



Rabobank

Waar heeft mijn buurman last van?

research.rabobank.com/far

RaboResearch

Food & Agribusiness
far.rabobank.com

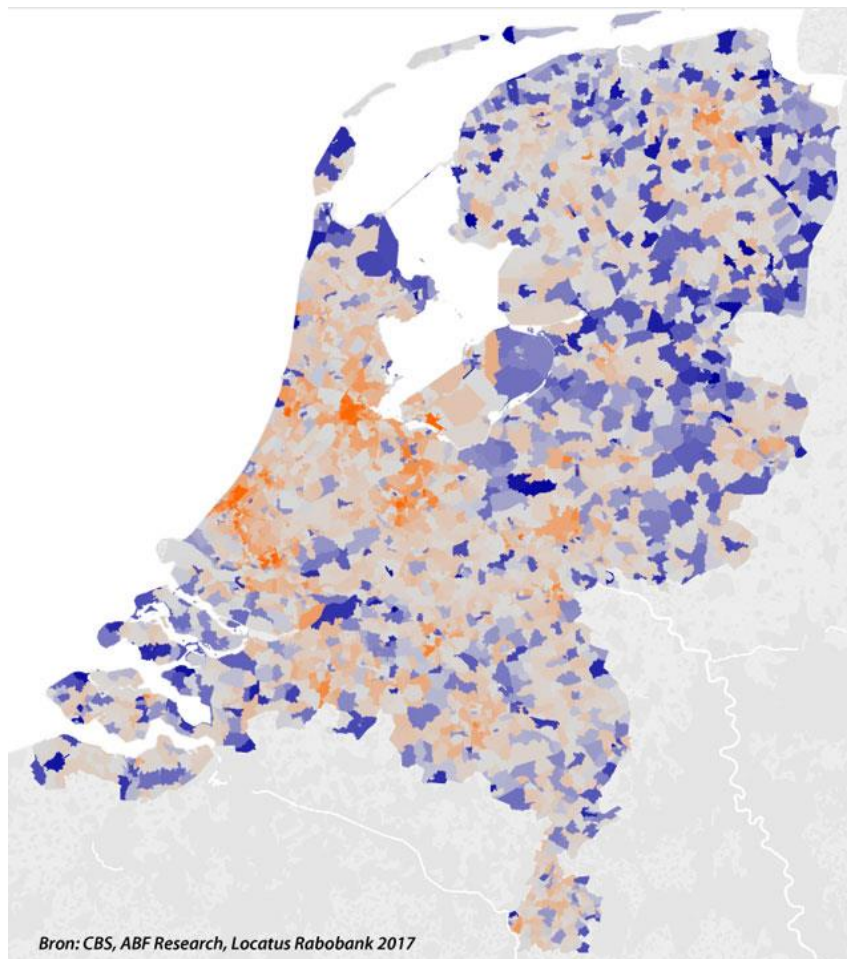
Sebastiaan Schreijen

Senior Analyst - Consumer
Foods
+31 30 712 3831

Geen enkele supermarktondernemer ziet omzet weglekken naar online. Vraag naar de impact van online op zijn of haar business en je krijgt antwoorden in de trant van: nauwelijks, weinig of gewoon geen. Nu is het marktaandeel van online nog relatief beperkt, maar toch. In 2016 is er bij elkaar de omzet van zo'n 50 behoorlijke supermarkten naar de verschillende webshops gevloeid. Die pijn is natuurlijk vooral bij de buurman supermarktondernemer terechtgekomen, en niet bij jou. De groei van online zet echter door. Er zijn grote regionale verschillen wat betreft de kans dat ook jouw winkel de komende jaren wordt geraakt.

Afgelopen jaar hebben al drie miljoen Nederlanders één of meerdere keren elektronisch hun boodschappen besteld. De penetratie van elektronisch winkelen stijgt gestaag, ook in de levensmiddelenmarkt. Daarnaast geven mensen die eenmaal online boodschappen besteld hebben er ook steeds meer geld aan uit. Of het marktaandeel van online de komende jaren zal opstomen naar de door ons verwachte 15 tot 20 procent (in 2030) doet er eigenlijk niet heel veel toe. Er komt een moment dat het ook jouw winkel gaat raken.

Figuur 1: Randstad, Groningen-stad en Brabant meest vruchtbare voedingsbodems voor online



Gaat mijn klant ook online?

De brandende vraag is natuurlijk in hoeverre online ook in jouw servicegebied aan zal slaan. Dus wie is die online consument eigenlijk? Gelukkig zien we grote gemene delers onder de consumenten die nu al online bestellen. Volgens GfK vinden we de online shoppers vooral onder gezinnen met jonge kinderen. Ook blijkt uit CBS-data dat er grote verschillen bestaan in online koopgedrag die samenhangen met opleidingsniveau en inkomen.

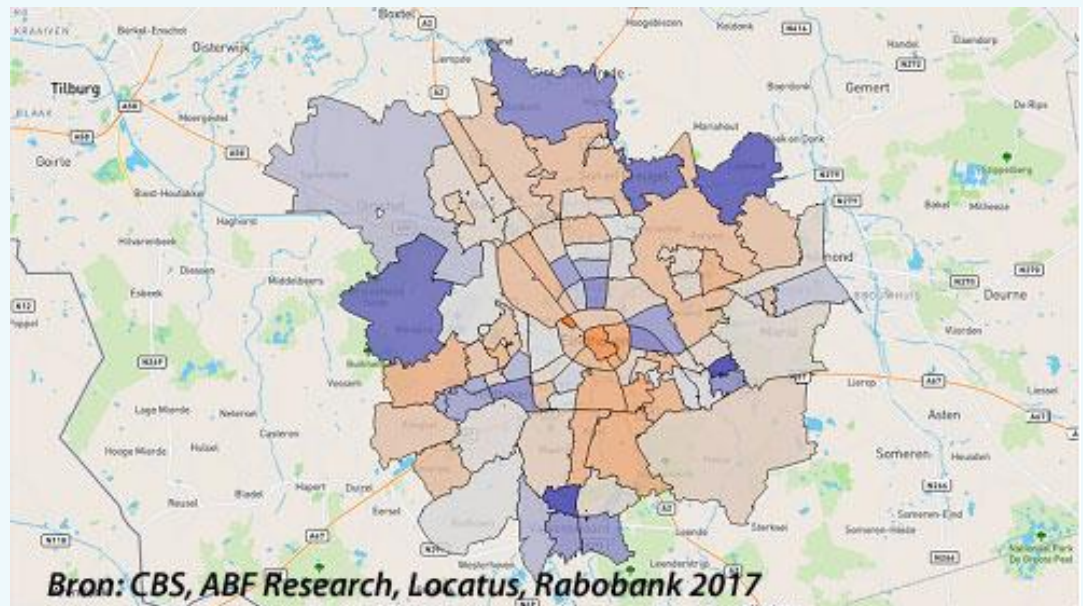
Ook het aanbod speelt een rol. Bezorging zal in gebieden met een hogere bevolkingsdichtheid en korte aanrij-tijden vaak goedkoper zijn dan op het platteland. Verder zitten er in sommige gebieden al relatief veel supermarkten, wat de opkomst van online weer kan vertragen.

Koppelen we de demografische kenmerken aan deze aanbodfactoren in één genormaliseerde indicator¹ dan vormt zich een beeld over de postcodegebieden waar we verwachten dat online boodschappen doen de komende jaren de meeste kans zal hebben (oranje), of juist niet (blauw) (zie figuur 1).

Opereer jij in de Randstad, dan zal je je waarschijnlijk eerder zorgen moeten maken. Maar ook ondernemers in bijvoorbeeld Groningen-stad of de Brabantse stedenrij blijven niet buiten schot. Binnen stedelijke gebieden kunnen er echter grote verschillen optreden, zoals de kaart van Eindhoven laat zien (zie box 1).

Box 1. Flinke verschillen binnen groot-Eindhoven

In en om Eindhoven zie je dat vooral de verschillen in opleidings- en inkomensniveau voor flinke afwijkingen tussen regio's zorgen. Net ten zuiden van het centrum ligt het inkomen weliswaar relatief bovenmodaal, maar is de hogere gemiddelde leeftijd weer een remmende factor. De locaties van bestaande winkels spelen ook nog een rol. Elk postcodegebied heeft zo'n beetje zijn eigen verhaal.



¹ De precieze berekening bevat een weging naar de mate waarin bepaalde groepen geneigd zijn om online te kopen. Daarna normaliseren we iedere sub-indicator en nemen we het gemiddelde van deze sub-indicatoren om tot een samengestelde indicator te komen. In deze analyse is uitgegaan van het huidige online aanbod. Nieuwe serviceconcepten kunnen met name de vraagfactoren doen veranderen.

De grootste kans van online ligt offline

De groei van online boodschappen biedt kansen voor jou als supermarktondernemer. Maar ga niet zelf vol inzetten op de online consument. Die markt is met name weggelegd voor grotere spelers die kunnen bogen op enorme schaalvoordelen. En ja, de opkomst van online boodschappen zal ongetwijfeld betekenen dat er omzet wegvalt in de fysieke winkels. Maar als jij jouw zaken goed voor elkaar hebt – je hebt een mooie winkel, enthousiast personeel, een ijzeren discipline in de operatie, met mooie marges als resultaat en de klant voelt zich gezien – dan is de kans groot dat jouw concullega of het filiaalbedrijf een paar kilometer verderop meer last van die omzetsdaling zal hebben dan jij. Raad eens waar al zijn offline klanten straks naar toe komen als dat bedrijf zijn deuren sluit?

Waar je ook zit in Nederland, jouw belangrijkste concurrent de komende jaren is nog steeds je buurman. Zoveel verandert er dus helemaal niet.

Colofon

RaboResearch

Food & Agribusiness

far.rabobank.com

Sebastiaan Schreijen Senior Analyst - Consumer Foods sebastiaan.schreijen@rabobank.com
+31 30 712 3831

© 2018 – All rights reserved

Dit document is uitsluitend bedoeld voor u en niets hierin creëert of impliceert enig recht tot openbaarmaking of bekendmaking, anders dan aan Coöperatieve Rabobank U.A. ("Rabobank"), statutair gezeteld in Amsterdam, Nederland. Noch deze presentatie, noch enig gedeelte van de inhoud daarvan mag worden gebruikt voor enig ander doel zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Rabobank. De informatie in dit document reflecteert de huidige marktomstandigheden en onze visie daarop, welke onderhevig aan verandering kunnen zijn. Dit document is gebaseerd op openbare informatie. De in dit document opgenomen informatie is samengesteld uit bronnen die als betrouwbaar gelden, echter Rabobank garandeert op geen enkele wijze de juistheid of volledigheid van dit document of de inhoud daarvan en aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid ter zake. De informatie in dit document is slechts indicatief van aard en is bedoeld als discussiestuk. Aan dit document inclusief de daarin opgenomen voorbeelden, commerciële ideeën, prijsindicaties en andere voorwaarden kunnen geen rechten worden ontleend. Dit document kan op geen enkele wijze worden opgevat als een aanbieding, uitnodiging of aanbeveling. Dit document brengt op geen enkele wijze een verplichting voor Rabobank met zich en vormt niet de basis voor enig contract. De informatie in dit document is niet bedoeld en mag niet worden begrepen als een advies (daaronder begrepen maar niet beperkt tot een advies als bedoeld in artikel 1:1 en artikel 4:23 Wet op het financieel toezicht). Op dit document is Nederlands recht van toepassing. Geschillen voortvloeiend uit of anderszins verband houdend met dit document zullen uitsluitend worden voorgelegd aan de daartoe bevoegde rechter te Amsterdam, Nederland. Dit rapport is gepubliceerd in lijn met Rabobank's langetermijnvisie op de internationale food- en agribusiness. Dit rapport betreft één van de publicaties van de wereldwijde afdeling van RaboResearch Food & Agribusiness.

