

Sector Advisory

# Stand van de retail

Retail in economisch perspectief

Mei 2022

# Inhoudsopgave

- |    |                           |   |  |
|----|---------------------------|---|--|
| 1. | Macro-economie            | ● | • Economische groei ondanks veel onzekerheden    |
| 2. | Vertrouwen en prijzen     | ● | • Vertrouwen flink gedaald                       |
| 3. | Overige macro-indicatoren | ● | • Vacatures hoog, faillissementen laag           |
| 4. | Retailsector in beeld     | ● | • Transacties op niveau van voor corona          |
| 5. | Uitgelicht                |   | • Lonen en welzijn omhoog in strijd om personeel |
| 6. | Actualiteit               |   | • Nieuws uit de sector                           |
| 7. | Insights                  |   | • Recente artikelen op onze website              |
| 8. | Appendix                  |   | • Contactgegevens                                |

- Stand is positief
- Stand is neutraal
- Stand is negatief

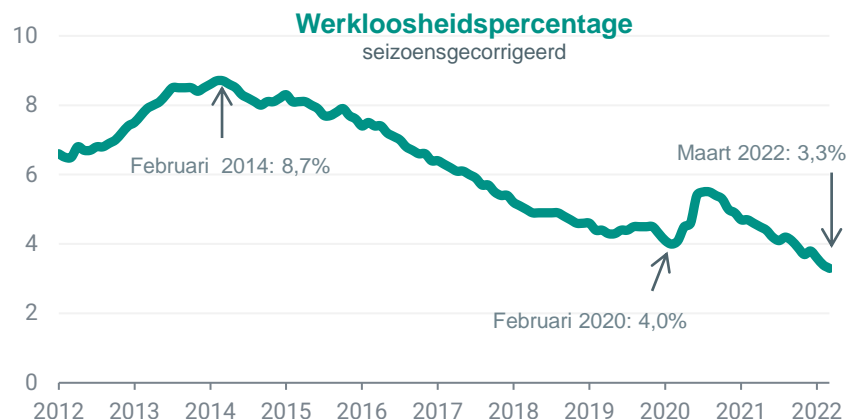


# 1. Macro-economie

## Macro-economische groeiverwachtingen

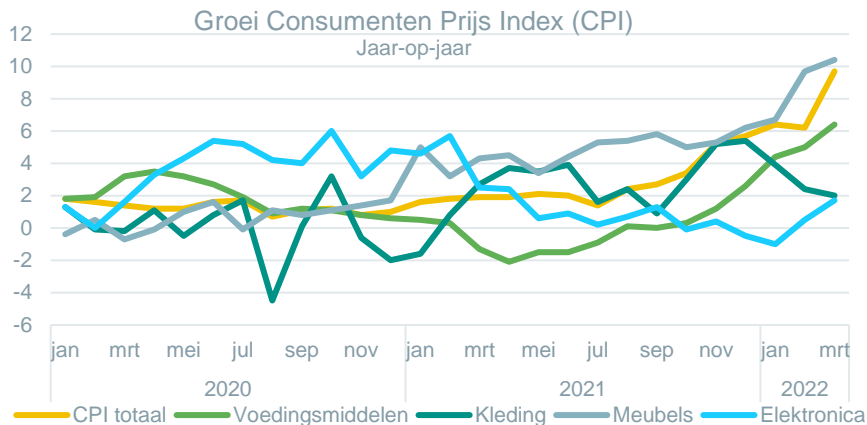
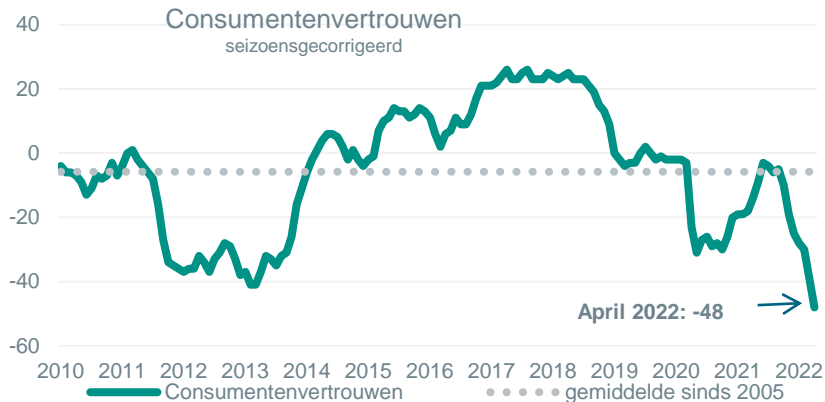
In procenten, jaar-op-jaar

	2021	2022	2023
<b>Nederlandse economie</b>			
BBP	5,0	3,1	1,3
Particuliere consumptie	3,5	4,6	0,8
Overheidsconsumptie	5,5	3,6	1,5
Investerings	3,5	3,1	2,1
Invoer	5,1	2,6	2,2
Uitvoer	6,6	1,9	2,1



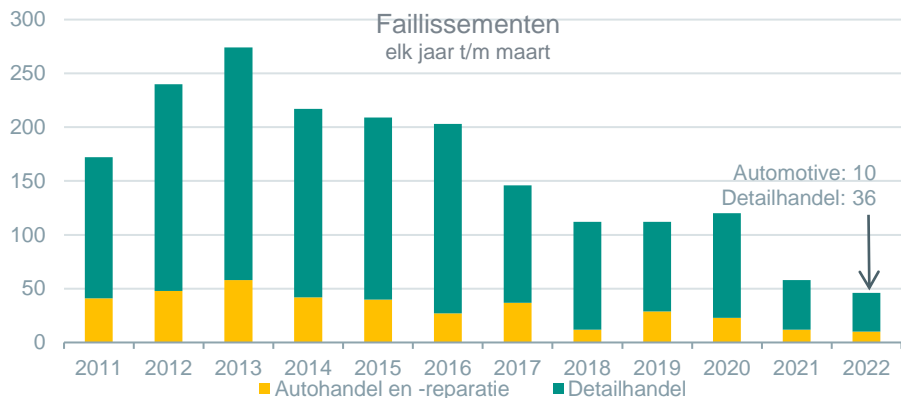
- De Nederlandse economie groeit dit jaar fors. ABN AMRO verwacht een groei van 3,1 procent. De oorlog in Oekraïne heeft echter veel onzekerheid gebracht voor de macro-economische ontwikkelingen in het komende jaar.
- ▶ Voor het jaar 2022 spelen personeelstekorten, schaarste aan productiecapaciteit en hoge transportkosten vanuit Azië een belangrijke rol in de ramingen. Samen met de hoge energieprijzen en de toegenomen inflatie zorgen deze ontwikkelingen tot zeker eind 2022 voor veel onzekerheid voor ondernemers en kunnen ze een rem op de groei vormen.
- ▶ De sterk opgelopen energieprijzen stuwden de inflatie op. Zo was de inflatie in maart bijna 12 procent ten opzichte van een jaar eerder. Naast de gestegen energieprijzen zorgden ook andere categorieën voor een stijging van de prijzen. Zo betaalden consumenten in maart 6,4 procent meer voor voedingsmiddelen ten opzichte van dezelfde maand in 2021.
- ▶ In de afgelopen drie maanden daalde het aantal werklozen met gemiddeld 14 duizend per maand. Daarmee kwam het aantal werklozen in maart 2022 op 327 duizend. Dat is 3,3 procent van de beroepsbevolking.
- ▶ De werkgelegenheid heeft zich dus fors hersteld. De vraag naar producten en diensten is sterk gestegen ten opzichte van vorig jaar, hierdoor is er veel vraag naar arbeid. De lage werkloosheid kan duiden op structurele tekorten op de arbeidsmarkt, daarmee kan het lastig worden voor retailers om voldoende werknemers te vinden zoals voor het bemensen van winkels en in de logistieke operatie.

## 2. Vertrouwen en prijzen



- ▶ Het consumentenvertrouwen is de afgelopen maanden sterk gedaald naar een historisch dieptepunt van -48 in april. Het vertrouwen staat hiermee fors lager dan het gemiddelde sinds 2005 (-5,4). Uit de enquête blijkt dat consumenten vooral pessimistischer zijn geworden over de economische situatie in de komende twaalf 12 maanden. Ook scoorden koopbereidheid en het doen van grote aankopen lager dan voorheen. Dit houdt verband met de toegenomen inflatie die onzekerheid brengt over de toekomstige koopkracht van consumenten.
- ▶ Naast de gestegen energieprijzen zorgen de categorieën voedingsmiddelen en industriële producten voor een stijging van de prijzen. Zo zijn meubels in maart 10,4 procent duurder dan een jaar eerder en voor elektronica betaalt de consument 1,7 procent meer dan in maart 2021.
- ▶ Toch blijven de bestedingen aan consumptiegoederen nog op een hoog niveau. Consumenten veranderen hun gedrag niet van de ene op de andere dag. Daar gaat tijd overheen. Er is sprake van inhaalvraag na de afbouw van de coronamaatregelen. Ook voelen niet alle huishoudens de gestegen energieprijzen in de portemonnee omdat ze nog een contract tegen vaste tarieven hebben. Mogelijk wordt daarnaast het spaargeld aangewend dat tijdens de coronapandemie is opgepot. Een andere belangrijke factor is de arbeidsmarktkrapte. Grote baanonzekerheid geeft mensen relatief veel zelfvertrouwen om uitgaven te doen.
- ▶ Het sentiment onder detailhandelaren is in het eerste kwartaal van 2022 naar -5 gedaald. In de cijfers is nog niet de onzekerheid als gevolg van de situatie in Oekraïne meegenomen. Van de detailhandelaren ervaart 9,2 procent in het eerste kwartaal een tekort aan productiemiddelen, materiaal en ruimte als belangrijkste belemmering, tegenover een langjarig gemiddelde van 1,9 procent. Binnen de autohandel was het aantal ondernemers dat hierdoor belemmerd werd relatief het grootst; ongeveer 29 procent. Dit is ongeveer 10 maal zo hoog als het langjarig gemiddelde.

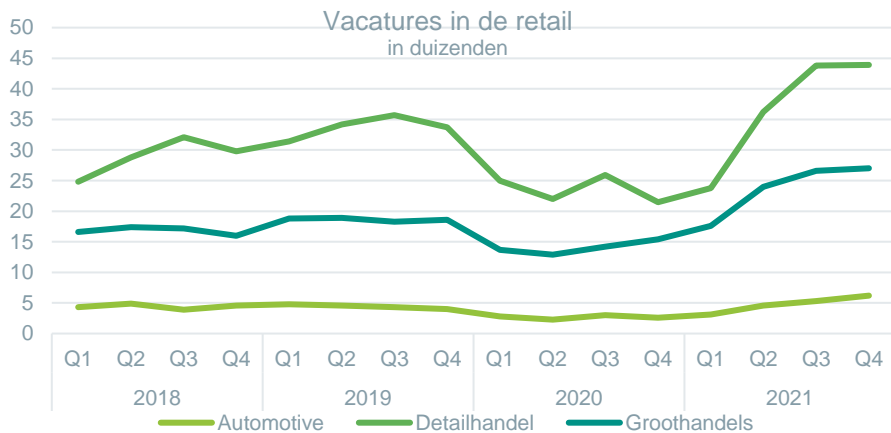
### 3. Overige macro-indicatoren



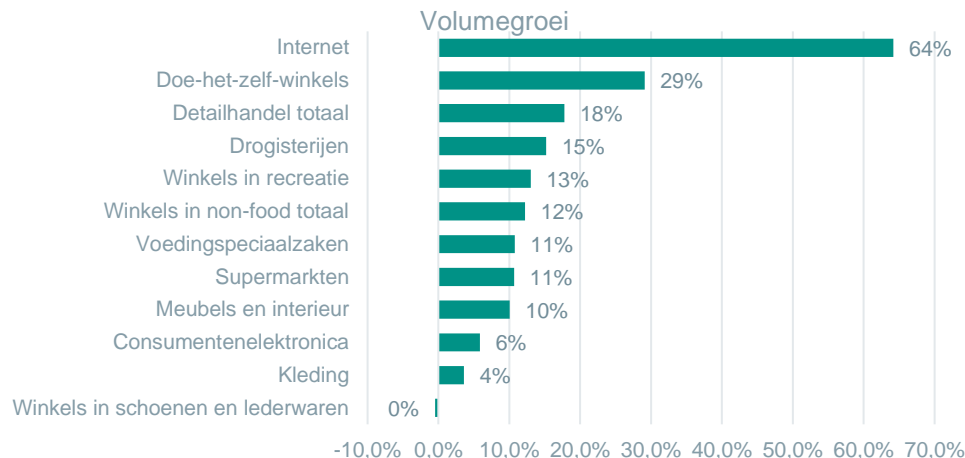
▶ Het aantal faillissementen in de retailsector was dankzij de steunmaatregelen vanuit de overheid, zoals de NOW en TVL, relatief laag in 2021. In de eerste drie maanden van 2022 staat de teller op 10 faillissementen in de automotive en 36 in de detailhandel. Onder de faillissementen van maart zaten twee winkels in de categorie supermarkten en warenhuizen. Ook gingen twee voedingsspecialzaken en twee winkels in overige huishoudwaren failliet. De rest valt in de categorie 'overig'. De verwachting is dat zodra de steun vanaf 1 april wordt stopgezet het maandelijks aantal faillissementen zal gaan toenemen.

▶ Veel ondernemers hebben ook te kampen met uitstaande schulden. Uit een [recent rapport](#) van ABN AMRO blijkt dat in de detailhandel de totale belastingschuld is toegenomen van 1,1 miljard euro eind februari naar 1,5 miljard euro eind augustus 2021. Een flinke stijging van 36 procent, wat neerkomt op een gemiddelde belastingschuld van 95.000 euro per bedrijf. Naast belastingschulden kampen ondernemers ook met huurschulden en schulden aan toeleveranciers.

▶ Het aantal openstaande vacatures is flink toegenomen in 2021 en ligt inmiddels voor de groothandel (27.000) en detailhandel (43.900) ruim boven het niveau van 2019. In de foodretail worden onder meer vakkenvullers en kassamedewerkers gezocht, maar ook meer specialistische functies als verkopers in elektronicawinkels en bouwmarkten staan open. Door de enorme groei van onlineaankopen tijdens de coronapandemie zien we ook een toenemende vraag naar pakketbezorgers en medewerkers in de klantenservice en distributiecentra.



## 4. Retailsector in beeld



- ▶ Het verkoopvolume van de detailhandel was tot en met maart 18 procent hoger dan in dezelfde periode in 2019. Het volume van de non-foodsector groeide met 12 procent, terwijl het volume van de supermarkten en voedingsspecialzaken steeg met 11 procent.
- ▶ Vooral doe-het-zelfzaken (+29) deden goede zaken. Door de coronacrisis heeft de groei van het onlinekanaal een enorme stimulans gehad. In de eerst twee maanden van 2022 was het verkochte volume 64 procent meer dan in januari en februari 2019.
- ▶ Kleding- en schoenenwinkels krabbelen langzaam weer op naar precorona niveaus. Kleding laat een plus van 4 procent zien; schoenen zit op hetzelfde niveau als in de eerste kwartaal van 2019.

Cijfers 2022 ten opzichte van 2019 t/m maart. Internet t/m februari. Hierboven weergegeven branches: **verkoopvolume**.

	ABN AMRO Transactiedata verschil met zelfde maand in 2019, gecorrigeerd voor inflatie														
	2021											2022			
	jan	feb	mrt	apr	mei	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	jan	feb	mrt
Elektronica*	-33%	-12%	3%	18%	24%	20%	10%	7%	3%	5%	10%	-16%	-2%	19%	14%
Kleding*	-33%	-30%	-5%	-12%	4%	11%	6%	12%	0%	5%	-6%	-20%	-4%	1%	6%
Meubelzaken*	-37%	-29%	-3%	6%	37%	31%	35%	11%	8%	6%	6%	-14%	-2%	16%	9%
Sport	-95%	-91%	-69%	-41%	4%	3%	8%	12%	11%	23%	-7%	-31%	-23%	4%	-1%
Supermarkten	31%	31%	25%	30%	23%	21%	21%	14%	19%	20%	14%	23%	24%	20%	16%
Tankstations	-15%	-17%	-10%	-6%	-3%	2%	5%	2%	4%	0%	-8%	-7%	-9%	-2%	-13%
Tuincentra	-52%	-41%	-8%	12%	42%	37%	37%	20%	25%	30%	22%	-12%	3%	7%	31%
Doe-het-zelfzaken	-71%	-68%	-41%	-9%	31%	11%	13%	7%	5%	8%	5%	-26%	-21%	6%	9%
Voedingsspl.zaken	43%	44%	41%	54%	39%	36%	47%	24%	41%	38%	21%	31%	38%	32%	26%

Uitgesloten zijn zakelijke en contante betalingen en betalingen van buitenlandse rekeningen. \*inclusief onlineverkoop

▶ Uit de transactiedata van particuliere klanten van ABN AMRO blijkt dat de bestedingen in maart aan elektronica, kleding, meubels, tuincentra en doe-het-zelfzaken ondanks de gestegen prijzen is toegenomen ten opzicht van maart 2019.

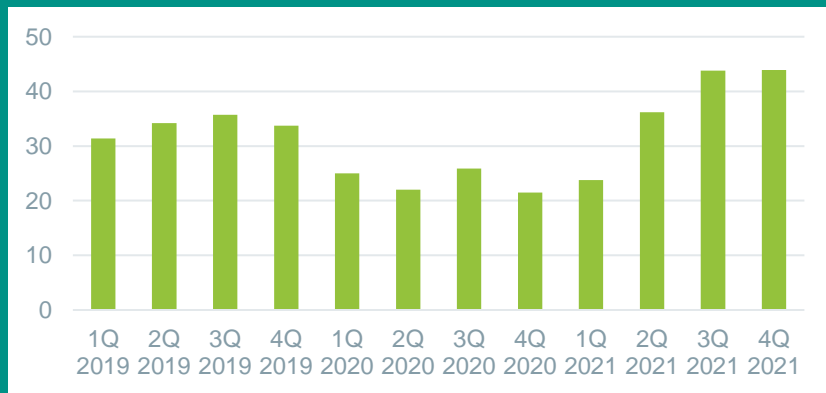
▶ Ook de bestedingen in supermarkten en voedingsspecialzaken plussen nog fors maar vlakken wel wat af. Mogelijk merken ze de het nadelig effect van de heropening van de horeca. Immers als consumenten uit eten gaan, zullen zij minder boodschappen hoeven doen.

## 5. Uitgelicht: Retail moet lonen en welzijn verhogen in strijd om personeel

De personeelstekorten in de detailhandel zijn groot. In het vierde kwartaal van 2021 is het aantal vacatures toegenomen tot 43.900. Veel werknemers hebben tijdens de coronapandemie ander en soms beter betaald werk gevonden. Ook wordt het tekort meer structureel van aard door vergrijzing van de bevolking. Om het tij te keren moet de detailhandel inzetten op hogere salarissen, het vergroten van het welzijn van het personeel en op digitalisering, zo blijkt uit de Sectorale Welzijnsmonitor van ABN AMRO.

Door het economisch herstel na de coronacrisis steeg in de loop van 2021 het aantal vacatures in het totale bedrijfsleven flink. Nu de horeca en winkels weer open zijn, is iedereen tegelijkertijd op zoek naar personeel. In de huidige krappe arbeidsmarkt is het lastig om goed personeel te krijgen.

### Aantal openstaande vacatures detailhandel fors gegroeid in 2021



Bron: CBS, aantal openstaande vacatures x 1.000

**Minder werklozen** - De krapte op de arbeidsmarkt wordt naast veel openstaande vacatures ook weerspiegeld door de sterke afname van de werkloosheid. Zo waren afgelopen maart 327.000 mensen werkloos; 3,3 procent van de beroepsbevolking. Data van uitkeringsinstantie UWV tonen een scherpe daling van het aantal werklozen in de detailhandel vanaf maart 2021. De daling is het sterkst bij jongeren tot 27 jaar (-67 procent), maar ook bij de andere leeftijdscategorieën neemt het aantal WW'ers af: -37 procent bij de groep van 27 tot en met 50 jaar en -25 procent bij 50-plussers.

Het aantal werklozen detailhandel nam in 2020 nog fors toe onder andere door de verplichte winkelsluitingen, maar ligt eind 2021 zelfs onder het niveau van voor de coronapandemie. Zo is het aantal werklozen gedaald van 16.798 in december 2019 naar 14.267 in december 2021; een daling van 15 procent. Blijkbaar heeft een deel van de werklozen in 2021 weer werk gevonden in de detailhandel of een andere sector; een ander deel van de werklozen is mogelijk teruggevallen op de lagere bijstandsuitkering. Afhankelijk van het gewerkte aantal jaren wordt de WW namelijk voor maximaal twee jaar uitgekeerd.

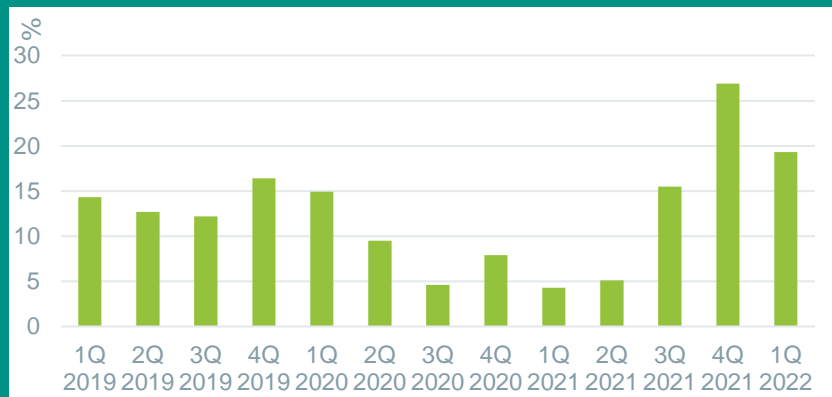
### Ontwikkeling WW'ers detailhandel



## 5. Uitgelicht: Retail moet lonen en welzijn verhogen in strijd om personeel

**Belemmering** - Voor veel ondernemers in de detailhandel wordt het personeelstekort als een probleem ervaren. Zo kan onderbezetting leiden tot slechtere service, langere levertijden, hogere werkdruk of zelfs uitstel van uitbreidingsplannen. Dit zet mogelijk een rem op de groei en ontwikkeling van de retailsector. Zo gaf opticien Specsavers eerder in RetailTrends aan dat een winkelopening werd uitgesteld omdat er onvoldoende mensen beschikbaar waren. In het vierde kwartaal van 2021 gaf bijna 27 procent van de ondernemers in de detailhandel aan een tekort aan arbeidskrachten als een belemmering te ervaren. En hoewel in het eerste kwartaal van 2022 dit percentage enigszins gedaald is, is het met ruim 19 procent nog steeds hoog.

### Veel ondernemers ervaren personeelstekort als belemmering



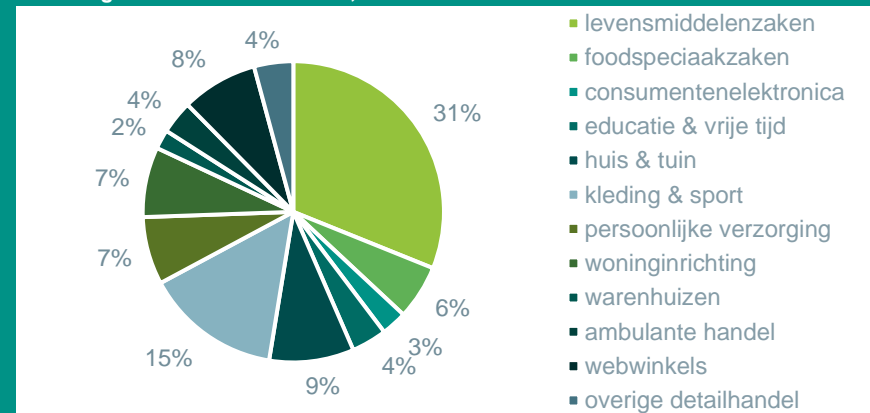
Bron: CBS Conjunctuurenquête, Belemmeringen, Tekort aan arbeidskrachten: % ondernemers in de detailhandel dat een tekort aan arbeidskrachten als een belemmering ervaart.

**Personeel gevraagd** - De detailhandel is een van de grootste sectoren qua werkgelegenheid. Het aantal fte's in de detailhandel groeide tussen 2014 en 2020 met

75.180 en kwam daarmee op een totaal van 440.660 in 2020. Het aantal fte's in webwinkels (met zwaartepunt online) kende de grootste groei van 14.850 in 2012 naar 40.350 in 2020; een toename van maar liefst 172 procent. Toch vertegenwoordigen webwinkels met 8 procent maar een klein aandeel van het totale arbeidsvolume. Levensmiddelenzaken daarentegen maken het grootste aandeel van alle fte's uit, ongeveer een derde.

Bij supermarkten en webwinkels neemt het aantal fte's de komende jaren naar verwachting verder toe. Supermarkten zoeken naar onder meer vakkenvullers en kassamedewerkers. Door de enorme groei van onlineaankopen van zowel food- als non-foodproducten tijdens de coronapandemie neemt ook de vraag naar pakketbezorgers en medewerkers in de klantenservice en distributiecentra toe.

### Verdeling fte's in de detailhandel, 2020



Bron: ABF Research in opdracht van Retail Insiders, N=440.660 fte. 1 fte komt overeen met 1 voltijd baan met een werkweek van 38 uur.



## 5. Uitgelicht: Retail moet lonen en welzijn verhogen in strijd om personeel

De vraag naar personeel is dus heel divers. Aan de ene kant is er veel tijdelijk werk voor oproepkrachten, zoals vakkenvullers of koeriers. Met name studenten en jongeren komen hiervoor in aanmerking. Juist deze groep is tijdens de coronapandemie ergens anders gaan werken zoals bij de GGD waar de primaire arbeidsvoorwaarden beter waren. En met name de vraag naar koeriers is moeilijk vervulbaar, zo blijkt uit een eerder onderzoek van ABN AMRO.

Aan de andere kant is er werk in vast dienstverband. Zo is de vraag naar bedrijfsleiders van supermarkten hoog. Andere kansrijke beroepen zijn bijvoorbeeld verkopers in elektronica, bouwmarkten, keukens, badkamers of optiek, laat het UWV weten. Voor deze beroepen zijn specifieke, technische kennis en vaardigheden nodig, zodat gedegen advies aan consumenten gegeven kan worden. Dit laatste is vooral belangrijk in bijvoorbeeld fysieke winkels waar kwalitatief goed advies en productkennis een belangrijke middel is tegen de concurrentie van het onlinekanaal. Ambachtlieden als vloerenleggers, keukenmonteurs en installateurs daarentegen zijn vaak zzp-ers. Ze zijn moeilijk te krijgen en vaak relatief duur, en dat levert problemen voor de detailhandel op.

Tot slot is kennis van (nieuwe) technologie in toenemende mate belangrijk. Zo worden ook fysieke winkels steeds meer uitgerust met technologie. Winkels als Zara hebben bijvoorbeeld ingezet op de integratie van online-shopbeleving in de fysieke winkel door middel van technologische snufjes. Verder worden 'big data' gebruikt waarmee inzicht wordt verkregen in het gedrag en de wensen van de consument om ze zo gepersonaliseerde aanbiedingen te kunnen doen. En door de verschuiving van offline naar online wordt vaker ingezet op het verbeteren van bijvoorbeeld voorraadbeheer en betaalsystemen waar eveneens technologie bij komt kijken.

**Aanbevelingen** - In de bijgevoegde publicatie worden aanbevelingen gedaan. Gezien de relatief lage lonen in de detailhandel ten opzichte van andere sectoren, lijkt het verhogen van de lonen een kansrijk middel om meer personeel aan te trekken. Daarnaast doen retailers er goed aan in te zetten op persoonlijke waardering, geven van verantwoordelijkheid, organiseren van trainingen en het creëren van een goede werk-privébalans. De toepassing van (nieuwe) technologie kan leiden tot een hogere arbeidsproductiviteit en dus tot arbeidsbesparing. Door robotisering en digitalisering wordt efficiënter gewerkt en is minder mankracht nodig.

Deze publicatie is eerder verschenen op ABN AMRO insights: [Hier kunt u het oorspronkelijke artikel vinden en de volledige analyse](#)

## 6. Actualiteit

FD: Recordwinsten voor Duitse autobouwers door focus op premiummodellen



OECD: OECD countries advancing slowly on sustainable development targets by 2030



CBS: Voor het eerst sinds jaren weer meer winkels



CBS: Detailhandel zet bijna 9 procent meer om in maart



# 7. Insights

Laatste publicaties op [abnamro.nl/retail](https://abnamro.nl/retail)



- ▶ [De huurprijzen verhogen met inflatie juist nu een risico](#)
- ▶ [Retail moet lonen en welzijn verhogen in strijd om personeel](#)
- ▶ [Supermarkten en restaurants merken nog weinig van inflatie](#)
- ▶ [Kinderarbeid opsporen in de eigen keten: waar te beginnen?](#)
- ▶ [Swapfiets en Fairphone over de circulaire kansen van Product-as-a-Service](#)

## 8. Appendix – contactgegevens en extra informatie

*Hoe kunt u bijdragen aan het terugdringen van de CO2-uitstoot en het verbeteren van de biodiversiteit?*



**Gerarda Westerhuis**

**Sectoreconoom retail & leisure**

[gerarda.westerhuis@nl.abnamro.com](mailto:gerarda.westerhuis@nl.abnamro.com)



**Ward van der Stee**

**Sectoranalist retail & leisure**

[ward.van.der.stee@nl.abnamro.com](mailto:ward.van.der.stee@nl.abnamro.com)



**Henk Hofstede**

**Sector Banker retail**

[Henk.Hofstede@nl.abnamro.com](mailto:Henk.Hofstede@nl.abnamro.com)

Disclaimer:

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie. Door de onzekerheid over het verloop van het coronavirus zijn deze verwachtingen met meer onzekerheid omgeven dan gebruikelijk. 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 of cijfers uit deze publicatie is toegestaan mits de bron wordt vermeld.

©ABN AMRO, 28 september 2021