populariteit van de deelauto nuancering. De 40.000 personenauto's in Nederland die in 2018 beschikbaar waren om te delen, omvatten slechts 0,5 procent van het totale wagenpark; veel consumenten zijn terughoudend. Mobiliteit maakt een snelle en veelvormige ontwikkeling door, maar deelauto's zijn daarbij niet zonder meer de norm.

6) Actualiteit

Een greep uit het nieuws van de afgelopen maand

Kassaloos Amazon Go steekt de oceaan over



Supermarkt heeft moeite met vinden filiaalleider



Blurring: Bauhaus voegt dierenafdeling toe



Groei online retail zwakt af



6) Actualiteit

Een greep uit het nieuws van de afgelopen maand

Miele wast, strijkt en bezorgt



Zara gaat denim personaliseren



Intertoys gaat meer inzetten op vermaak

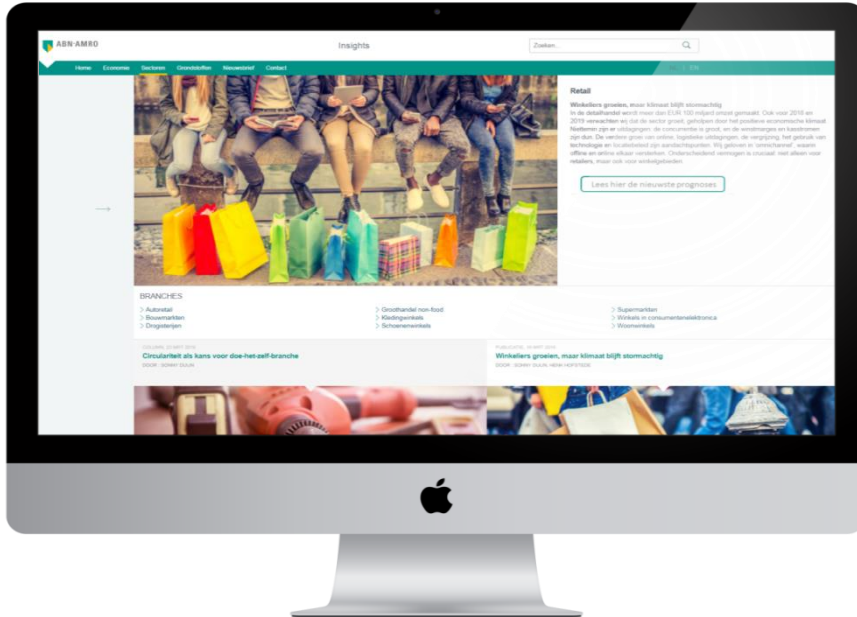


Meer dynamiek zichtbaar bij winkels



6) Insights

Laatste Retail-berichten op abnamro.nl/retail



- ▶ [Kassaloos Amazon Go steekt de oceaan over](#)
- ▶ [BMW en Daimler samen in mobiliteit](#)
- ▶ [Miele wast, strijkt en bezorgt](#)
- ▶ [Consument niet immuun voor brexit-herrie, maar retail groeit](#)
- ▶ [Gratis bezorgen binnen een dag. Maar tegen welke prijs?](#)
- ▶ [Dertien tips voor ondernemers met brexit-angst](#)
- ▶ [Retailsector moet alle zeilen bijzetten, ondanks economische groei](#)
- ▶ [De gevolgen van een wanordelijke brexit voor Nederlandse bedrijven](#)
- ▶ [Groei voor Retail, maar speelveld is complex](#)
- ▶ [Klantkennis dringt retouren vanuit online retail terug](#)
- ▶ [Meer automerken kunnen profiteren van Tesla's Model 3](#)
- ▶ [Winnaars en verliezers van de extreme zomer](#)

Appendix Contactgegevens en extra informatie

De Retailer van vandaag biedt meer dan alleen een winkel. Klanten komen nog altijd naar de winkelstraat om producten te kopen, maar ook om ze te ervaren, te testen en om hiervoor deskundig advies te krijgen. Online wordt het shoppen voorbereid en wie geen tijd heeft op stap te gaan, wil met enkele muisklikken en zonder bezorgkosten de garderobe vernieuwen. Innovatie, gebruiksgemak en circulariteit zijn belangrijk, maar prijs-kwaliteit blijft doorslaggevend. Winkeliers die zich op al deze vlakken weten te onderscheiden profiteren extra van de huidige positieve economische omstandigheden en het hoge vertrouwen van de consument. Auteurs Sonny Duijn en Selma van der Graaf onderzoeken de trends en ontwikkelingen van de sector Retail.



Sonny Duijn

Sectoreconoom Retail & Leisure



Selma van der Graaf

Sectoranalist Retail & Leisure

ABN AMRO Sector Advisory

Disclaimer:

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd. Het gebruik van tekst en/of cijfers uit deze publicatie is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld.

©ABN AMRO, februari 2019