

De consument ten tijde van Corona

Nora Neuteboom, Economisch Bureau, senior econoom

Tel.: 06 3968 7836 / nora.neuteboom@nl.abnamro.com

Pascal Golec, CADM, data scientist

Consumenten gaven 19% minder uit tijdens lockdown

- ▶ Lockdown leidt tot historisch daling van de consumptie in het eerste kwartaal
- ▶ Consumptie tijdens lockdown gemiddeld 19% lager...
- ▶ ... maar tijdens de lockdown trad al een licht herstel op in sommige bestedingscategorieën
- ▶ De heropleving na de heropening op 11 mei is niet spectaculair...
- ▶ ... alleen kappers kenden een vliegende start ...
- ▶ ... terwijl onlinebestellingen van boodschappen en eten hoog bleven
- ▶ Al met al verwachten we een daling van 7% van de consumptie in 2020

Huishoudens besteden 2,7% minder in het eerste kwartaal van 2020

Vrijdag 15 maart werden de cijfers over het eerste kwartaal gepubliceerd door het CBS. In dat kwartaal kromp de Nederlandse economie met 1,7% ten opzichte van het vorige kwartaal. Dit was vrijwel conform onze verwachting (zie: [Forse krimp Nederlandse economie in eerste kwartaal](#)). Wat met name opviel was de scherpe daling van de consumptieve bestedingen. Huishoudens hebben in het eerste kwartaal 2,7% minder besteed dan in het vierde kwartaal van 2019. Dit is grootste daling sinds het begin van de reeks in 1988. Maandelijks consumptiedata van huishoudens laten zien dat - hoewel in januari (+0,5% j-o-j) en februari (+0,9% j-o-j) de consumptie nog groeit - het wel al onder het lange termijn gemiddelde zit (consumptieve bestedingen stegen gemiddeld zo'n 1,6% per maand j-o-j in 2019). Maart laat, niet onverwachts, een sterke daling zien. Consumptieve bestedingen krompen met 6,7% j-o-j. Een verdere uitsplitsing geeft aan dat met name de consumptie van diensten sterk daalt (11,8% j-o-j). Dit komt overeen met onze eerdere analyses van transactiedata. Met name de diensten zoals horeca, recreatie en reizen zijn getroffen.

Consumptie tijdens lockdown gemiddeld 19% lager, maar veert licht op vanaf half april

Nadat op 13 maart in Nederland de intelligente lockdown werd ingesteld, daalden de totale consumptieve bestedingen sterk. De totale bestedingen lagen tijdens de lockdownperiode (gemeten van 13 maart tot 11 mei) gemiddeld 19% lager dan in dezelfde periode van 2019¹. Maar het verloop van de bestedingen veranderde wel gedurende de lockdownperiode. Het dieptepunt werd bereikt tussen eind maart en halverwege april, waarna de totale bestedingen weer licht aantrokken.

¹ Dit omvat alle bestedingen via pintransacties, online (iDEAL) en cash. Gecorrigeerd voor inflatie en feestdagen.

Consumentenbestedingen in verschillende bestedingscategorieën , % verschil tov 2019											
	Week 2 maart	Week 9 maart	Week 16 maart	Week 23 maart	Week 30 maart	Week 6 april	Week 13 april	Week 20 april	Week 27 april	Week 4 mei	
Eten bestellen*	54,4	75,0	70,1	112,1	138,2	179,9	173,9	136,7	160,4	182,0	
Elektronica	3,4	12,7	40,5	29,3	29,1	38,4	32,0	36,0	34,7	23,3	
Boodschappen**	10,7	47,7	40,1	27,8	27,3	30,2	20,9	29,8	26,8	27,3	
Huis- en tuin interieur	7,9	14,2	5,2	-8,6	-4,7	19,1	6,7	19,5	26,1	31,0	
Overige spullen***	21,1	18,1	6,7	-7,4	7,2	19,7	7,2	26,5	17,3	22,1	
Gezondheid	25,6	53,2	37,0	11,3	3,6	1,6	0,8	4,1	3,5	9,5	
Totaal****	14,1	21,2	-8,3	-10,2	-14,2	-13,9	-16,6	-16,9	-11,3	-5,0	
Wellness	8,5	-4,1	-60,8	-91,2	-90,3	-89,0	-89,1	-75,4	-62,8	-50,2	
Vervoer	3,5	-9,0	-34,6	-42,6	-43,3	-41,4	-42,1	-35,2	-33,6	-28,8	
Kleding****	-7,1	-24,4	-65,0	-58,5	-61,0	-57,5	-58,1	-52,9	-39,5	-26,2	
Uiteten/horeca	4,6	-17,1	-78,2	-76,1	-73,5	-71,4	-71,1	-65,5	-70,7	-66,0	
Reizen*****	-5,2	-12,7	-66,8	-74,0	-74,9	-80,3	-80,9	-81,8	-84,6	-75,4	
Entertainment	-10,2	-54,6	-98,3	-98,2	-98,1	-97,0	-97,8	-97,7	-98,2	-97,4	

*Online; **Boodschappen bij supermarkten & online boodschappen bestellen; ***O.a. boeken, speelgoed, sieraden; ****Online en fysiek; ***** Totaal aantal pintransacties, onlinebetalingen en geldopnames; ***** Reizen: oa hotels, reisbureaus, autoverhuur

Bron: transactiedata ABN AMRO Economisch Bureau

Tijdens de lockdown zat een gedeelte van de economie op slot. Dat is ook duidelijk te zien bij de bestedingen in de categorieën entertainment (-98%), reizen (-80%) en horeca (-72%), die tijdens de lockdown periode laag blijven. In andere bestedingscategorieën vertonen de data een wisselender patroon. Vanaf halverwege april bezoeken consumenten weer regelmatig winkels, zo blijkt uit de fysieke pintransacties. Kledingzaken en winkels die vrijetijdsspullen en huis-tuin meubelen verkopen, profiteren. Ook de categorie 'overige spullen' profiteert. Daaronder vallen onder andere de verkoop van sierraden en boeken. Hoewel spa's, zonnebanken en kappers nog dicht bleven, profiteerde ook de categorie wellness. Dit komt voornamelijk door de stijging van de verkoop van beautyproducten in bijvoorbeeld parfumeriezaken. De categorie die het meest profiteert van de lockdown, is online bestelling van boodschappen en voeding. Het aantal online bestellingen van voeding (boodschappen en bezorgen van restaurants) steeg gedurende de lockdown en bereikte in de eerste week van mei een plus van +182% ten opzichte van zelfde periode in 2019.

De 'heropleving' na de heropening op 11 mei is niet spectaculair

Op 11 mei werd een gedeelte van de lockdownmaatregelen versoepeld. De meeste contactberoepen, zoals kappers en fysiotherapeuten mochten weer open. Basisscholen gingen weer open en mensen hoefden alleen nog thuis te blijven als ze klachten hebben.

Consumentenbestedingen in verschillende bestedingscategorieën , % verschil tov 2019															
	Laatste week lockdown										Heropening				
	2-mei	3-mei	4-mei	5-mei	6-mei	7-mei	8-mei	9-mei	10-mei	11-mei	12-mei	13-mei	14-mei	15-mei	
Vervoer	-28,7745	-55,3087	-43,7972	0,499692	-25,438	-25,1521	-21,817	-26,7987	-58,6925	-29,4511	-24,6065	-23,0668	-25,2915	-18,0014	
Reizen	-79,461	-87,3464	-84,4151	-70,122	-67,9218	-68,4268	-71,7153	-74,0729	-84,4235	-69,376	-66,7471	-65,0954	-67,3276	-68,5483	
Wellness	-56,2836	-48,0667	-75,4645	-32,258	-42,475	-49,8253	-49,8596	-42,294	-37,7524	115,5432	60,22775	40,37334	38,77306	22,78561	
Uiteten/horeca	-66,0427	-60,825	-81,0363	-65,888	-59,8698	-60,5457	-61,1696	-65,7227	-62,9959	-67,6177	-65,1792	-65,8223	-64,569	-63,0006	
Eten bestellen*	184,4463	134,1628	133,2143	222,5897	179,4634	196,707	172,6345	188,7535	181,503	225,4149	140,2864	183,4228	195,0642	147,8729	
Boodschappen**	26,94248	12,71183	-15,6816	69,3537	30,20061	43,54373	33,44975	28,08633	31,201	32,036	34,21009	29,97728	35,43302	27,47981	
Kleding****	-39,2395	-38,6577	-56,5022	-27,5962	-6,04011	-17,879	-14,8965	-27,9076	-7,90147	-4,82074	7,2546	-5,75261	-9,37852	-6,05924	
Elektronica	40,03263	22,0079	-4,77101	41,03974	43,55027	46,10903	26,65398	7,625904	22,40394	33,26804	43,28028	61,11931	38,62054	28,49457	
Gezondheid	6,096738	-4,35815	-14,0652	101,6508	6,387071	16,90165	11,89232	3,090155	6,19375	19,21903	29,63098	14,50137	15,47941	13,66876	
Entertainment	-97,9165	-99,0287	-98,584	-98,3443	-95,5668	-94,6098	-97,0322	-97,3288	-98,1022	-96,803	-95,6575	-96,0336	-95,9688	-96,061	
Huis- en tuin interieur	27,35955	19,205	-10,2314	58,93305	67,66972	61,97465	47,18154	17,88979	15,08811	27,1054	41,76243	36,42513	41,71924	42,29317	
Overige spullen***	22,58052	16,32206	-20,8637	89,69192	46,44392	40,12099	30,05354	14,00275	24,85323	88,75864	44,13074	25,31661	34,39378	29,55449	
Totaal*****	-9,33816	-19,4427	-15,8416	15,49016	1,945184	-1,96384	-5,3111	-10,7322	-11,0183	-11,0435	-4,49283	-3,39828	-0,74499	-4,22684	

*Online; **Boodschappen bij supermarkten & online boodschappen bestellen; ***O.a. boeken, speelgoed, sieraden; ****Online en fysiek; ***** Totaal aantal pintransacties, onlinebetalingen en geldopnames; ***** Reizen: oa hotels, reisbureaus, autoverhuur

Bron: transactiedata ABN AMRO Economisch Bureau

De wellnesscategorie lijkt van de heropening te profiteren, met name de kappers. Uit de data blijkt dat op 11 mei de totale bestedingen bij kappers verviervoudigde ten opzichte van een vergelijkbare maandag in 2019. Ook kledingwinkels profiteren licht, de bestedingen bij deze winkels zijn weliswaar vergeleken met vorig jaar nog steeds negatief, maar minder negatief dan eerder tijdens de lockdown. Opvallend is dat hoewel consumenten nu, zelf boodschappen mogen halen indien

ze klachtenvrij zijn, het online bestellen van boodschappen en eten nog steeds een forse groei laat zien ten opzichte van vorig jaar. De horeca- en de entertainmentcategorie is nog grotendeels gesloten en laat dus ook geen opleving zien. Ook blijven de uitgaven aan vervoer en reizen op een laag niveau hangen. Al met al blijven de totale bestedingen ten opzichte van een vergelijkbare week vorig jaar negatief. Dus van een heropleving of inhaalgroei is nu nog geen sprake.

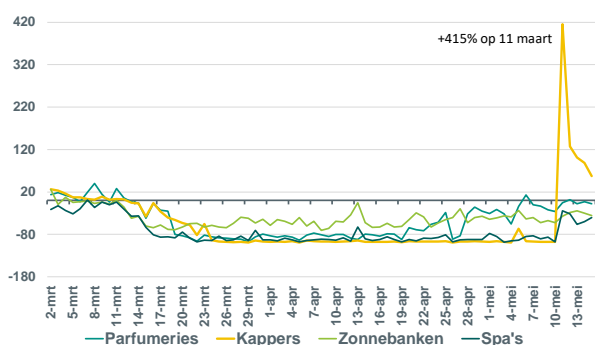
Verwachte daling van consumptie van 7% voor 2020

Voor onze voorspellingen van de consumptieve bestedingen voor 2020 gaan we uit van een langzaam herstel van de bestedingen nadat de lockdown wordt opgeheven. Horeca (bars) en de entertainment industrie blijven tot minimaal juni dicht. Een gedeelte van de economie mag pas open na september, denk aan sportscholen en grote evenementen. Daarnaast zal de markt voor (internationaal) reizen mondjesmaat op gang komen, in sommige landen is het virus nog niet onder controle en overheden zijn bang dat door toerisme het coronavirus weer zal opleven.

Het is niet waarschijnlijk dat er in 2020 een vaccin op de markt komt. De 1,5 meter-economie zal daardoor voorlopig blijven en leiden tot minder omzet in veel van de getroffen sectoren. Thuiswerken is het 'nieuwe normaal', waardoor de uitgaven aan vervoer structureel lager blijven. Consumenten blijven bovendien voorzichtig. Dit blijkt ook uit het consumentenvertrouwen gepubliceerd door het CBS. Het consumentenvertrouwen in april was -22. De extra meting in de tweede helft van april liet een verdere daling zien naar -27, om nu bij de meting voor mei uit te komen op -31. Bij de twee laatste metingen oordeelden consumenten vooral negatiever over de economische situatie. Deze deelindicator zakte verder weg van -31 voor april naar -52 in mei. In tijden van grote onzekerheid besteden consumenten minder, met name aan luxeuitgaven zoals een nieuwe auto of een vakantie.² Al met al verwachten we voor Nederland een krimp van de consumptieve bestedingen van ongeveer 7% j-o-j in 2020.

Wellness categorie veert op

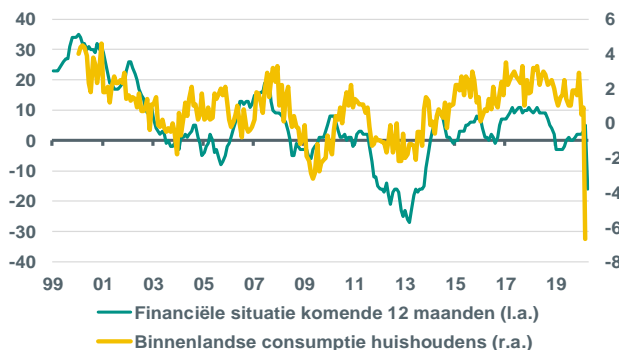
Consumptieve bestedingen, % verschil tov vergelijkbare dag in 2019



Bron: ABN AMRO Economisch Bureau

Consumentenvertrouwen historisch laag

Linker-as: financiële situatie in de komende 12 maanden (saldo positieve en negatieve antwoorden)
Rechter-as: Binnenlandse consumptie huishoudens, volume koopdaggecorrigeerd, % verschil tov 2019



Bron: ABN AMRO Economisch Bureau

² Uit onderzoek van het CBS blijkt dat consumentenvertrouwen veelal een voorlopende indicator is van macro-economische ontwikkelingen. In de aanloop naar de recessie in 2008 was een vergelijkbare beweging zichtbaar. Al vanaf september 2007 begon het consumentenvertrouwen scherp te dalen, met name door de forse val in het sentiment over de economie (zie: <https://longreads.cbs.nl/welvaartinederland-2019/uitgaven-en-consumentenvertrouwen/>)

DISCLAIMER

Dit document is samengesteld door ABN AMRO. Het heeft uitsluitend als doel om financiële en algemene informatie te verstrekken over de economie. ABN AMRO behoudt zich alle rechten voor met betrekking tot de informatie in het document en het document wordt uitsluitend aan u verstrekt voor uw informatie. Het is niet toegestaan dit document (geheel of deels) te kopiëren, distribueren, door te geven aan een derde of om het voor enig ander doel te gebruiken dan hier boven bedoeld. Dit document is informatief bedoeld en vormt geen aanbieding van effecten aan het publiek, of een uitnodiging om een aanbod te doen.

U mag niet om welke reden dan ook vertrouwen op de informatie, meningen, beramingen, en aannames in dit document noch dat het compleet, accuraat of juist is. Er wordt geen garantie gegeven, uitdrukkelijk of stilzwijgend, door of uit naam van ABN AMRO, haar directeuren, functionarissen, vertegenwoordigers, gelieerde partijen, groepsmaatschappijen of werknemers met betrekking tot de juistheid of volledigheid van de informatie in dit document, en geen enkele aansprakelijkheid wordt geaccepteerd voor enig verlies als direct of indirect gevolg van het gebruik van deze informatie. De opvattingen en meningen opgenomen hierin kunnen op enig moment aan verandering onderhevig zijn en ABN AMRO heeft geen enkele verplichting om de informatie in dit document na de datum hiervan te herzien.

Voordat u in enig product van ABN AMRO investeert, dient u zich te informeren over de verschillende financiële en andere risico's, alsmede mogelijke beperkingen voor u en uw investeringen als gevolg van toepasselijke wetgeving en regels. Indien u, na lezing van dit document, overweegt een investering te doen in een product, raadt ABN AMRO aan om een dergelijke investering met uw relatiemanager of persoonlijke adviseur te bespreken om nader te bezien of het relevante product – met inachtneming van alle mogelijke risico's – past bij uw investeringen. De waarde van beleggingen kan fluctueren. In het verleden behaalde resultaten bieden geen garanties voor de toekomst. ABN AMRO behoudt zich het recht voor wijzigingen in dit materiaal aan te brengen.

Alle rechten voorbehouden