

13 mei 2020  
IBEN nr. 03-2020

# ING Belgium Economic Newsletter

## Het coronavirus heeft het gedrag van de Belgische consumenten dermate veranderd dat een normalisering tijd zal vergen

De omvang van de lockdown en de effecten ervan op ieders gedrag meten en begrijpen is een ingewikkelde taak. Toch kunnen sommige gegevens ons een preciezer beeld geven van de huidige schok en de gevolgen daarvan op langere termijn. Zo kunnen transactiegegevens van de ING-klanten nuttige informatie verschaffen. Tussen 9 maart 2020 en 26 april 2020 voerden de ING-klanten meer dan 42 miljoen elektronische transacties uit. Door die te analyseren en te vergelijken met bijna 56 miljoen transacties uit dezelfde periode in 2019, kunnen we beter begrijpen hoe consumenten hun dagelijkse gewoonten hebben veranderd (de gegevens zijn uiteraard geanonimiseerd en geaggregeerd). Onze analyse leverde de volgende resultaten op:

- Zoals we konden verwachten, daalden het aantal transacties en de uitgegeven bedragen aanzienlijk. Tijdens de zes weken van de lockdown voerden de Belgen<sup>1</sup> 28% minder transacties uit en gaven ze in totaal 16% minder uit dan tijdens dezelfde periode vorig jaar.
- Het aantal transacties en de uitgegeven bedragen per week tonen een geleidelijke evolutie van het gedrag. Tijdens de eerste volledige week in lockdown viel het totale aantal transacties van de Belgen enorm terug, met meer dan 37% tegenover vorig jaar. De daaropvolgende weken stabiliseerde de daling van het aantal transacties zich rond 25% en dat tot 26 april 2020. Geen enkel element in de transactiegegevens wijst op ander gedrag naarmate de versoepeling van de maatregelen naderde.
- Tegenover vorig jaar gaven de Belgische consumenten via elektronische betalingen meer uit in supermarkten en kleine buurtwinkels. De daling van de uitgaven is daarentegen enorm voor de categorieën vervoer (-52%), vakanties (-69%), kleding en beauty (-61%) en kinderactiviteiten (-68%).

*Tijdens de zes weken van de lockdown voerden de Belgische consumenten 28% minder banktransacties uit dan tijdens dezelfde periode in 2019 ...*

*... en gaven ze 16% minder uit.*

### Aantal transacties en uitgegeven bedragen daalden sterk

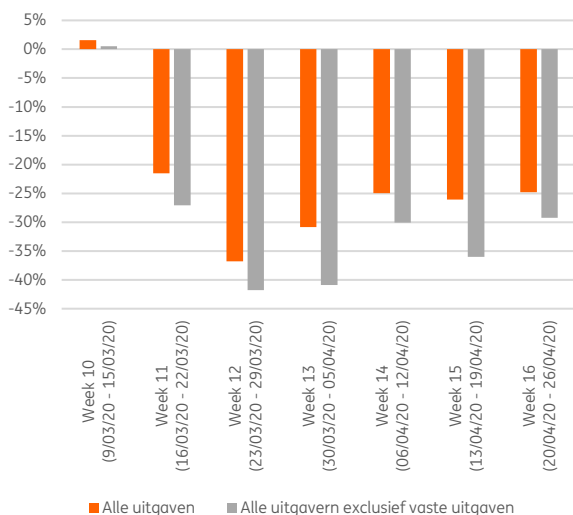
Volgens de gegevens m.b.t. de elektronische transacties van de ING-klanten van de week van 16 maart, het begin van de lockdown in België, tot 26 april voerden de Belgische consumenten 28% minder transacties uit dan tijdens dezelfde periode vorig jaar. Het gaat over de transacties via debetkaart, Bancontact, online ..., maar niet de transacties via kredietkaart. Het betreft alle transacties die door ING-klanten zijn uitgevoerd, dus zowel de transacties in winkels en online als de betaling van lasten, huur, leningen, belastingen en de transfers tussen leden van hetzelfde huishouden. Wat de bedragen betreft, gaven de Belgische consumenten dit jaar tijdens de zes weken van de lockdown 16% minder uit in vergelijking met dezelfde periode in 2019. Om het effect van de lockdown op het consumentengedrag beter in te schatten, concentreren we ons op een deel van de uitgaven. We verwijderen de uitgaven die consumenten op korte termijn niet kunnen terugschroeven (huur, leningen, lasten gekoppeld aan woning, belastingen, verzekeringen ...) en omvat dus enkel de uitgaven die consumenten kunnen wijzigen als ze dat willen. Dat deel van de uitgaven vertegenwoordigt 63% van alle transacties die door

**Charlotte de Montpellier**  
Economist  
Brussel +32 2 547 33 86  
Charlotte.de.Montpellier@ing.com

<sup>1</sup> Deze vaststellingen zijn uitsluitend op de transactiegegevens van ING-klanten gebaseerd en zijn dus niet noodzakelijk representatief voor het gedrag van de gehele Belgische bevolking. ING behoort echter tot de vier grootste banken in België qua aantal klanten. De gegevens verschaffen dus interessante informatie over een niet te verwaarlozen deel van de Belgische bevolking en illustreren treffend de economische schok.

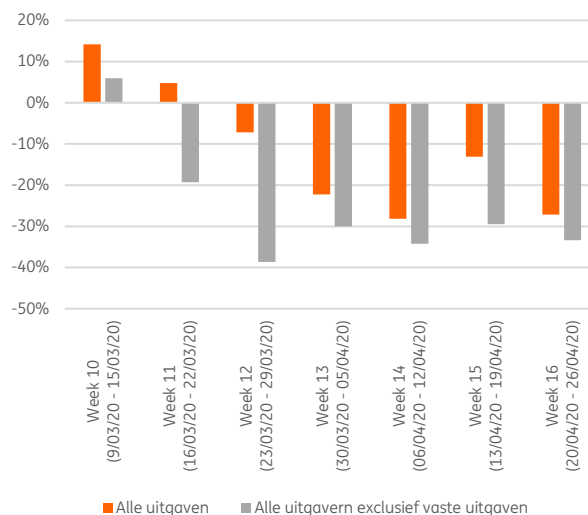
de Belgen zijn uitgevoerd, maar slechts 19% van het totale uitgegeven bedrag. Wanneer we enkel rekening houden met de variabele uitgaven, worden de effecten van de lockdown nog zichtbaarder. Het aantal transacties daalde met 34%, terwijl de uitgegeven bedragen 31% lager waren dan in dezelfde periode vorig jaar. **De lockdown heeft dus een aanzienlijk effect gehad op het bestedingsgedrag van de Belgen en dwong hen om hun uitgaven drastisch te verlagen.**

**Fig. 1 De Belgische consumenten voerden minder transacties uit ...**



Bron: ING

**Fig. 2 ... en gaven minder uit dan tijdens dezelfde periode in 2019.**



Bron: ING

### Een bruske beweging in het begin van de lockdown, daarna vrij stabiel

Het aantal transacties en de uitgegeven bedragen per week tonen een geleidelijke evolutie van het gedrag in het begin van de lockdown. Tijdens week 10 (van 9 tot 15 maart), of toen de eerste maatregelen werden aangekondigd (sluiting van bars en restaurants, beperking van sportieve en culturele activiteiten ...), voerden de Belgische consumenten een gelijkaardig aantal transacties uit als tijdens dezelfde week in 2019, maar ze gaven veel meer uit (+14%). Zoals men ter plaatse kon vaststellen, wijzen de transactiegegevens erop dat consumenten gingen hamsteren in de aanloop naar de lockdown, door veel meer dan gewoonlijk uit te geven.

Daarna, in de week van 16 maart, waarin de lockdown op woensdag startte, daalden de transacties met 22%, maar steeg het uitgegeven bedrag met 5%. Een week later viel het totale aantal transacties sterk terug, met meer dan 37% tegenover dezelfde periode in 2019. **Tijdens de eerste volledige week in lockdown vielen alle banktransacties van de Belgen dus enorm terug, met meer dan 1/3 tegenover het voorgaande jaar**, voor alle uitgavencategorieën samen (en dus met inbegrip van de categorieën die niet sterk veranderden, zoals de transfers tussen leden van hetzelfde huishouden). Exclusief de vaste kosten die op korte termijn moeilijk te veranderen zijn, bedraagt de daling 42%. **De daaropvolgende weken stabiliseerde de daling van het aantal transacties zich rond 25% minder in vergelijking met een jaar eerder en dat tot 26 april 2020.** Als we naar de bedragen kijken, blijkt dat de consumenten hun uitgaven (uitgezonderd vaste uitgaven<sup>2</sup>) tijdens de eerste volledige week in lockdown terugschroefden met bijna 40% tegenover

*Tijdens de eerste volledige week in lockdown vielen de banktransacties van de Belgen enorm terug, met meer dan 1/3 tegenover het voorgaande jaar, voor alle uitgavencategorieën samen.*

*De daaropvolgende weken stabiliseerde de daling van het aantal transacties zich rond 25% en dat tot 26 april 2020.*

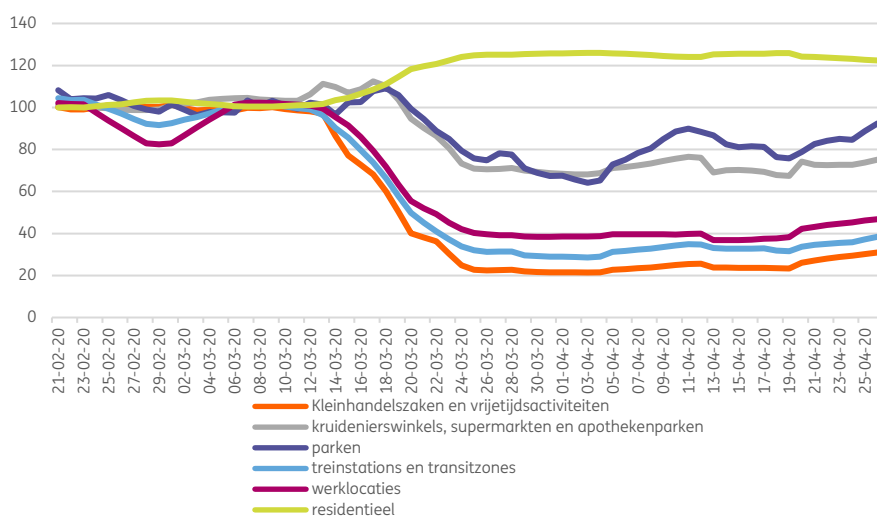
<sup>2</sup> Om de bedragen van een week met dezelfde week van het voorgaande jaar te vergelijken, is het interessanter om zich op de variabele uitgaven te concentreren (en dus huurgelden, leningen, belastingen, verzekeringen ... uit te sluiten) om kalendereffecten te vermijden. De vaste uitgaven vertegenwoordigen immers een groot deel van de uitgaven (wat het bedrag betreft) en hangen doorgaans samen met automatische transfers, die van een bepaalde datum afhangen (bijvoorbeeld de laatste dag van de maand) in plaats van een specifieke week. Bijvoorbeeld, de laatste dag van de maand maart viel in 2019 in week 12, terwijl hij in 2020 in week 13 lag.

een jaar eerder. De daling stabiliseerde zich vervolgens rond 30% voor de vier volgende weken.

We kunnen daaruit besluiten dat, na een sterke beweging in het begin van de lockdown, **de beslissingen over uitgaven nauwelijks veranderden vanaf de tweede volledige week in lockdown** (dus zodra het hamsteren minderde) **en dat geen enkel element in de transactiegegevens wijst op ander gedrag naarmate de versoepeling van de maatregelen naderde**. Andere gegevens die met een hoge frequentie worden verzameld, zoals de gegevens van Google over de mobiliteit van de Belgen, wijzen evenwel op een gedragsverandering aan het einde van de paasvakantie. Op dat ogenblik werden sommige beperkende maatregelen opgeheven, waardoor doe-het-zelfzaken en tuincentra weer de deuren konden openen. De verplaatsingen van de Belgen veranderden dus vanaf 19 april, maar de uitgaven zijn niet gevolgd. Als die evolutie in de komende weken bevestigd wordt, dan zou dat een cruciaal element zijn om de kracht van de heropstart van de Belgische economie correct in te schatten. **Het betekent mogelijk dat de herneming van de verplaatsingen door de Belgen niet rechtstreeks tot een herneming van de uitgaven zal leiden**, wellicht omdat de consumenten minder vertrouwen in de vooruitzichten hebben, waardoor ze meer sparen dan voor het coronavirus. Het economische herstel zou dus veel trager dan voorzien kunnen verlopen.

*Het is mogelijk dat de herneming van de verplaatsingen door de Belgen niet leidt tot een herneming van de uitgaven.*

**Gr. 3 Het uitgavenpatroon veranderde weinig tijdens de lockdown, maar Pasen zorgde wel voor meer verplaatsingen**



Bron: mobiliteitsgegevens Google

### Enorme verschillen tussen uitgavencategorieën

Natuurlijk verbergen die cijfers grote verschillen tussen de uitgavencategorieën, waarbij sommige transactietypes zijn gestegen, terwijl andere sterk zijn gedaald. De transactiegegevens leren ons dat **de Belgische consumenten bijna 24% meer uitgaven tijdens de periode van de lockdown** dan in dezelfde periode vorig jaar **in de supermarkten, in de grootwarenhuizen en bij de niet-gespecialiseerde onlineleveranciers**. Tegelijk nam het aantal van deze transacties licht af (2%). Dit impliceert dat het uitgegeven bedrag per transactie sterk steeg, met meer dan 25%. Bij de gespecialiseerde voedingswinkels, zoals slagerijen, bakkerijen en kruidenierswinkels, namen het aantal transacties en de bedragen eveneens fors toe (respectievelijk met 14% en 12%). **De Belgische consumenten lijken dus van de lockdown te hebben geprofiteerd om vaker naar kleine voedingswinkels te gaan en er meer geld dan vroeger uit te geven. Die evolutie is mogelijk te wijten aan een grotere voorkeur voor winkels in de buurt, maar waarschijnlijk ook aan de elektronische betalingen zelf, die als alternatief voor contant geld werden aangemoedigd.**

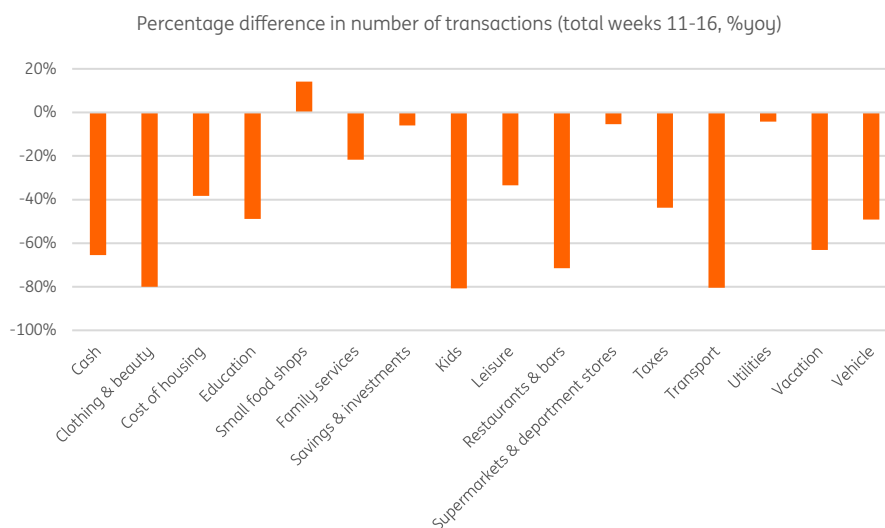
*De Belgische consumenten gaven 24% meer uit tijdens de periode van de lockdown dan in dezelfde periode vorig jaar...*

*... in de supermarkten, in de grootwarenhuizen en bij de niet-gespecialiseerde onlineleveranciers*

Anderzijds zijn de categorieën van uitgaven die verband houden met bedrijven die hun deuren hebben moeten sluiten - niet verrassend - drastisch gedaald. Bijvoorbeeld, het aantal transacties in de categorie kledij en beauty<sup>3</sup> zakte met 80%, terwijl de Belgische consumenten in totaal 61% minder uitgaven aan dat type producten. Hun uitgaven via debetkaart, Bancontact of online bij bars en restaurants daalde eveneens met meer dan 33%<sup>4</sup>, terwijl het aantal transacties maar liefst 72% lager lag.

#### Gr. 4 Het aantal transacties daalde voor vrijwel alle categorieën, behalve voor de kleine voedingswinkels

Gezien de lockdown en de sluiting van winkels, bars, restaurants en andere ontspanningsplekken is het niet verrassend dat de uitgaven voor sommige goederen en diensten fors terugvielen.



Bron: ING

Het aantal transacties binnen de categorie vervoer (verhuur van wagens, openbaar vervoer, luchtvaartmaatschappij) stuwte ineen met meer dan 81%, terwijl het uitgegeven bedrag terugviel met meer dan 52%. Het bedrag van andere uitgaven voor persoonlijk vervoer, zoals de aankoop en het onderhoud van wagens, fietsen, motoren, parking, brandstof ... daalde met 49%. De categorie vakantie (die hotels, verhuur, reisbureaus en toeristische activiteiten omvat) ging meer dan 60% achteruit, zowel op het vlak van het uitgegeven bedrag als van het aantal transacties.

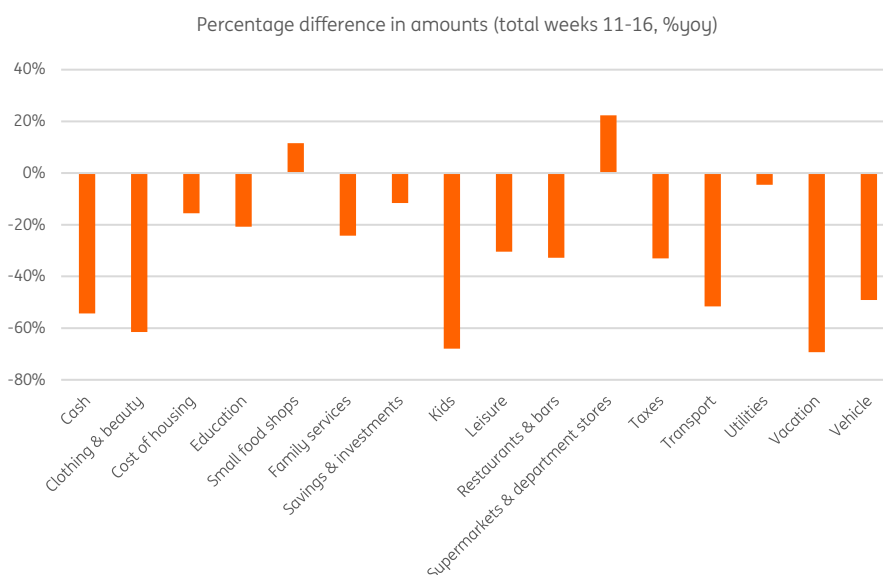
Maar wellicht is een deel van de daling, die groter of kleiner is naargelang de categorie, te wijten aan meer voorzichtigheid door het afgenomen vertrouwen en de economische recessie

Gezien de lockdown en de sluiting van winkels, bars, restaurants en andere ontspanningsplekken is het weinig verrassend dat de uitgaven voor sommige goederen en diensten fors terugvielen. Maar wellicht is een deel van de daling, die groter of kleiner is naargelang de categorie, te wijten aan meer voorzichtigheid door het afgenomen vertrouwen en de economische recessie.

<sup>3</sup> Meer concreet: kledij en toebehoren, cosmetische producten en baby-artikelen, schoenen, haarmode, juwelen, tweedehandswinkels, wellness, massages en schoonheidssalons.

<sup>4</sup> Waarschijnlijk wordt die daling onderschat, aangezien de cijfers enkel rekening houden met elektronische transacties. In die branche gebeurt een belangrijk deel van de transacties doorgaans in cash.

## Gr. 5 Behalve aan de aankoop van voeding gaven consumenten veel minder uit tijdens de lockdown



Bron: ING

### Minder cash

Het lijkt erop dat de manier waarop de Belgen betalen, is veranderd door de gezondheids crisis en de sluiting van de winkels. Tussen 16 maart en 26 april 2020 begaven consumenten zich 65% minder vaak naar geldautomaten dan in dezelfde periode in 2019. Wat het bedrag betreft, zien we een daling van 54%. De lockdown heeft de elektronische betalingen wellicht een duurzaam duwtje in de rug gegeven (zelfs voor kleine bedragen). In cash blijven betalen heeft immers vaak te maken met een trage gedragsverandering. Omdat ze niet inzien waarom ze voor iets anders zouden kiezen, hebben consumenten de neiging om aan hun gewoontes vast te houden. Nu de lockdown de consumenten heeft gedwongen om een groter deel van de transacties elektronisch te betalen, hebben de voordelen van die betaalwijze sommigen overtuigd, waardoor ze niet meer naar cash zullen terugkeren.

### Meer online aankopen?

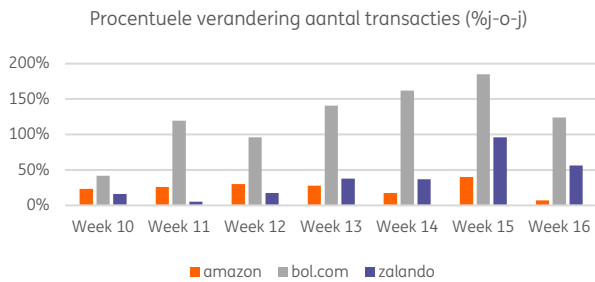
Aangezien het coronavirus de dagelijkse gewoontes sterk heeft veranderd, is de kans groot dat consumenten hun aankoopgedrag ook hebben veranderd. Ze hebben een deel van de aankopen die ze normaal in een fysieke winkel doen, wellicht vervangen door online aankopen. Maar in welke mate precies? Dat kunnen we moeilijk bepalen op basis van de gegevens waarover we beschikken, want ze zijn geaggregeerd en maken geen onderscheid tussen aankopen via een webshop of in een fysieke winkel. De analyse van de transacties (alle types: debetkaart, kredietkaart, Bancontact ...) die klanten richting bepaalde grote onlineleveranciers hebben uitgevoerd, laat evenwel enkele besluiten toe. **In vergelijking met dezelfde periode in 2019, voerden de Belgische klanten tijdens de lockdown 66% meer transacties uit bij drie van de grootste leveranciers van goederen op het internet, met name Amazon, Bol.com en Zalando** (deze drie platformen zijn goed voor meer dan 7 miljoen transacties van ING-klanten per week tijdens de lockdown)<sup>5</sup>. Bovendien gaven de Belgische consumenten 85% meer uit bij die drie leveranciers dan vorig jaar. De lockdown leidt dus meer dan waarschijnlijk tot een veel sterkere verschuiving van fysieke winkels naar onlineleveranciers.

<sup>5</sup> Die cijfers zijn waarschijnlijk omhooggeduwd door de steeds grotere aanwezigheid van Bol.com op de Belgische markt. We kunnen niet uitsluiten dat sommige onlineleveranciers dit jaar minder succes hadden dan vorig jaar.

De lockdown heeft de elektronische betalingen wellicht een duurzaam duwtje in de rug gegeven (zelfs voor kleine bedragen)

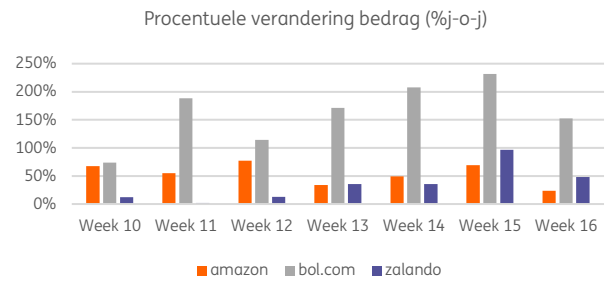
In vergelijking met dezelfde periode in 2019, voerden de Belgische klanten tijdens de lockdown 66% meer transacties uit bij drie van de grootste leveranciers van goederen op het internet, met name Amazon, Bol.com en Zalando

**Fig. 6 Het aantal transacties bij de drie belangrijkste onlineleveranciers steeg fors ...**



Bron: ING

**Fig. 7 ... net als de uitgegeven bedragen.**



Bron: ING

### De herneming hangt af van de reden achter de daling van de uitgaven

Onze gegevens geven geen informatie over de reden waarom de Belgen minder hebben uitgegeven. Is het omdat de consumenten de gewenste aankopen niet konden doen, aangezien de winkels of dienstverleners gesloten waren? Of hebben de Belgen hun uitgaven verlaagd wegens inkomensverlies (als gevolg van tijdelijke werkloosheid of de stopzetting van hun activiteit als zelfstandige)? Of heeft de daling van de uitgaven te maken met een hogere spaarquote omdat consumenten zich meer zorgen maken over de toekomst (vrees voor ontslagen, een verwachte lagere activiteit in de komende maanden ...)?

Onze gegevens geven interessante informatie over de omvang van de schok op de transacties van de consumenten in België. Niettemin illustreren ze eerder de schok dan dat ze die echt meten. De evolutie van het aantal transacties en de uitgegeven bedragen tijdens de lockdown concentreert zich bovendien binnen een beperkte tijdsperiode en zegt niet alles over de globale omvang van de economische schok. Die hangt af van de heropstart, die op zijn beurt afhangt van het tijdschema van de versoepeling van de maatregelen, maar vooral van de evolutie van de pandemie en de manier waarop ze het consumentengedrag beïnvloedt. Op dit ogenblik lijkt het onredelijk om aan te nemen dat de economische activiteit snel zal hernemen en de transacties naar hun niveaus van voor de lockdown zullen terugkeren zodra de maatregelen versoepelen. In de eerste plaats omdat het geleidelijke tijdschema van de versoepeling dat niet toelaat, ten tweede omdat voor lange tijd strikte maatregelen van sociale afstand zullen gelden en ten slotte omdat de enquêtes over het consumentenvertrouwen erop wijzen dat consumenten in de komende maanden andere en voorzichtiger aankoopbeslissingen zullen nemen. Om een beter beeld te krijgen, is een nieuwe analyse van de transacties in de komende maanden aangewezen.

Tot slot lijkt het al zeker dat de lockdown diepe sporen in het aankoop- en betaalgedrag van de Belgen zal achterlaten. Consumenten maakten tijdens deze uitzonderlijke periode veel vaker gebruik van elektronische betaaloplossingen en webshops. Die nieuwe gewoonten zullen wellicht nooit meer verdwijnen.

## Disclaimer

Deze publicatie, opgesteld door de afdeling Economische en Financiële Analyse van ING België N.V. ("ING") is uitsluitend bedoeld ter informatie en houdt geen rekening met de beleggingsdoelstellingen, financiële situatie of middelen van een bepaalde gebruiker. De informatie in deze publicatie is geen aanbeveling om te beleggen en is geen juridisch, fiscaal of beleggingsadvies noch een aanbod of uitnodiging om financiële instrumenten te kopen of te verkopen. Alle redelijke maatregelen werden genomen om ervoor te zorgen dat deze publicatie niet onwaar of misleidend is, maar ING kan niet garanderen dat de informatie volledig is of de informatie meegegeed door derden correct is. ING is niet aansprakelijk voor directe, indirecte of gevolgschade die voortvloeit uit het gebruik van deze publicatie, behoudens grove fout van ING. Tenzij anders vermeld, zijn eventuele opinies, voorspellingen of schattingen uitsluitend toe te rekenen aan de auteur(s), zoals deze gelden op de publicatiedatum. Bovendien kunnen deze zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd.

Mogelijk is de verspreiding van deze publicatie onderworpen aan wettelijke of reglementaire beperkingen in verschillende rechtsgebieden en wie die deze publicatie in handen krijgt, dient zich te informeren over, en zich te houden aan, deze beperkingen.

Op dit rapport zijn auteurs- en databankrechten van toepassing en dit rapport mag niet gereproduceerd, verspreid of gepubliceerd worden voor welke doeleinden dan ook zonder de voorafgaandelijke, uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van ING. Alle rechten voorbehouden. Aan de publicerende juridische entiteit, ING België N.V is vergunning verleend door de Nationale Bank van België en zij staat onder toezicht van de Europese Centrale Bank (ECB), de Nationale Bank van België (NBB) en de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (FSMA). ING België N.V. is opgericht in België (ondernemingsnummer 0403.200.393 te Brussel).

Voor Amerikaanse beleggers: Wie dit rapport wenst te bespreken of transacties wenst uit te voeren met de effecten die hierin besproken werden, dient contact op te nemen met ING Financial Markets LLC, dat lid is van de NYSE, FINRA en SIPC en onderdeel is van ING, en dat de verantwoordelijkheid draagt voor de verspreiding van dit rapport in de Verenigde Staten conform de toepasselijke voorschriften.

Verantwoordelijke uitgever: Peter Vanden Houte, Marnixlaan 24, 1000 Brussel, België.