

Zelfstandige super heeft het zwaar

10-09-2014 07:36

Zelfstandig supermarktondernemers hebben hun bedrijfsresultaten in 2013 gemiddeld met dertig procent zien dalen. De volumes daalden met meer dan één procent, terwijl de kosten met 2,25 procent stegen. Dat blijkt uit de jaarlijkse Bedrijfsvergelijking Levensmiddelendetailhandel van Deloitte.

Personeelskosten vormen volgens het onderzoeksbureau nog steeds de grootste kostenpost voor de winkeliers, omdat er sprake is van een stabiliserende of dalende productiviteit. Vorig jaar waren personeelskosten volgens Deloitte ook de grootste crux voor de ondernemers. Toen lagen ze 6,5 procent hoger dan in 2011, als gevolg van loonsverhogingen en hogere sociale lasten door een veranderde wetgeving.

De kosten voor huisvesting waren in 2013 gemiddeld 2,5 procent hoger dan het jaar ervoor. In verhouding tot 2007 daalde de gemiddelde brutomarge van 20,7 procent naar 19,5 procent, zegt Paul Op Heij, partner bij branchegroep retail van Deloitte. "De combinatie van dalende marges, stagnerende omzetten en stijgende loonkosten leiden tot een enorme druk op het resultaat, aangezien dit niet meer wordt goedgemaakt door stijging van de omzet."

Grotere branchegenoten hebben volgens het adviesbureau betere financiële resultaten. Een supermarktondernemer met een weekomzet van meer dan 150 duizend euro houdt circa 330 duizend euro over, terwijl een kleine supermarkt ongeveer veertigduizend euro verdient. Dat zorgt voor nijpende situaties bij de ondernemers omdat ze daarvan bijvoorbeeld de arbeidsongeschiktheidsverzekering moeten betalen, aldus Op Heij. "Bij een kleine supermarktondernemer is daarvoor nagenoeg geen ruimte meer."

De situatie brengt zelfstandig ondernemers er sneller toe om hun winkel aan de franchiseorganisatie te verkopen, stelt hij. Het marktaandeel van zelfstandige supermarkten daalde in 2013 tot 33,5 procent, terwijl dat in 2012 nog meer dan 35 procent was. Daarnaast spelen hoge investeringsbedragen en het feit dat een groeiend aantal ondernemers verplicht is hun supermarkt aan de organisatie aan te bieden, een rol.