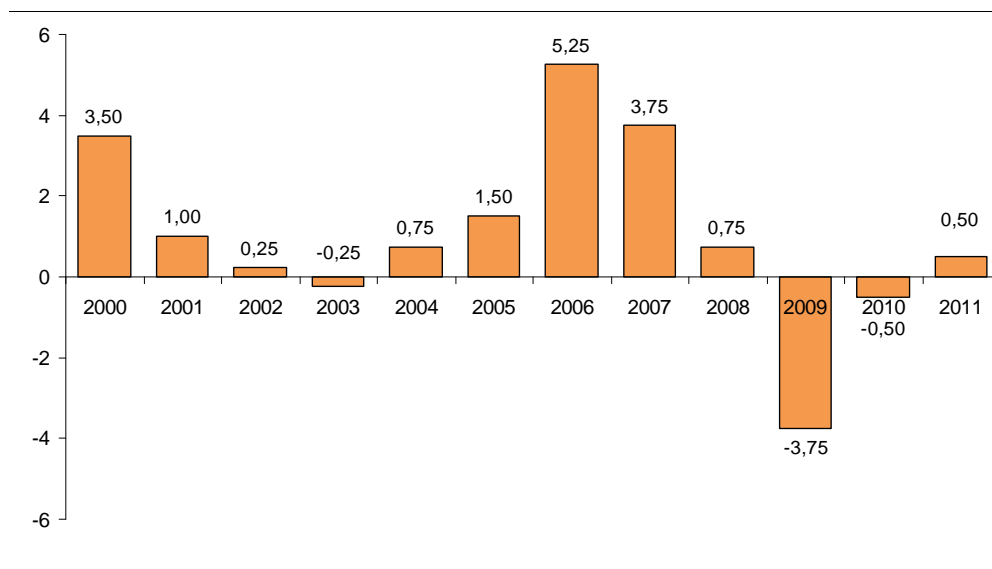


Detailhandel herstelt zich licht in 2011

Algemeen

De bestedingen in de detailhandel stonden in 2010 nog onder druk, met een daling van 0,5%. Het consumentenvertrouwen begint weer een licht herstel te tonen. Enerzijds trekt de economie weer licht aan, anderzijds wordt het vertrouwen negatief beïnvloed door onzekerheid over de verwachte economische ontwikkeling, stijgende werkloosheid en komende bezuinigingsmaatregelen door de overheid. Voor 2011 wordt per saldo uitgegaan van een lichte groei van 0,5%.

Figuur 1 Ontwikkeling afzet in de sector detailhandel, 2000-2011



Bron: Prognose kerngegevens MKB, december 2010.

Belangrijkste ontwikkelingen in de detailhandel

Met de kredietcrisis in gedachten, oplopende werkloosheid en een koopkrachtdaling in het vooruitzicht, zijn consumenten vooral terughoudend met het doen van uitgaven aan duurzame consumptiegoederen. De ontwikkeling op de arbeidsmarkt, meer werklozen, heeft tot gevolg dat meer mensen met een lager besteedbaar inkomen worden geconfronteerd. Over het algemeen zullen ondernemers geconfronteerd worden met een dalende koopkracht door een lager winstinkomen, en zien gepensioneerden hun koopkracht negatief beïnvloed door het achterwege laten van de prijsindexatie. In 2011 zullen de uitgaven weer licht toenemen. De ontwikkeling binnen de detailhandel loopt tussen sectoren sterk uiteen. De voedings- en genotmiddelen zijn minder conjunctuurgevoelig, daarentegen nemen de uitgaven aan bijvoorbeeld meubels vooralsnog af.

onderscheiden naar segmenten

Voedings- en genotmiddelen

De bestedingen aan voedings- en genotmiddelen zijn in 2010 licht toegenomen. Speciaalzaak leverden nog altijd terrein in. Er is onder meer door demografische ontwikkelingen, meer ouderen en meer en kleinere huishoudens, een toenemende vraag naar luxe en gemakkelijk te bereiden producten. Supermarkten bieden op dit vlak een steeds uitgebreider en kwalitatief hoogwaardiger assortiment. Bij het langer aanhouden van de periode van de minder gunstige economische situatie, zullen de prijsvechters onder de supermarkten marktaandeel kunnen winnen. Er wordt door de ongunstige economische situatie veel minder buiten de deur worden gegeten. Dit heeft een gunstige uitwerking op de bestedingen bij supermarkten. In 2011 zal er nauwelijks verandering in het uitgavenpatroon plaatsvinden.

Woninginrichting

De op woninginrichting georiënteerde branches hebben sterk te maken met een ongunstige koopkrachtontwikkeling van consumenten en daaruitvolgend sterke terughoudendheid ten aanzien van de aanschaf van duurzame goederen. Ook een groeiende werkloosheid beïnvloedt het bestedingspatroon. De bestedingen in deze sector staan daardoor sterk onder druk. Uitgaven aan woninginrichting worden al uitgesteld. Een deel van de uitgaven aan woninginrichting hangt nauw samen met verhuizingen. Doordat de woningmarkt sterk is ingezakt, wordt er minder verhuisd. De tuin krijgt daarentegen nog steeds aandacht. Er wordt relatief veel geld uitgegeven aan tuinmeubelen. Ook 'wellness' in de tuin is in opmars. Er zal echter een strijd geleverd moeten worden met andere bestedingscategorieën zoals vakanties en duurzame goederen.

Textiel, kleding en schoeisel

De uitgaven (volume) aan textiel, kleding en schoeisel zijn in 2010 met 1% toegenomen. Door prijsdalingen weet de textielbranche de verkopen nog enigszins op peil te houden. Deze prijsdalingen zijn mogelijk door grootschalige productie en efficiënte logistiek. De schoenenbranche heeft geprofiteerd van het winterweer, dat gunstig is voor de schoenenverkoop. Door daling van de koopkracht zullen de bestedingen echter onder druk staan.

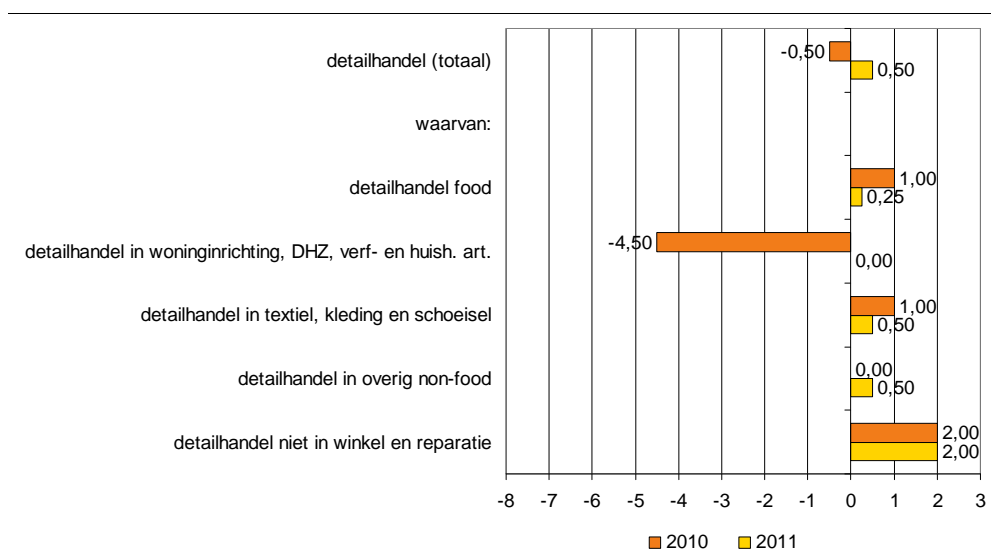
Consumentenelektronica

In de afgelopen jaren werd een belangrijke bijdrage aan de groei van de consumentenbestedingen in de detailhandel geleverd door de verkopen van elektronica. Een positieve impuls op de verkopen gaat uit van allerlei technologische innovaties, zoals platte tv-schermen, navigatiesystemen, dvd-recorders. Ook aan ICT-producten wordt veel geld uitgegeven. Met flinke prijsdalingen van veel elektronica-producten wordt getracht consumenten over de streep te trekken om toch tot aankoop over te gaan.

Internetwinkels

Het kopen van duurzame consumptiegoederen via internet neemt nog steeds sterk toe. De thuiswinkelbranche profiteert hiervan, waardoor de afzet in deze branche zich positief blijft ontwikkelen. Deze ontwikkeling gaat ten koste van de winkelomzet.

Figuur 2 Ontwikkeling afzet in subsectoren detailhandel, 2010 en 2011

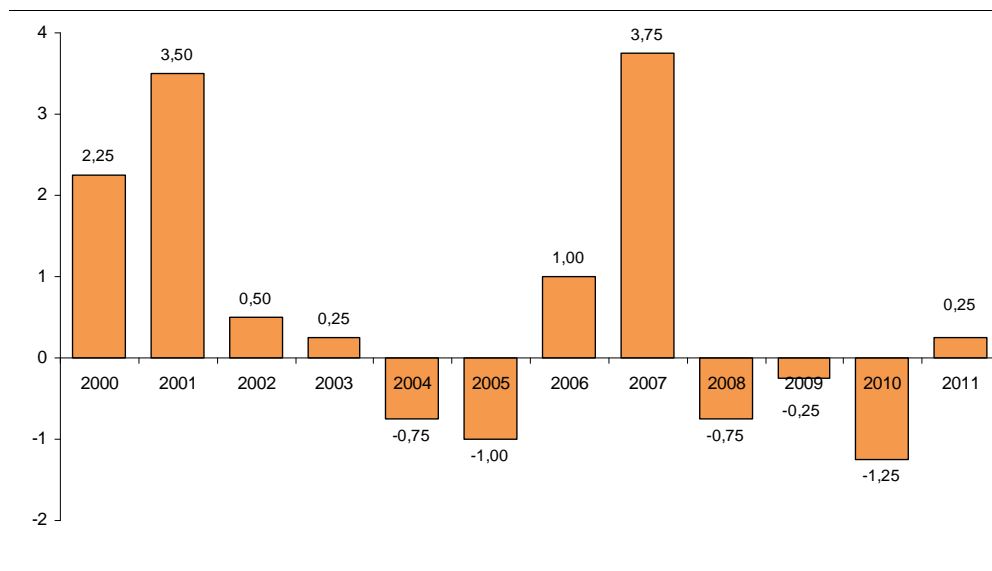


Bron: Prognose kerngegevens MKB, december 2010.

Werkgelegenheidsontwikkeling

Met een daling van de verkopen, is de werkgelegenheid in de detailhandel in 2010 met 1,25% afgenomen. Doordat veel werknemers een flexibel arbeidscontract hebben, is bij veel bedrijven in de detailhandel het personeelsbestand al aangepast. De (verdere) afname van de detailhandelsverkopen leidt nu vooral tot een afname van het aantal zelfstandigen. In 2011 zal, met een lichte afzettoename, de werkgelegenheid weer licht toenemen.

Figuur 3 Ontwikkeling werkgelegenheid in de sector detailhandel, 2000-2011



Bron: Prognose kerngegevens MKB, december 2010.

Winstontwikkeling

Het winstniveau in de detailhandel is bijzonder laag. Dit is een gevolg van de sterk onderlinge concurrentie. De concurrentie onder supermarkten is een bekend voorbeeld. Met prijsdalingen wordt getracht de verkopen op niveau te houden. De opkomst van winkelen via het internet, heeft een prijsdrukkend effect en heeft tot gevolg dat de detailhandel moeite zal hebben om via prijsverhogingen het winstniveau weer op peil te krijgen. De winst is in 2010 met 6,25% afgenomen. In 2011 zal de winst verder dalen.

MKB

Het MKB is in 2010 iets achtergebleven bij het grootwinkelbedrijf, met een afzetsdaling van 0,75% tegenover een daling met 0,5% voor de gehele detailhandel. Speciaalzaken blijven terrein fors verliezen aan de grote ketens. Ook voor elektronikazaken geldt, dat dit alleen op een grotere schaal te realiseren is.

De recessie heeft in eerste instantie vooral zijn weerslag op de financiële draagkracht van kleine zelfstandigen. Het aantal ondernemingen neemt af doordat ze het niet meer kunnen redden, en daarmee neemt ook het aantal zelfstandigen af.

In 2011 zal het MKB een gelijke tred houden met het grootwinkelbedrijf.

Tabel 1 Kerngegevens van de sector detailhandel, niveau 2009, mutaties ten opzichte van voorgaand jaar

	<i>niveau 2009</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>
		volumemutatie (%)		
	mld. euro			
buitenlandse afzet	0,9	-3,50	-0,50	0,50
binnenlandse afzet	28,5	-3,75	-0,50	0,50
totale afzet	29,4	-3,75	-0,50	0,50
<i>w.v. MKB</i>	15,3	-4,00	-0,75	0,50
	mld. euro	waardemutatie (%)		
winst	2,5	-29,75	-6,25	-12,50
	aantal (x 1.000)	mutatie (%)		
aantal werkenden	759,3	-0,25	-1,25	0,25
w.v. werknemers	667,9	0,50	-1,25	0,50
zelfstandigen	91,4	-5,00	-1,50	-0,50
arbeidsvolume	491,7	-0,25	-1,25	0,25
aantal ondernemingen	76,6	-5,00	-2,00	-0,75

Bron: Prognose kerngegevens MKB, december 2010.