

GRIP OP SUPERMARKT- VASTGOED IN UITDAGENDE TIJDEN MET BUREAU VAN DER WEERD

Zowel supermarktondernemers als vastgoedbeleggers zien hun winst en rendement onder druk staan. Om dat te pareren, verbreedt **Bureau van der Weerd** zijn consultancykoers naar omzet- en rendementoptimalisatie. 'Met onze datagedreven aanpak en ruimtelijke expertise maken wij supermarktvastgoed toekomstbestendig en winstgevender', aldus oprichter **Jeroen van der Weerd**.

Hoe gaat het er najaar 2024 aan toe in de supermarktbranche? Het laatste nieuws over supermarktketen Jumbo spreekt volgens Van der Weerd boekdelen. 'Jumbo gaat 500 banen schrappen op het hoofdkantoor. En het onderhandelt hard met merkproducenten over de prijs van hun producten, met her en der lege schappen tot gevolg. Jumbo stond zich altijd voor op een hoog full-serviceniveau maar wil zich nu gaan onderscheiden van concurrent Albert Heijn met lagere prijzen. Discountformules en prijsvechters als Lidl, Nettorama en Dirk van den Broek hebben juist het tij mee. Waar aan de enorme expansie van Jumbo een eind lijkt te zijn gekomen, breidden deze formules het aantal vestigingen juist flink uit.'

Deze ontwikkelingen zijn allemaal terug te voeren op de onder druk staande winstmarges van supermarkten. 'Supermarkten die behalen doorgaans marges van tussen de 2,5 en 4 procent. Maar de afgelopen twee jaar hebben veel supermarkten hun marges zien verdampen naar break-even of zelfs een verlies. De oorzaak is bekend. Nadat Rusland in februari 2022 Oekraïne binnenviel, kampte Europa met een torenhoge inflatie en rente en sterk gestegen

energie-, huisvestings- en vooral personeelskosten. De enige manier om als supermarktondernemer weer winstgevend te zijn, is door verhoging van de omzet. Niet via prijsstijgingen, maar door meer klanten uit het afzetgebied binnen te halen.'

DATAGEDREVEN ANALYSES

Van der Weerd heeft de afgelopen 1,5 jaar dan ook de vraag vanuit zijn opdrachtgevers zien veranderen. 'De afgelopen zeven jaar hebben we ons op de kaart gezet met vestigingsplaats- en distributieplanologisch onderzoek. Daarmee kunnen we onder andere de komst van nieuwe supermarkten ruimtelijk mogelijk maken, de effecten op het verzorgingsgebied inschatten en omzetprognoses afgeven. Sinds de kosten crisis zie ik echter een groeiende behoefte bij zowel supermarktondernemers als vastgoedbeleggers om datagedreven en feitelijke analyse, waarmee ze hun omzet of rendement kunnen verhogen. In deze tijd van kostenstijging op alle fronten en onder druk staande marges is deze behoefte omgeslagen in een noodzaak. Voor beleggers in supermarktvastgoed geldt dat evenzeer; supermarkten die het afleggen tegen de concurrentie of hun potentie niet





‘DE ENIGE MANIER OM ALS SUPERMARKT-ONDERNEMER WEER WINSTGEVEND TE ZIJN IS DOOR VERHOOGING VAN DE OMZET’

JEROEN VAN DER WEERD

Supermarktgeograaf Bureau van der Weerd

VOORAL BEZIG MET:

Klanten datagedreven adviseren over supermarktlocaties

OVER TIEN JAAR:

Is Bureau van der Weerd dominant in de markt

HET KANTOORMOMENT VAN DE DAG:

Eerste kop koffie

BUITEN DE DEUR NAAR:

Londen (lieft zo vaak mogelijk)

DE STAND VAN HET LAND:

Zorgwekkend

DE BELANGRIJKSTE ECONOMISCHE

ONTWIKKELING:

Lagere rentestand dankzij

krimpde inflatie

DE BELANGRIJKSTE GEOPOLITIEKE ONTWIKKELING:

Conflict in het Midden-Oosten

UITKIJKEN NAAR:

Zomervakantie!

ZORGEN VOOR/OVER:

De kloof tussen rijk en arm die in Nederland steeds groter wordt

NIET VERGETEN:

Veel te genieten

ONMISBAAR:

Goede gezondheid

BELANGRIJKSTE PERSOON/ PERSONEN:

Margriet, Anne-Rose, Bart-Jan en Amy-Linde

GOEDE VOORNEMENS:

Work hard, play harder

VRIJE TIJD:

Vakantie, citytrips, sportschool, tennis en muziek

ZAKELIJKE TERUGBLIK 2024

WELK CIJFER GEEF JE 2024:

8

DE BELANGRIJKSTE LES WAS:

Loslaten om te kunnen groeien

BESTE ZET:

Nieuw kantoorpand, samenwerking met nieuwe partners

BESTE ZAKELIJKE BIJEENKOMST:

Supermarktvestgoedcongres

ZAKELIJKE VOORUITBLIK VOOR 2025

WAT IS JE PLAN VOOR 2025:

Betekenisvol groeien met Bureau van der Weerd en het ontwikkelen van een dataproduct met grote toegevoegde waarde

WAT GA JE ANDERS DOEN IN 2025:

Meer regie pakken, minder ‘geleefd’ worden

WAT IS JE GROOTSTE UITDAGING:

Mijzelf niet onderschatten

‘PRIMA OM AI OP EEN MARKTGEBIED LOS TE LATEN MAAR DAT GEEFT NOG GEEN SLUITENDE MARKTANALYSE MET DE JUISTE VERTAALSLAG NAAR EEN VASTGOEDBELEGGER’

waarmaken, moeten rendabel worden of worden verkocht.’

Bureau van der Weerd heeft op die veranderende klantvraag geanticipeerd, legt de oprichter uit. ‘We leggen het accent nu op omzet- en rendementoptimalisatie. Als high-end, datagedreven onderzoeksbureau gaan wij opdrachtgevers in staat stellen om feitelijk onderbouwd belangrijke strategische beslissingen te nemen. Daarvoor hebben we twee programma’s ontwikkeld; ‘grip op omzet’ voor retailers en ‘grip op vastgoed’ voor beleggers. Wij kunnen achterhalen welk type consument in een marktgebied een supermarkt misloopt en adviseren hoe die latente doelgroep binnen te halen. Daarmee helpen we de supermarkt de optimale omzet in zijn marktgebied te halen.’

VEEL ANIMO NA RENTEDALING

Voor institutionele en private vastgoedbeleggers beoordeelt hij de assets op hun toekomstbestendigheid. ‘Hoe verhoudt de huurprijs zich tot de omzet en wat zijn de gevolgen voor het rendement. Is de omzet structureel te laag, moet het pand dan in de verkoop of is er uitzicht op verbetering. Soms kan met kleine ingrepen de omzet worden opgekrakt of anders is een nieuwe supermarktformule een uitkomst. Het kan ook dat de supermarkt te klein is, de lay-out niet aanpasbaar, te weinig parkeerplaatsen heeft en de concurrentie te sterk. In dat geval kan dispositie de beste optie zijn.’

De al niet geringe populariteit van supermarktvestgoed is aan een hernieuwde opmars bezig, merkt Van der Weerd. ‘Nu centrale banken de beleidsrente fors verlagen en de kapitaallasten verminderen, biedt vastgoed weer een betere propositie. Kort na de renteverlaging van de Europese Centrale Bank kreeg Bureau van der Weerd dan ook veel informatieverzoeken van vastgoedfondsen over eventuele aankopen van supermarktvestgoed. Ons bureau bedient allerlei investeerders; van particuliere, private tot institutionele fondsen. Met onze nieuwe

dienstverlening richten we ons nu specifiek ook op de grote institutionele vastgoedbeleggers. We ondersteunen hen bij aankomende acquisities en bij het verder optimaliseren van hun bestaande portfolio. Bureau van der Weerd zal daarbij als toegewijde langetermijn samenwerkingspartner met hen optrekken.’

FOCUS OP FRANCHISERS

Vastgoedbeleggers raadt hij aan om in deze voor supermarktketens moeilijke markt meer te selecteren op supermarktlocaties met sterk ondernemerschap. ‘Dat is doorslaggevend in een markt met dunne marges. Franchisenemers doen het daarin bijna altijd beter dan filiaalhouders. Ze kennen hun marktgebied doorgaans heel goed, hebben vaak een gunfactor en weten hoe in te spelen op de marktbehoefte. Bovendien zijn ze niet gebonden aan allerlei regels van het hoofdkantoor. Het zou me niet verbazen dat supermarktconcerns op langere termijn steeds meer winkels gaan afstoten naar franchisers. Daarmee verkleint een concern het risico en kan het tegelijkertijd rendabeler functioneren. In Vlaanderen groeit Ahold met zijn AH-supermarkten alleen door franchisers.’

MENSELIJKE FACTOR

Kan met de exponentiele ontwikkeling van AI tegenwoordig niet elke consultant retailers en belegger van even goed advies voorzien? Dat spreekt Van der Weerd gedeceerd tegen. ‘Veel consultants claimen door AI op een marktgebied los te laten een sluitende marktanalyse te kunnen geven. Veelal slaan ze met hun AI-visie echter de plank mis. Het ontbreekt hen aan ruimtelijke expertise. Bureau van der Weerd kan wel de juiste vertaalslag maken. Als economisch geograaf ben ik opgeleid om de data juist te interpreteren en de wisselwerking tussen vastgoed, huurders en consumenten te doorgronden. Natuurlijk investeren we veel in hoogwaardige marktinformatie en ontsluiten we data met AI. Maar de menselijke factor blijft gelukkig onmisbaar.’

