

Voedingsmiddelenwinkels

De markt

Voedingsmiddelenwinkels zijn onderdeel van de detailhandel. De voedingsmiddelenwinkels kunnen verdeeld worden in twee categorieën: algemene voedingsmiddelenwinkels zoals supermarkten en daarnaast speciaalzaken voor bijvoorbeeld:

- groente en fruit
- vlees en vleeswaren
- brood en banket
- kaas en noten
- tabak.

Figuur 1. Aantal voedingsmiddelenwinkels verdeeld over subbranches en werknemersklassen (2006)

Subbranches	0 wns	1-5 wns	5-10 wns	10-20 wns	20-50 wns	50-100 wns	> 100 wns	Totaal wns
Supermarkten	665	1.015	245	310	630	140	45	3.050
Groentewinkels	340	885	90	15	5	0	0	1.335
Slagerijen en poeliers	410	1.705	385	100	25	5	0	2.630
Viswinkels	140	415	40	10	0	0	0	605
Brood, banket en zoetwaren	270	500	80	25	10	0	0	885
Slijterijen	425	495	30	5	5	0	5	965
Tabakswinkels	425	690	35	10	0	0	0	1.160
Kaaswinkels	95	310	15	5	0	0	0	425
Reformwinkels	185	195	35	10	0	5	0	430
Buitenlandse voedingsmiddelen	195	230	10	5	0	0	0	440
Overige voedingsmiddelen	230	300	40	10	5	0	0	585
Totaal	3.380	6.740	1.005	505	680	150	50	12.510

Bron: CBS, maart 2007

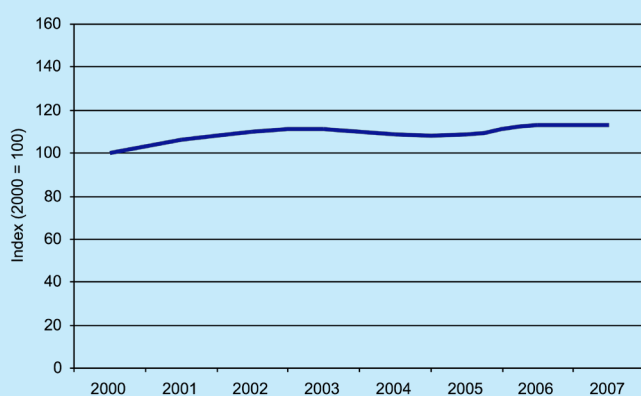
Figuur 1 laat de verdeling van deze groep bedrijven zien naar type activiteiten en naar omvang van het aantal werknemers.

- Kruideniers bestaan al sinds de Middeleeuwen, maar de eerste echte supermarkten of zelfbedieningszaken verschenen in het begin van de 20e eeuw in de Verenigde Staten. In Nederland namen vanaf de zestiger jaren van de twintigste eeuw supermarkten een grote vlucht.
- In de branche van voedingsmiddelenwinkels treedt al geruime tijd schaalvergroting op.
- Kleine buurtwinkels verdwijnen terwijl de steeds grotere supermarkten marktaandeel winnen.
- De schaalvergroting wordt gedreven door de consument die efficiënt zijn boodschappen wil kunnen doen ('one stop shopping') en daarbij keuze wil hebben uit een divers aanbod aan artikelen, waaronder verse.
- Prijs speelt een minder belangrijke rol omdat de consument een steeds kleiner deel van zijn inkomen aan levensmiddelen besteedt. Gemak en genot spelen een steeds belangrijker rol.
- De prijzenoorlog die enkele jaren geleden woedde tussen verschillende supermarkten is ten einde. De rust lijkt weergekeerd.
- Huismerken rukken verder op. Zij verdringen bestaande A-merken en vergroten de winstgevendheid bij grote supermarkten omdat er voor huismerken minder of geen marketingkosten gemaakt hoeven worden. Ook is er keuze uit meerdere leveranciers.
- De bevoorrading van winkels is een belangrijk aandachtspunt, met name voor voedingsmiddelenwinkels in de binnensteden. Zij zijn soms erg moeilijk te bereiken voor transporteurs die dagelijks de verse artikelen moeten afleveren.

Feiten en cijfers

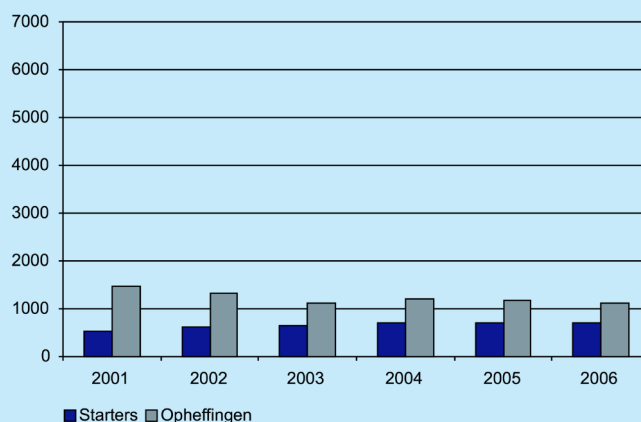
- De branche van voedingsmiddelenwinkels bestaat uit ongeveer 12.500 bedrijven.
- Ruim 3.400 bedrijven zijn zelfstandigen.
- De bedrijven met 1 tot 10 werknemers vormen met ruim 7.700 bedrijven een aanzienlijke groep.
- Bijna 1.400 bedrijven uit deze groep zakelijke dienstverleners hebben meer dan 10 werknemers.
- Deze grotere bedrijven leveren de grootste bijdrage aan de werkgelegenheid in de branche.
- De grootste groep bedrijven binnen deze branche wordt gevormd door de categorie supermarkten.
- In 2006 telde de branche ruim 700 starters.
- De omzet van de totale branche was in 2007 ongeveer € 34,4 miljard.

Figuur 2. Index omzetontwikkeling bij voedingsmiddelenwinkels



Bron: CBS (trendlijn gebaseerd op jaarcijfers)

Figuur 3. Winkels in voedingsmiddelen - aantal starters en opheffingen (2001-2006)



Bron: KvK

Figuur 2 laat de omzetontwikkeling zien bij voedingsmiddelenwinkels in de periode 2000-2007. De branche is weinig conjunctuurgevoelig. Ook in economische minder goede tijden doen mensen levensmiddelenboodschappen. Ze besparen dan vooral op duurzame goederen.

De voedingsmiddelenbranche groeit beperkt.

In totaal wordt er in 2007 naar verwachting ongeveer € 34,4 miljard omzet gerealiseerd.

De branche kent een gemiddelde bedrijfsdynamiek, waarbij het aantal bedrijfsopheffingen al geruime tijd hoger ligt dan het aantal starters. Er is dus sprake van structurele krimp van het aantal voedingsmiddelenwinkels in Nederland met enkele honderden winkels per jaar. Dat is overeenkomstig de schaalvergroting die nu plaatsvindt en die naar verwachting nog zal doorzetten.

Toch zijn er jaarlijks nog circa 700 starters die kansen zien in bepaalde niches.

Startende ondernemers in deze branche zijn in verhouding tot de gemiddelden in de markt wat ouder en vaker vrouw: 58% is ouder dan 34 en 37% van hen is vrouw.

De branche behaalde gemiddeld tussen 2001 en 2005 een bedrijfsresultaat van 3,4%, wat iets lager is dan het marktgemiddelde van 6,3%.

Voedingsmiddelenwinkels

Trends, ontwikkelingen en risico's

- De top 3 meest gesloten verzekeringen binnen de branche zijn brand, bedrijfsaansprakelijkheid en bedrijfsschade.
- In figuur 4 is weergegeven welke verzekeringen vaker dan gemiddeld worden afgesloten in deze branche.
- Verzekeringen voor brand (koelschade), motor (ongekentekend) en fraude & geld worden in de branche vaker gesloten dan gemiddeld onder Nederlandse bedrijven.
- Over het algemeen zijn bedrijven in de branche meer verzekerd dan in andere branches.
- Belangrijke trends en ontwikkelingen bieden aanknopingspunten voor een goed advies met betrekking tot verzekeringsproducten. Die trends en ontwikkelingen en hun uitwerking op bedrijfsrisico's zijn hieronder in een aantal thema's bijeengebracht.

Markt en regelgeving

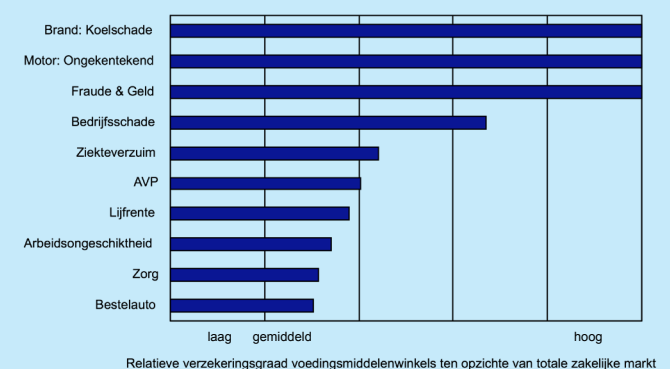
Trends & ontwikkelingen

- Er zijn steeds meer regels waar bedrijven aan moeten voldoen, bijvoorbeeld op last van de Voedsel en Waren Autoriteit, de brandweer of het Bevoegd Gezag.
- Veiligheid en criminaliteit binnen winkels – bijvoorbeeld diefstal door derden en door personeel – vormen een belangrijk punt van zorg.
- Het eetgedrag van consumenten verandert. Het wordt steeds diverser en luxer, waarbij vraag is naar nieuwe producten uit verre landen.
- De vraag naar levensmiddelen verandert ook door demografische veranderingen. Ouderen, allochtonen en kleinere huishoudens hebben een eigen consumptiepatroon.
- Doordat het aantal eenpersoonshuishoudens groeit, worden ook meer eenpersoonsmaaltijden en kant-en-klaarmaaltijden verkocht.
- Gezond (onbespoten, minder vet, meer vitamines et cetera) maar toch lekker is een belangrijk thema geworden.
- Binnen de branche neemt de aandacht voor gezondheid, duurzaamheid en milieu toe.

Risico's

- De toename in complexiteit en strengere eisen ten aanzien van bedrijfsvoering kunnen met name hun weerslag hebben op bedrijfs- en productaansprakelijkheid.
- Ook brandverzekeringen zijn erg belangrijk in de branche. Deze moeten wellicht worden uitgebreid, bijvoorbeeld als het winkelaanbod verandert of wanneer de wijze van bevoorrading wordt gewijzigd.
- Goede beveiliging is belangrijk en preventie helpt om mogelijke schadelasten te beperken. Het niet of onvoldoende nemen van adequate preventiemaatregelen kan er toe leiden dat schades niet of onvolledig zijn gedekt door de huidige verzekeringen.
- Ook goede geld- en fraudeverzekeringen kunnen belangrijke oplossingen bieden.

Figuur 4. Relatieve penetratie top-10 verzekeringen voedingsmiddelenwinkels



Bron: Delta Lloyd Datakluis

Technologie & innovatie

Trends & ontwikkelingen

- In voedingsmiddelenwinkels zijn, net als in andere winkels, technologische ontwikkelingen vooral gericht op het vergroten van het gemak voor consumenten en op het monitoren van het consumentengedrag. Zelfscanning is een voorbeeld van zo'n nieuwe techniek.
- Binnen de winkellogistiek biedt Radio Frequency Identification (RFID) kansen om de bedrijfsvoering te optimaliseren en kosten te besparen.
- Voorraadbeheer, het bestellen en prijzen van artikelen wordt steeds meer geautomatiseerd.

Risico's

- Innovaties en technologische veranderingen kunnen nieuwe risico's met zich meebrengen en ertoe leiden dat de dekking van huidige verzekeringen tekortschiet. Door analyse kan worden bepaald welke dekkingen nog van toepassing zijn en welke niet, en of er nieuwe risico's zijn ontstaan die niet zijn afgedekt. Hierdoor kan behoefte ontstaan aan meer, uitgebreidere, aanvullende of geheel nieuwe verzekeringen.
- De afhankelijkheid van elektronica en apparatuur heeft invloed op de bedrijfsschade- en computer- en elektronica-verzekeringen en zorgt voor een hoge verzekeringsgraad van koelschade. Goede dekking tegen schade aan voorraadbeheersystemen kan ook belangrijk zijn.

Belangrijke verzekeringsbehoeften

- **Brand (koelschade), motor (ongekentekend) en fraude & geld verzekeringen zijn belangrijke aanknopingspunten.**
- **Verzekeringen voor bedrijfsschade worden ook vaker afgesloten dan gemiddeld.**

Belangrijke organisaties

- **Mitex: brancheorganisatie voor Nederlandse ondernemers in de modedetailhandel (textiel, schoenen en sport)**
- **Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL): brancheorganisatie van supermarkten**
- **Nederlandse Brood- en Banketbakkers Ondernemers Vereniging (NBOV)**
- **Koninklijke Nederlandse Ambachtelijke Slagersorganisatie (KNS)**
- **AGF Detailhandel Nederland (ADN): Aardappelen, Groenten en Fruit**
- **Verbond van de Nederlandse Visdetailhandel (VNV)**
- **Vereniging Drankenhandel Nederland (VDN)**
- **Brancheorganisatie voor de Tabaksdetailhandel (NSO)**
- **Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD): publieke koepelorganisatie voor de detailhandel**

Personeel

Trends & ontwikkelingen

- Personeel binden is lastig in deze branche. Tegelijkertijd zijn personeelskosten, in samenhang met de relatief lage marges in de branche, een belangrijk aandachtspunt.
- Een breed personeelsbestand met veel tijdelijke krachten en een groot personeelsverloop is vaak het gevolg van bovenstaand gegeven.
- Personeel in winkels moet vaak lang staan, wat negatieve gevolgen kan hebben voor houding en bewegingsapparaat.

Risico's

- Om nieuw personeel te werven en vast te houden, worden secundaire arbeidsvoorwaarden belangrijker, bijvoorbeeld goede pensioenvoorwaarden met flexibele beleggingsmogelijkheden en aanvullende bijspaarreregelingen. Er zijn verplichte bedrijfstakpensioenfondsen voor het levensmiddelenbedrijf en het bakkersbedrijf.
- Ondernemers zijn wettelijk verplicht om een Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E) uit te voeren. Voor de meeste voedingsmiddelenwinkels met maximaal 25 werknemers is er een digitale RI&E, waardoor zij niet langer verplicht zijn hun RI&E door een arbodienst te laten toetsen.
- In de cao voor het levensmiddelenbedrijf (supermarkten) is een werkgever verplicht een collectieve regeling te treffen om de WIA-uitkering aan te vullen.
- In de Algemeen Verbindend Verklaarde cao voor Aardappelen, Groente en Fruitwinkels (AGF) is er een collectieve werknemersverzekering waarmee het inkomen wordt aangevuld in geval van een WIA-gat of arbeidsongeschiktheid bij minder dan 35%.
- De branches bakkersbedrijf, slagersbedrijf, slijterijen, tabaksdetailhandel en visdetailhandel kennen ieder hun eigen cao.
- In de visdetailhandel zullen werkgevers worden verplicht een WIA-gatverzekeringscontract af te sluiten.

Bron

De in dit Brancherapporten gebruikte informatie is gebaseerd op openbaar beschikbare gegevens zoals van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Kamer van Koophandel (KvK), Economisch Instituut Midden- en Kleinbedrijf (EIM), Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) en brancheorganisaties.

Disclaimer

De in dit brancherapport verstrekte informatie is geen aanbod, een advies of een andere financiële dienst.

Inhoud

De door Delta Lloyd in dit brancherapport verstrekte informatie is ontleend aan bronnen die Delta Lloyd betrouwbaar acht, maar voor de juistheid en volledigheid daarvan kan niet worden ingestaan. Dit brancherapport is uitsluitend indicatief en vormt een betrouwbaar hulpmiddel om overzicht te krijgen in de trends en ontwikkelingen in de branche en de gevolgen daarvan voor de risico's die een gemiddelde ondernemer, binnen zekere bandbreedtes, loopt. Dit brancherapport kan niet worden beschouwd als vervanging van een advies op maat van een deskundige verzekeringsadviseur.

Aansprakelijkheid

Aan de uitkomsten van dit brancherapport kunnen geen rechten worden ontleend. Delta Lloyd kan, gelet op het indicatieve karakter daarvan, niet garanderen dat dit brancherapport alle risico's blootlegt.

In overeenstemming met het bepaalde in artikel 9 van de samenwerkingsvoorwaarden tussen Delta Lloyd en de met deze verzekeraar samenwerkende assurantiebemiddelaars, mag dit brancherapport niet worden gezien als een uitlating van Delta Lloyd aan cliënten van de bemiddelaar, maar als een uitlating aan de bemiddelaar. Dit brancherapport laat onverlet de verantwoordelijkheid van de bemiddelaar voor zijn advies aan de cliënt, ook als de bemiddelaar daarbij gebruikmaakt van dit brancherapport.

Delta Lloyd aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor de gevolgen van beslissingen die worden genomen op basis van de informatie in dit brancherapport.

Verantwoordelijkheid

De informatie mag niet worden overgedragen, verveelvoudigd, bewerkt of verspreid. Ten aanzien van de inhoud van dit brancherapport bestaat geen overnemingsvrijheid; alle auteursrechten, ook die bedoeld in art.15 Auteurswet worden voorbehouden. Nederlands recht is van toepassing.

Uw assurantiadviseur

Delta Lloyd Verzekeringen
Postbus 1000
1000 BA Amsterdam
www.deltalloyd.nl

delta lloyd

