

Zijn de magere jaren helemaal voorbij?

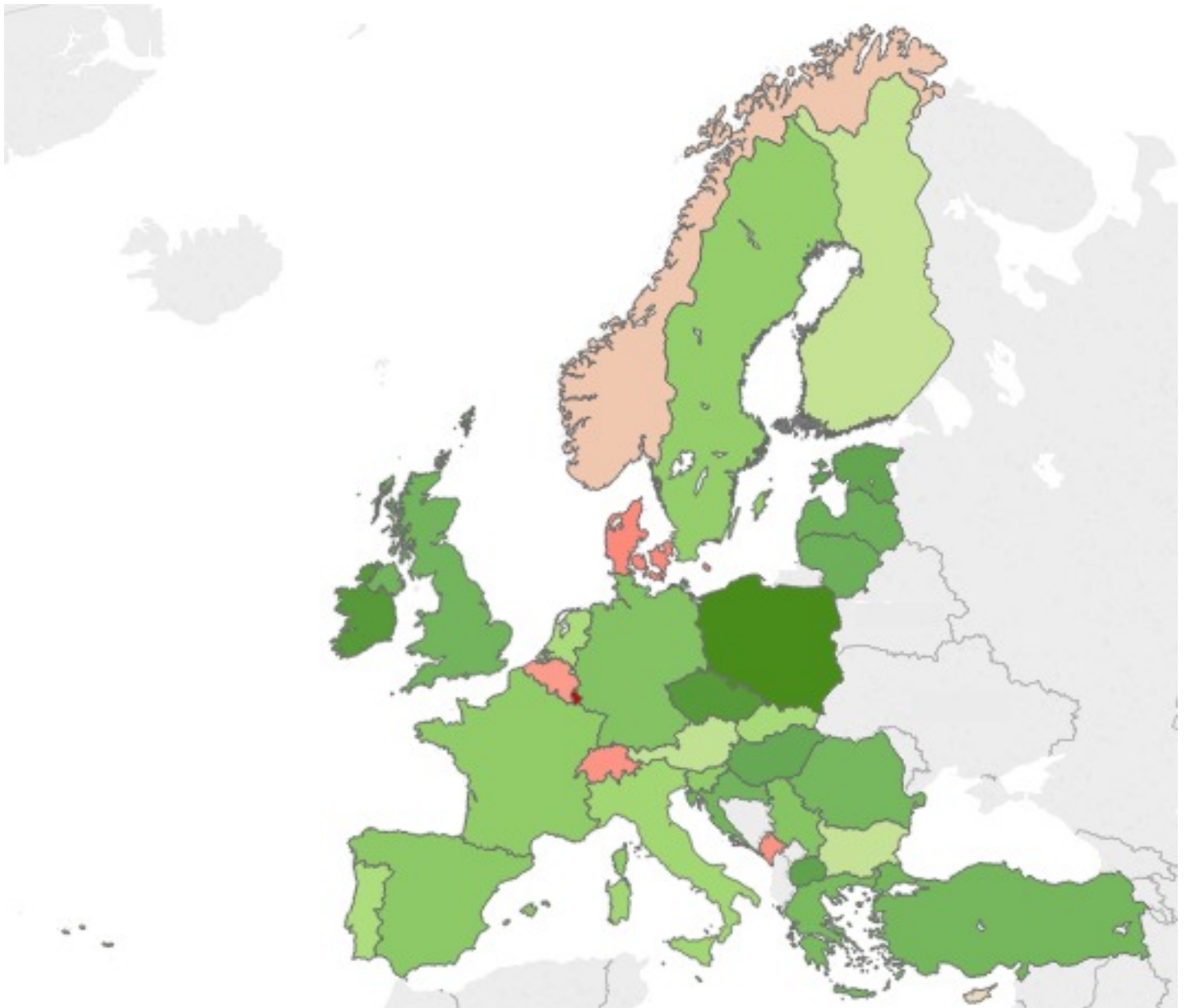
05-08-2015 22:00

De zeven magere jaren zijn voorbij, als we De Nederlandsche Bank mogen geloven. We laten de crisis achter ons en de Nederlandse economie komt weer op stoom. Maar geldt dat ook voor de retailbranche? En hoe doen we het in vergelijking met de rest van de Europese Unie?

Eurostat heeft de antwoorden. Het Europese statistiekbureau verzamelt maandelijks de cijfers van alle landen die aangesloten bij de Europese Unie. Zo bleek dat het volume (niet de omzet) in juni in de Europese Unie met een half procent was teruggelopen ten opzichte van een maand eerder. Dat is overigens pas de tweede daling sinds september vorig jaar, dus wanhopen hoeft de retailbranche niet. Helemaal niet omdat de verkopen in vergelijking met een jaar terug nog altijd dik in de plus staan. Retailers in de EU verkochten in juni twee procent meer dan vorig jaar.

Wat Nederlandse winkeliers in juni gepresteerd hebben is nog niet duidelijk, omdat onze cijfers vertrouwelijk zijn. Het CBS komt pas over een week met de detailhandelsverkopen in Nederland. Maar als we de cijfers van de maand mei erbij pakken, blijkt ons land ondergemiddeld te presteren. In vergelijking met een jaar eerder werd 1,8 procent meer verkocht, waar het gemiddelde van alle 28 EU-landen op liefst 3,2 procent lag.

Volumeontwikkeling in Europa, mei 2015 vergeleken met mei 2014

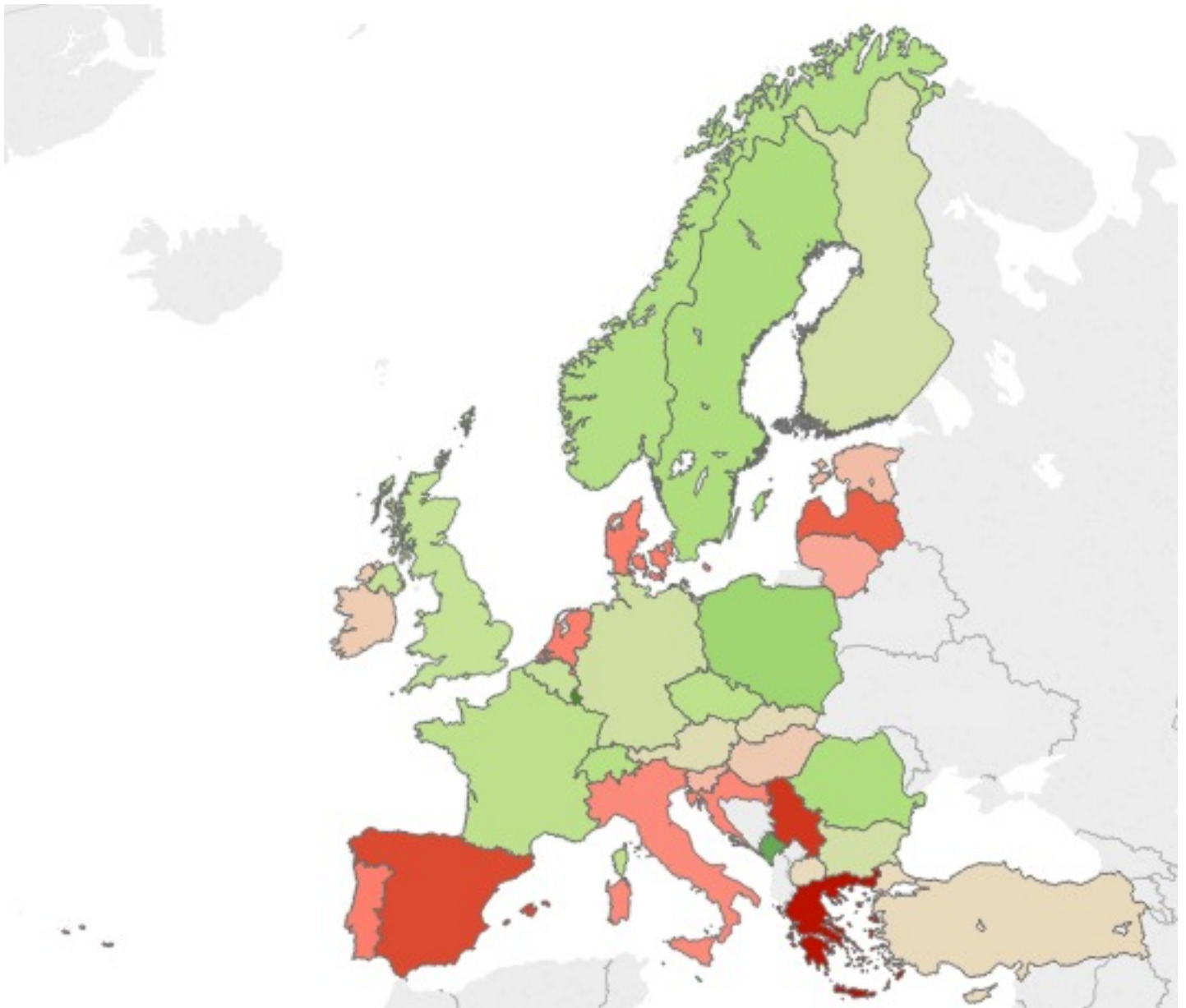


Het slechtst presteert Luxemburg, dat het volume in een jaar tijd met ruim tien procent zag krimpen. Ook de EU-lidstaten Denemarken en België kleuren lichtrood. Retailers die actief zijn in Polen, Ierland of Tsjechië zagen juist groeicijfers van boven de zes procent.

Crisis

Maar of de magere jaren helemaal voorbij zijn, dat valt niet uit deze cijfers op te maken. Daarvoor moeten we terug naar de cijfers van 2007, toen de crisis nog niet was doorgedrongen. Uit de vergelijking met de meimaand van dat jaar blijkt dat Nederlandse retailers het met tien procent minder verkoopvolume moeten doen. Ook in deze ranglijst voert Nederland een achterhoedegevecht met onder meer Denemarken. Het valt echter vooral op hoe rood de Baltische staten en Zuid-Europese landen kleuren. Dat de crisis Spanje hard heeft geraakt blijkt uit een teruggang van liefst 25 procent, terwijl Griekenland het met een verval van meer dan een derde nog slechter doet. Al zal dat geen wenkbrauwen doen fronsen.

Volumeontwikkeling in Europa, mei 2015 vergeleken met mei 2007



Het woord crisis heeft voor retailers in Luxemburg, Polen, Zweden en Roemenië een hele andere betekenis. Daar ligt het verkoopvolume namelijk ver boven het niveau van voor de crisis; magere jaren. Ook grootmachten als Frankrijk en Duitsland kleuren groen.

De grote vraag is of Nederland mag hopen om op het niveau van voor de crisis terug te keren. De woorden 'nieuwe realiteit' zijn echter heel populair als het gaat om het herstel van de retailbranche. Niet voor niets verwachten de 444 managers uit het onderzoek van [Shopping Tomorrow](#) slechts een beperkte groei van twaalf procent over de periode 2013-2020, gecorrigeerd voor inflatie. Die groei is weliswaar iets sterker dan de meeste economen en het CBS voorspellen, maar het blijft hoe dan ook een groei.