

Kleine supermarkt verder in het nauw

20% verwacht verlies in 2010

De economische crisis raakt de supermarktbranche op ongelijke wijze. Vooral de kleine supermarkten, met een oppervlakte kleiner dan 1.000 vierkante meter, zien hun winst aangetast. 20% draaide in 2009 verlies en ook voor 2010 verwacht één op de vijf kleine supermarkten rode cijfers te schrijven. Bij de grotere supermarkten is men aanzienlijk positiever: 8% verwacht een verlies in 2010, zo blijkt uit het ING Uwsupermarkt-onderzoek onder ruim 100 supermarktondernemers. Een dergelijk contrast bleek ook vorig jaar aanwezig te zijn en het afstoten van onrendabele vestigingen door supermarktorganisaties was een kwestie van tijd. Inmiddels is het sanerings- en consolidatieproces in gang gezet en zal voorlopig niet ten einde zijn.

Na drie vette jaren zeker drie magere groei-jaren voor supermarktbranche

Na de topjaren 2006, 2007 en 2008 maakt de supermarktbranche een pas op de plaats met qua omzetgroei zeker drie magere jaren. De omzetgroei in 2009 kwam niet boven de 1,5% uit¹ en voor 2010 en 2011 wordt door ING Economisch Bureau uitgegaan van een groei van respectievelijk 1,0% en 1,5%. De brancheomzet kruipt daarmee langzaam maar zeker naar de € 32 miljard (zie figuur 1).

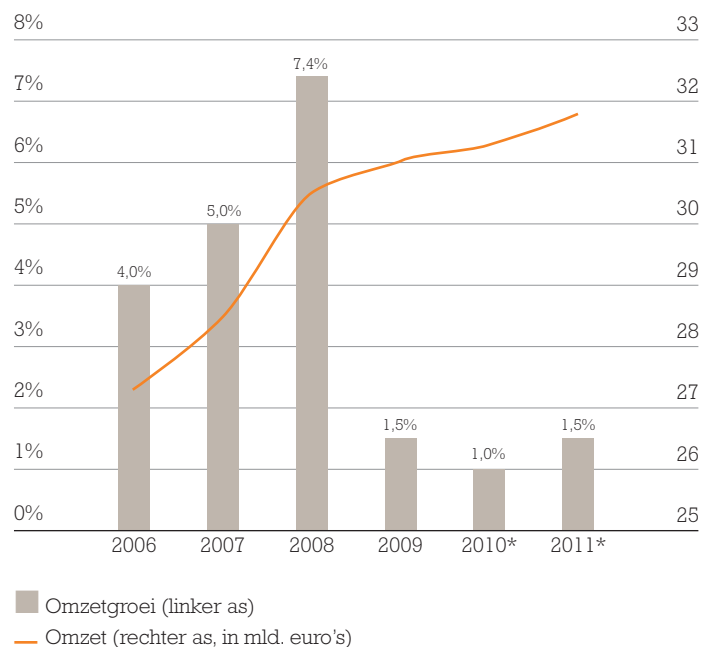
Ondernemers vrij positief over omzetontwikkeling 2010

Uit het ING Uwsupermarkt-onderzoek blijkt nog redelijk wat optimisme over de omzetontwikkeling dit jaar. Twee op de drie denkt harder te groeien dan de markt (uitgaande van een verwachte marktgroei van 1%). Opvallend is dat onder de kleine supermarkten² 22% aangeeft een omzetsdaling te verwachten in 2010 tegen 6% bij de grote supermarkten. Vooral de kleinste supermarkten (oppervlakte tot 700 m²) zijn negatief over de eigen omzetontwikkeling.

Winstontwikkeling 2009 viel uiteindelijk mee

Over het algemeen zijn ondernemers (te) optimistisch over de toekomst, maar in het geval van de winstontwikkeling

Figuur 1 Omzetgroei en omzetniveau supermarktbranche, 2006-2011



Bron: CBS, raming ING Economisch Bureau

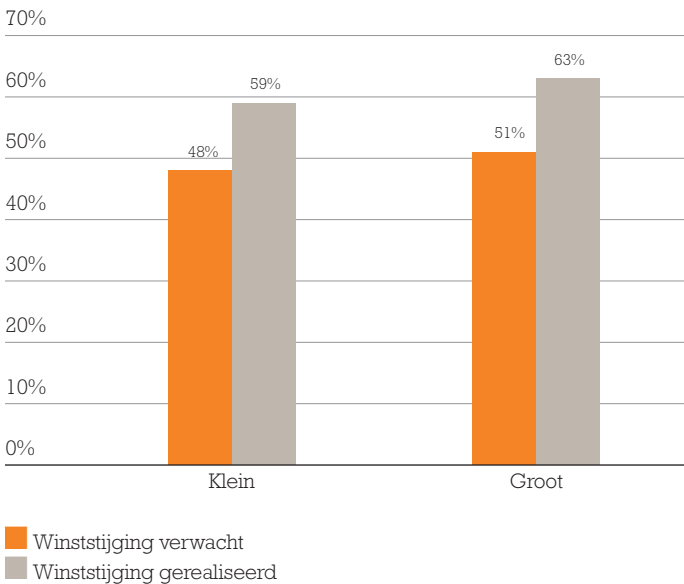
blijkt men te conservatief, zowel de grote als kleine supermarkten. 63% van de grote supermarkten rapporteerde een stijging van de winst in 2009, terwijl 51% deze stijging had verwacht. Bij de kleine supermarkten kende 59% een winststijging, waar 48% dit had verwacht³ (zie figuur 2). In het ING Uwsupermarkt-onderzoek 2009 gaven ondernemers al aan te willen bezuinigen op vooral personeel en energiekosten. Daarnaast zeggen relatief veel ondernemers dat ook

3 Verwachtingen zoals geuit in het ING Uwsupermarkt-onderzoek 2009 (juni 2009)

1 Bron: CBS

2 Tot de categorie kleine supermarkten behoren in deze publicatie de supermarkten met een verkoopvloeroppervlak tot 1.000 vierkante meter

Figuur 2 % ondernemers dat winststijging verwachtte voor 2009 en % ondernemers dat winststijging uiteindelijk realiseerde in 2009, naar kleine en grote supermarkten



Bron: ING Uwsupermarkt-onderzoek 2009 en 2010

de brutomargeontwikkeling in 2009 is meegevallen. Dit kan zijn veroorzaakt doordat de consument vanwege de recessie meer huismerken is gaan kopen. Dit tezamen met een bij velen lichte omzetgroei heeft bij een meerderheid van de ondernemers de winst in 2009 toch doen stijgen.

Nettoresultaat voor één op vijf kleine supermarkten negatief

Ondanks een gemiddelde meevallende winstontwikkeling het afgelopen jaar blijft er bij één op de vijf kleinere supermarkten een negatief resultaat over onder de streep. Dit terwijl vanuit de supermarktorganisaties vaak klinkende winstcijfers komen. Bij de grote supermarkten ligt het percentage dat verlieslatend is met 13% duidelijk lager dan bij de kleine supermarkten. Het toont de moeilijke positie waarin sommige supermarkten, en in het bijzonder die met een oppervlakte onder de 1.000 vierkante meter, verkeren.

Kleine supermarkten beduidend pessimistischer over winst en brutomarge in 2010

Volgens de ondernemers met een kleine supermarkt zal dit beeld in 2010 niet veel anders zijn. 20% van de ondernemers met een kleine supermarkt verwacht in 2010 rode cijfers te schrijven tegen 8% van de ondernemers met een grote supermarkt. Bepalend hierin is onder meer de brutomargeontwikkeling: slechts 24% van de kleine supermarkt verwacht een stijging, terwijl dit bij de grote supermarkten op 42% ligt (zie figuur 3). Onder meer het versassortiment is

een belangrijke margemaker in de branche en grote supermarkten hebben eenvoudigweg meer ruimte om een sterk assortiment neer te zetten. Door de felle concurrentiestrijd zijn de kosten in de branche de afgelopen jaren al veel gedrukt. Omdat de kleinere supermarkten een wat inflexibeler kostenstructuur hebben, is een relatief hoge brutomarge voor hen belangrijk om winst te realiseren. Meer focus op de margerijke categorieën vers en convenience is dan een mogelijke oplossing.

Consolidatie- en saneringsproces langzaam in gang gezet en voorlopig niet ten einde

Door de betere resultaten die grote supermarkten gemiddeld genomen behalen, neemt de (kwaliteits)afstand tussen groot en klein toe. Een hogere winst biedt immers ook meer mogelijkheden om te investeren in de kwaliteit van de winkel. Vorig jaar is in de sectorvisie Supermarkten 2009 al geschreven over de noodzaak tot het sluiten van onrendabele vestigingen door supermarktorganisaties ofwel het afstoten van panden om naburige eigen winkels te 'beschermen'. Langzaam maar wordt dit proces in gang gezet (zie box 1).

Een tweede gevolg van de huidige omzet- en vooral margedruk is versnelde consolidatie. Na de grote overname van Super de Boer door Jumbo heeft Sligro inmiddels de volgende stap gezet met de overname van de 22 winkels van Sanders Supermarkten. Voorlopig is het consolidatie- en saneringsproces nog niet ten einde.

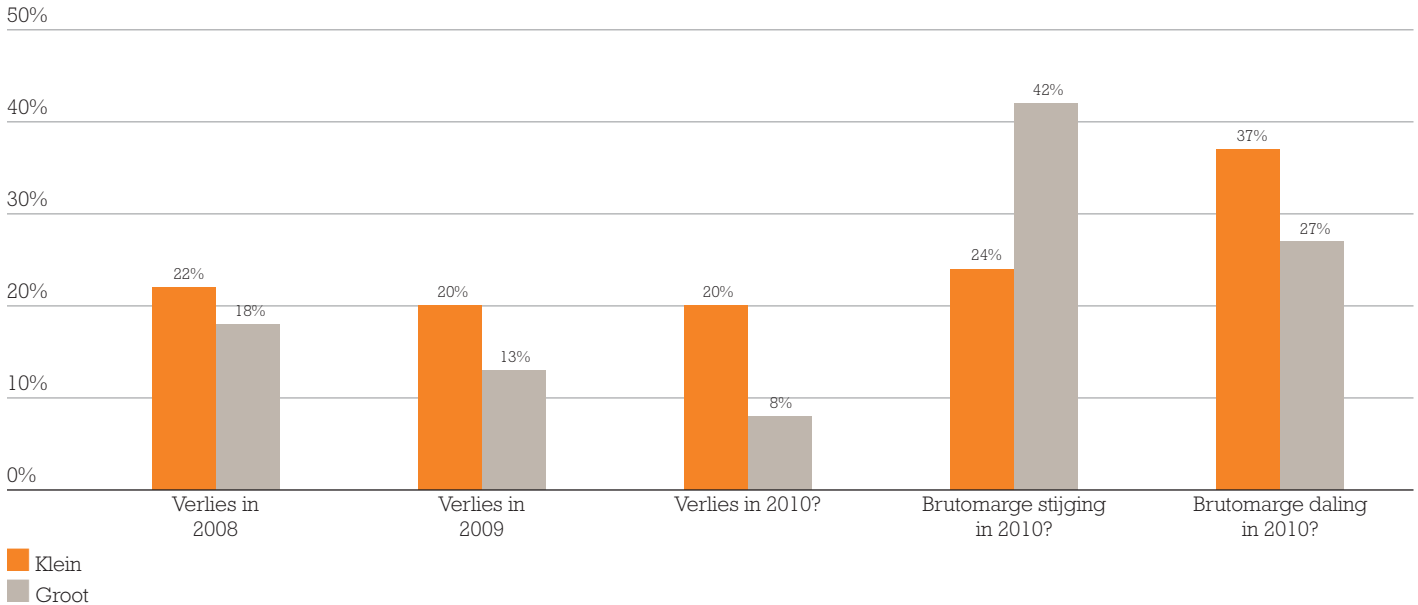
Box 1 Sector saneert supermarktmeters

Supermarktorganisaties verkopen of sluiten in toenemende mate winkels om de concurrentiepositie van hun overige vestigingen gezond te houden. Nadat C1000 aankondigde nog dertien Super de Boer-winkels van de hand te doen, volgen naar alle waarschijnlijkheid PLUS en ook Poiesz dat voorbeeld.

Coop zegt alle 19 overgenomen Super de Boer-vestigingen om te bouwen. PLUS bevestigde acht locaties, maar de kans is groot dat er locaties worden doorverkocht of gesloten. Een PLUS-woordvoerder bevestigde dat een aantal Super de Boer-winkels is gekocht 'om de positie van bestaande ondernemers te verstevigen'. Ook C1000-topman Heidman gaf aan teveel supermarktmeters te zien in Nederland. "Het liefst verkopen we de winkels door aan non-foodbedrijven".

Bron: Op basis van Levensmiddelenkrant, 23 april 2010

Figuur 3 Afstand kleine en grote supermarkten neemt toe



Bron: ING Uwsupermarkt-onderzoek 2010

Disclaimer

De informatie in dit rapport geeft de persoonlijke mening weer van de analist(en) en geen enkel deel van de beloning van de analist(en) was, is, of zal direct of indirect gerelateerd zijn aan het opnemen van specifieke aanbevelingen of meningen in dit rapport. De analisten die aan deze publicatie hebben bijgedragen voldoen allen aan de vereisten zoals gesteld door hun nationale toezichthouders aan de uitoefening van hun vak. Deze publicatie is opgesteld namens ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam en slechts bedoeld ter informatie van haar cliënten. ING Bank N.V. is onderdeel van ING Groep N.V. Deze publicatie is geen beleggingsaanbeveling noch een aanbieding of uitnodiging tot koop of verkoop van enig financieel instrument. Deze publicatie is louter informatief en mag niet worden beschouwd als advies. ING Bank N.V. betreft haar informatie van betrouwbaar geachte bronnen en heeft alle mogelijke zorg betracht om er voor te zorgen dat ten tijde van de publicatie de informatie waarop zij haar visie in dit rapport heeft gebaseerd niet onjuist of misleidend is. ING Bank N.V. geeft geen garantie dat de door haar gebruikte informatie accuraat of compleet is. De informatie in dit rapport kan gewijzigd worden zonder enige vorm van aankondiging. ING Bank N.V. noch één of meer van haar directeuren of werknemers aanvaardt enige aansprakelijkheid voor enig direct of indirect verlies of schade voortkomend uit het gebruik van (de inhoud van) deze publicatie alsmede voor druk- en zetfouten in deze publicatie. Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Overneming van gegevens uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld. In Nederland is ING Bank N.V. geregistreerd bij en staat onder toezicht van De Nederlandsche Bank en de Autoriteit Financiële Markten.

De tekst is afgesloten op 9 juli 2010.

Meer weten?
Kijk op ING.nl
Of bel met

Dirk Mulder,
sectormanager Handel
020 563 91 13

Martijn Kamps,
relatiemanager
Corporate Clients
020 652 23 25

Jurjen Witteveen,
senior econoom
020 563 44 39

In samenwerking met:



www.uwsupermarkt.nl

Wilt u nieuwe publicaties per e-mail ontvangen?
Ga naar ING.nl/kennis

