

De impact van de nieuwe maatregelen op consumptie

Jan Paul van de Kerke, Economisch Bureau, econoom

Tel.: 06 4429 4475 / jan-paul.van.de.kerke@nl.abnamro.com

Nora Neuteboom, Economisch Bureau, senior econoom

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

Eerste week van lockdown laat in aanloop naar kerst slechts beperkte toename van consumptie zien.

- ▶ **ABN AMRO verwacht in het vierde kwartaal een k-o-k krimp van 2,7% mede door de daling van consumptieve bestedingen.**
- ▶ **Onze transactie data toont een toename van consumptie van 6,5% voor de eerste week van lockdown t.o.v de week vóór de lockdown.**
- ▶ **Normaliter is deze toename in dezelfde periode forser; in 2019 was dit 29,5%.**
- ▶ **Jaar-op-jaar bezien is de terugval van consumptie fors (-25%), ten opzichte van het vorige kwartaal minder fors.**
- ▶ **Bestedingscategorieën entertainment, reizen en appearances laten de grootste daling zien.**
- ▶ **Eenmalige uitgaven, zoals aan elektronica of aan de inrichting van huizen, worden in vergelijking tot de eerste lockdown minder gedaan.**

Consumptie neemt toe in de eerste week van de harde lockdown maar fors minder dan vorig jaar.

Op dinsdag 15 december zijn nieuwe maatregelen ingegaan; Nederland gaat tot tenminste dinsdag 19 januari in lockdown. Tot die tijd gaan alle niet-essentiële winkels dicht. Ook de contactberoepen zoals kappers zijn tot die tijd gesloten. Het voornaamste economische effect van deze maatregelen zal via de consumptieve bestedingen lopen. Om een gevoel te krijgen wat het effect van de maatregelen is op de consumptie kijken wij naar transactiedata van ABN AMRO pashouders.

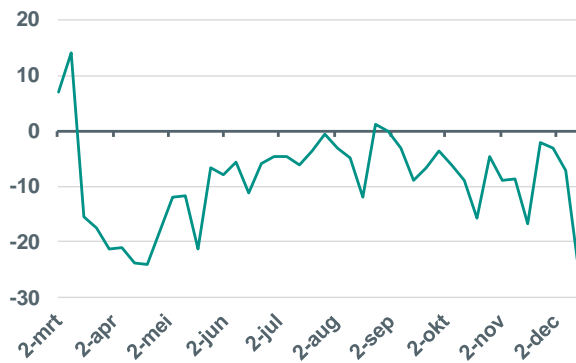
Bij het schrijven van deze publicatie hebben we ongeveer 1 week aan transactiedata waarin de nieuwe lockdownmaatregelen van kracht zijn. In vergelijking met de tweede week van december 2020 (de week voor de lockdown) neemt de consumptie in de derde week van december 2020 toe met 6,5%. De derde week van december is de week voor kerst en hierdoor traditioneel een week waarin veel wordt geconsumeerd. Als we dezelfde berekening uitvoeren voor 2019 zien we dat de bestedingen van de tweede week van december op de derde week toenamen met 29,5%. In 2020 nemen de bestedingen ook in de eerste week van de lockdown dus weliswaar toe, maar deze toename staat in schril contrast met de toename in de situatie voor corona. Jaar-op-jaar betekent deze beperkte toename dat de consumptie ongeveer 25% lager is uitgevallen ten opzichte van dezelfde week vorig jaar (zie linker grafiek hieronder).

Het niveau van consumptie in de afgelopen week is vergelijkbaar met de week van 20 april, waar een gelijke terugval in bestedingen genoteerd werd tijdens de eerste 'intelligente lockdown'. De terugval in consumptie is aanzienlijk maar laat eveneens zien dat de maatregelen er in slagen om activiteit te verminderen. Met name de bestedingen aan vervoer (zie ook de heatmap onderaan de publicatie) zijn sinds april niet zo laag geweest. De grafiek rechtsonder laat zien dat de

transactiedata een goeie voorlopende indicator is voor geaggregeerde consumptie. ABN Amro transactiedata correleert sterk met de consumptie door huishoudens dat maandelijks wordt gepubliceerd door het CBS.

Eerste lockdownweek toont zwakke consumptie

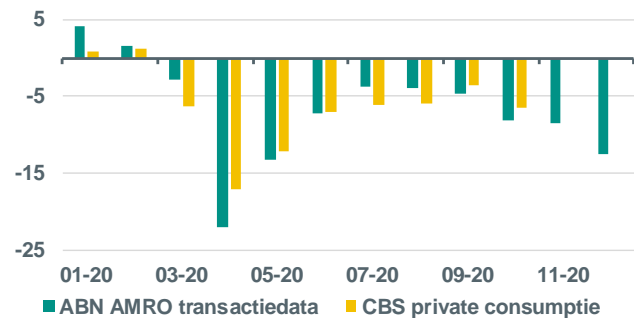
Percentage j-o-j verandering per week, gecorrigeerd



Bron: ABN AMRO transactiedata

Transactiedata is een goede maatstaf

Percentage j-o-j verandering per maand, gecorrigeerd, transactiedata voor december tot 21-12. CBS data: in het geel; binnenlandse consumptie door huishoudens, volume, koopkracht gecorrigeerd



Bron: ABN AMRO transactiedata en CBS

De sterke terugval wordt medebepaald door een lockdown in december

Het is belangrijk om de terugval van -25% in vergelijking met 2019 in perspectief te plaatsen. Doorgaans zijn de decembermaanden het moment waarop consumenten geld uitgeven; Kerstcadeaus worden gekocht, er wordt nog even snel een kappersafspraak ingepland en het kerstdiner moet voorbereid worden. Ook wordt er in derde week van december normaal veel uitgegeven aan horeca. Het jaar-op-jaarverschil zal dus automatisch groot zijn omdat er een vergelijking gemaakt wordt tussen een laag niveau van consumptie doordat winkels en horeca gesloten zijn, en het verhoogde niveau van activiteit in een 'normale' decembermaand. Omdat we door corona al langer op een lager niveau van consumptie zitten zal het kwartaal-op-kwartaaleffect van de nieuwe maatregelen minder fors zijn. Tijdens de eerste golf, in het tweede kwartaal van dit jaar, kwam consumptie van een 'normaal' niveau in het eerste kwartaal, waardoor de klap kwartaal-op-kwartaal toen veel groter was.

Hetzelfde effect speelt ook in januari waardoor het totale effect van de lockdown van 15 december tot 19 januari op de consumptie minder fors zal zijn. Na de feestdagen is januari het moment waar consumenten juist minder uitgeven. Het vergelijken van de consumptie tijdens de lockdownmaatregelen met een maand waarin consumptie traditioneel zwak is zal dan ook betekenen dat het effect van de maatregelen op de consumptie minder sterk is.

Bestedingscategorieën verschillen in de mate van terugval

Achter deze jaar-op-jaarterugval van de bestedingen gaan behoorlijke onderliggende verschillen schuil. De bestedingen heatmap (bijgevoegd aan het eind van de publicatie) laat de procentuele verandering tussen de bestedingscategorieën ten opzichten van vorig jaar zien. De winnaar, de bestedingscategorie die in de afgelopen week ongeveer als enige terrein won is voorspelbaar; online boodschappen. De meest getroffen categorieën zijn entertainment (-67%), reizen (-81%) en appearance (kleding, juweliers) (-50%).

Het gedrag van consumenten is anders dan tijdens de eerste lockdown.

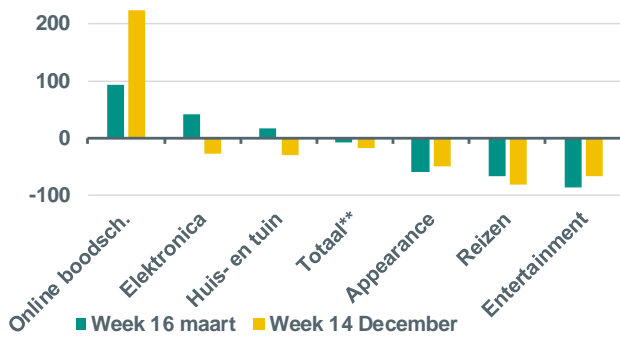
Uit de bestedingscategorieën is ook een ander patroon te zien in vergelijking met de eerste lockdown. De figuur hieronder laat voor enkele bestedingscategorieën de j-o-j verschillen zien tussen de week van 16 maart (eerste week van de eerste lockdown) en de week van 14 december (eerste week van de tweede lockdown). In tegenstelling tot de eerste lockdown kopen consumenten minder elektronica en huis- en tuinterieur. Elektronica werd aangeschaft om de thuiswerkplek in te richten en bij gebrek aan vakantie zijn consumenten aan het huis gaan klussen, maar nu deze uitgaven reeds gedaan zijn

vallen deze categorieën ook terug. We [voorspelden](#) in april al dat de aankoop van bovenstaande categorieën (veelal duurzame consumptiegoederen) zijn vervroegd, waardoor deze aankopen later in het jaar niet plaatsvinden. Dat lijkt inderdaad het geval te zijn, waardoor jaar-op-jaar de consumptie van duurzame goederen tijdens deze harde lockdown wellicht nog sterker terugvalt dan tijdens de eerste lockdown.

Daar tegenover staat dat ondernemers zich hebben aangepast. De categorieën appearance en entertainment zijn in de week van 14 december minder ver terugvallen in vergelijking met de eerste week van de eerste lockdown. [Ondernemers](#) hebben in digitale infrastructuur geïnvesteerd en weten hun klanten beter te vinden via deze digitale kanalen. Dit kan een signaal zijn dat ondernemers uit deze categorieën zich weten aan te passen aan de nieuwe situatie. Dit zal op den duur weer positief uitpakken voor consumptie.

Verschuif in bestedingen tussen de lockdowns

Percentage j-o-j verandering, gecorrigeerd



Bron: ABN AMRO transactiedata

We verwachten een terugval van 2.7% k-o-k in het vierde kwartaal van dit jaar

Het is moeilijk om te onderscheiden of de daling in consumptie slechts wordt veroorzaakt door de harde lockdown maatregelen, of dat de tweede-ronde effecten en de [angst](#) factor ook een rol spelen. De angst om besmet te raken waardoor mensen zichzelf isoleren en minder consumptie omdat een aanzienlijk deel van de bevolking ziek is, wegen mee. Daarnaast is, sinds de eerste lockdown, de werkloosheid opgelopen waardoor consumenten minder te besteden hebben. Al met al [verwachten](#) we dat de dalende consumptie z'n tol zal eisen in het vierde kwartaal van dit jaar. Onze verwachting is dat de Nederlandse economie in het vierde kwartaal met 2,7% kwartaal-op-kwartaal krimpt.

Week van	(Grotendeels) Opheffing														Tweede golf					Aangscherp maatregelen					Harde lockdown				
	1-jun	8-jun	15-jun	22-jun	29-jun	6-jul	13-jul	20-jul	27-jul	3-aug	10-aug	17-aug	24-aug	31-aug	7-sep	14-sep	21-sep	28-sep	5-okt	12-okt	19-okt	26-okt	2-nov	9-nov	16-nov	23-nov	30-nov	7-dec	14-dec
Boodschappen (online)	227,1	238,6	199,5	224,4	208,3	202,9	227,1	221,6	213,1	209,8	201,2	173,5	194,2	176,2	188,1	180,0	188,2	181,3	197,6	230,6	194,6	200,4	173,6	175,0	193,3	218,5	229,0	211,7	223,1
Elektronica	44,5	18,6	21,8	24,9	24,4	13,5	13,2	9,8	20,9	14,4	16,3	15,6	25,7	0,1	23,8	11,8	13,0	22,3	22,7	2,9	16,2	24,0	17,1	31,4	55,0	7,7	16,6	18,9	-26,5
Boodschappen (offline)	21,5	22,7	17,6	18,4	15,8	19,5	19,8	14,3	23,3	29,2	25,0	12,6	13,4	15,0	17,4	13,2	15,9	18,1	17,5	23,1	17,0	18,1	17,9	17,8	13,8	18,3	17,6	16,6	15,1
Huis- en tuin interieur	58,0	31,1	32,5	38,9	33,2	34,3	24,9	46,3	23,9	18,7	2,8	19,7	32,7	28,2	29,9	20,9	20,5	28,2	26,4	23,8	15,2	23,3	24,6	28,1	24,1	24,5	15,7	16,2	-30,2
Overige spullen*	61,4	52,3	35,0	53,4	39,4	38,0	34,9	51,4	58,0	57,1	46,0	40,2	64,3	41,7	41,3	29,9	43,4	51,7	52,5	56,7	40,2	47,8	41,0	34,7	22,7	34,3	39,8	35,7	-9,0
Totaal**	-0,5	1,8	-3,6	1,6	2,9	2,8	1,4	3,8	6,9	4,4	2,5	-4,5	8,7	7,4	4,3	-1,3	0,8	3,9	1,4	-1,3	-8,3	3,0	-1,3	-1,2	-9,2	5,3	4,4	0,4	-17,4
Wellness	0,5	0,3	1,8	-1,9	-1,2	1,6	1,8	5,8	9,3	9,9	5,9	-1,2	8,1	7,8	7,3	2,5	4,2	9,7	4,8	4,0	-4,7	11,4	2,5	4,8	0,8	8,9	11,7	6,1	-18,2
Vervoer	-18,7	-9,7	-10,2	-4,7	-7,2	-2,7	-3,5	-2,0	-1,0	-1,8	-2,1	-7,2	-6,7	-3,7	-4,7	-8,4	-7,8	-10,7	-12,1	-14,7	-18,4	-16,0	-19,1	-22,1	-21,4	-17,6	-15,7	-16,7	-29,8
Appearance***	-1,4	-3,8	-9,0	-3,7	-9,0	-3,7	-0,8	4,5	5,2	-1,4	-8,4	-8,6	22,3	0,1	-1,7	-18,3	-1,0	-4,7	-3,3	-8,2	-17,5	-7,9	-14,4	-19,5	-24,1	-3,6	-7,3	-12,2	-49,9
Uiteten/horeca***	1,4	-9,2	-1,1	5,8	3,9	9,6	13,1	15,1	16,1	14,8	20,6	9,5	8,5	17,6	13,2	13,7	10,0	-1,5	-3,6	-22,5	-35,9	-28,8	-33,6	-31,9	-33,2	-29,0	-27,9	-28,9	-35,5
Reizen	-65,5	-63,1	-50,1	-40,6	-31,1	-24,5	-23,2	-24,8	-23,7	-24,6	-24,9	-27,1	-25,1	-29,4	-27,8	-33,4	-37,1	-42,5	-48,3	-51,8	-59,2	-49,3	-58,9	-60,3	-58,6	-53,7	-53,5	-54,4	-80,8
Entertainment	-65,1	-64,0	-55,0	-57,4	-21,3	-17,6	-18,3	-14,6	-20,9	-34,4	-27,4	-30,0	-14,1	-25,8	-25,3	-28,9	-37,6	-48,8	-42,9	-55,8	-62,6	-52,0	-50,7	-72,2	-68,7	-38,3	-53,0	-51,3	-67,2

Totaal aantal pintransacties, onlinebetalingen en geldprijzen, ex. creditcard gegevens; deze data is nominaal en niet gecorrigeerd voor seizoenseffecten, feestdagen, inflatie of andere trends in pintransacties
*O.a boeken, speelgoed, bloemen; **data bestaat uit totaal aantal pintransacties, onlinebetalingen en geldprijzen, ex. creditcard gegevens; ***Online en fysiek;

Bron: transactiedata ABN AMRO Economisch Bureau

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