

# Consumentenbestedingen

Jeannine van Reeken-van Wee, Econoom / Data Scientist, jeannine.van.reeken@nl.abnamro.com

Aggie van Huisseling, Econoom / Data Analyst, aggie.van.huisseling@nl.abnamro.com

## Inhaalgroei horeca achter de rug

- ▶ **Met geanonimiseerde transactiedata maken we bestedingen in de horeca en supermarktketens inzichtelijk**
- ▶ **Deze twee categorieën kunnen geclassificeerd worden als substituten**
- ▶ **We concluderen dat de horeca en supermarktbestedingen weer in pré-corona evenwicht zijn**

Volle terrassen, drukbezochte cafés en volgeboekte restaurants. Na een periode met lockdown restricties was het enthousiasme om van de Nederlandse horeca gebruik te maken deze zomer hoog. Er was sprake van inhaalgroei. Tegelijkertijd zagen we tijdens de lockdowns een beweging naar meer supermarktuutgaven, aangezien de horeca gesloten was. Deze twee categorieën kunnen gezien worden als substituten van elkaar. Uit onze analyse blijkt dat de verhouding tussen uitgaven aan Nederlandse supermarkten en horeca, voor het eerst sinds de Corona uitbraak, weer gelijk is aan de verhouding van voor de pandemie. Dit wijst erop dat de inhaalvraag aan horeca bestedingen die startte in het voorjaar van 2022 inmiddels ten einde is gekomen. In deze publicatie analyseren wij de uitgaven aan supermarkten en horeca vanuit geanonimiseerde en geaggregeerde transactiedata van ABN Amro rekeninghouders en geven we inzicht in het verloop van de consumptieve bestedingen in deze twee categorieën.

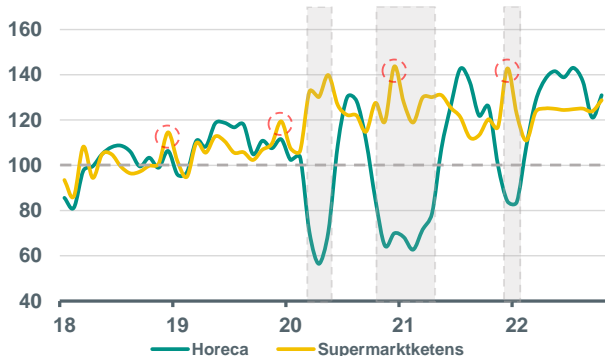
### Een typisch seizoenspatroon

In onderstaande figuur tonen wij het verloop van consumptieve bestedingen aan Nederlandse supermarktketens en horeca van januari 2018 tot en met oktober 2022. Hiervoor gebruiken we de geaggregeerde en geanonimiseerde bestedingen van een vast panel van meer dan een miljoen rekeninghouders. Als we naar de bestedingen aan supermarkten kijken (gele lijn) dan zien we dat huishoudens in de decembermaand meer geld besteden aan boodschappen dan in de andere maanden van het jaar. Dit is niet verrassend, gezien de feestdagen in deze maand. In februari wordt er typisch minder aan supermarkten uitgegeven; deze maand telt immers minder dagen. Duidelijk te zien is de forse toename aan supermarkt uitgaven aan het begin van de eerste lockdown. Mensen aten vaker thuis en bovendien werd er ook extra ingeslagen; het zogenaamde hamsteren.

Als we naar de horeca bestedingen kijken (groene lijn) dan zien we een ander verloop. Het is niet de decembermaand waarin consumptieve bestedingen aan horeca het grootste zijn, maar gedurende de zomermaanden. Tijdens de lockdowns zien we een flinke afname van uitgaven aan de horeca. Terwijl afhaal mogelijkheden bleven, was het niet meer mogelijk om in de kroeg te zitten of in een restaurant te eten. De daling van de uitgaven naar de horeca was het sterkste tijdens de eerste lockdown. In elke volgende lockdown was de daling minder sterk, wat het aanpassingsvermogen van zowel consument als bedrijven illustreert.

## Bestedingen aan horeca en supermarkten

Geïndexeerd op 2018. Lockdowns in grijs, decembermaanden in rood.



Bron: ABN AMRO Economisch Bureau o.b.v. transactiedata

### Uitgaven aan horeca en supermarkt als substituu

Substituten zijn producten die elkaar kunnen vervangen. Wanneer het ene goed niet verkrijgbaar is of relatief duurder wordt, betekent dit dat de vraag naar het andere goed toeneemt. Dit geldt ook voor uitgaven in de supermarkt en de horeca. Op het moment dat je besluit boodschappen te halen en thuis een maaltijd bereidt zit je immers niet in een restaurant. Dat horeca en supermarkten als substituten van elkaar gezien kunnen worden blijkt ook uit onze data. We zien dat horeca uitgaven dalen tijdens de lockdown en er dan juist extra geld wordt uitgegeven in de supermarkt.

### Einde van de inhaalvraag in de horeca

Vanwege stijgende rentes en de hoge (energie)inflatie komt koopkracht onder druk te staan. Horeca uitgaven worden vaak als niet-essentieel beschouwd, terwijl dit niet voor boodschappen in de supermarkt geldt. Aangezien horeca uitgaven en supermarkt boodschappen als substituten kunnen worden gezien, is relatief minder geld uitgegeven aan de horeca ten opzichte van de supermarkt een manier om geld te besparen.

De afgelopen jaren zijn uitgaven aan beide categorieën gestegen: de bestedingen liggen in 2022 ver boven het niveau van 2018. Alhoewel inflatie een rol speelt in de algemene stijgende trend die we zien in beide lijnen, wordt het verloop rondom deze trend gedreven door consumptieve keuzes. Horeca bestedingen zijn echter meer gestegen dan de uitgaven aan boodschappen. Dit betekent dat er gedurende de zomer van 2022 relatief meer aan horeca werd besteed dan het geval was voor de pandemie. Er was sprake van een inhaalvraag naar horeca. Inmiddels, als we naar de meest recente maanden kijken, dan zien we dat de uitgaven naar de horeca en supermarkten weer op hetzelfde niveau zitten. De verhouding lijkt weer terug te zijn op dat van voor de pandemie. We kunnen nog niet zeggen of dit een eerste teken is van veranderend bestedingsgedrag door druk op de koopkracht of simpelweg vanwege het einde van de zomer. Wat onze analyse wel aantoont is dat het duidelijke inhaaleffect dat we zagen in de horeca nu achter de rug is.

Voor meer informatie over de sector horeca en retail, zie [hier](#) onze sector prognoses.

## 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*