

Multifranchisers AH en Jumbo groeien hard: 'Heeft het nog zin?'

distrifood.nl/175115/multifranchisers-ah-en-jumbo-groeien-hard-heb-ik-hier-nog-wel-zin-in

Herman te Pas

Gepubliceerd: om 13:41



Foto: Peter Roek

Steeds meer ondernemers besluiten hun supermarkt te verkopen. De piek is vooral te zien bij winkels waar ooit C1000 op de gevel stond. Multifranchisers liggen op de loer. 'In vergelijking met 5 jaar geleden zijn er veel meer winkels op de markt. Vooral de C1000-generatie heeft geen zin meer om weer te investeren.'

De bomen groeiden tot in de hemel. Dat beeld ontstond rond supermarkten gedurende de coronaperiode. De supermarktbranche profiteerde flink van alle lockdowns en werd neergezet als een 'winnaar' tijdens de pandemie. Dat beeld van graaiers is, bij mensen die de ontwikkelingen in deze branche niet volgen, blijven hangen. Vandaar termen als graaiflatie.

Inmiddels staat bij veel winkeliers het water echter aan de lippen door almaar stijgende kosten en krappe marges. Alleen heeft dat verhaal heel wat minder impact. De economische misère heeft ook tot gevolg dat flink wat winkeliers twijfelen over doorgaan. 'Je ziet dat bij iedere supermarktketen het model van de winkels onder druk staat', zegt Alex Dolphijn van Ludwig & Van Dam Advocaten tegen Distrifood. Dolphijn begeleidt veel supermarktondernemers met juridische zaken en ziet ondernemers worstelen. 'Wat je ziet is dat de gemiddelde leeftijd bij ondernemers vrij hoog is, terwijl bedrijfsopvolging binnen de familie niet altijd voor de hand ligt. Tegelijk is er sprake van moeilijke marktomstandigheden. Ondernemers moeten er vol aan trekken en dan stellen ze zich de vraag: Heb ik hier nog wel zin in?'



Franchiseadvocaat Alex Dolphijn. Foto: Roel Dijkstra Fotografie

Per saldo zie je in vergelijking met bijvoorbeeld 5 jaar geleden dat er beduidend meer winkels op de markt zijn. Fors meer zelfs.' Retailconsultant Peter Wille constateert eenzelfde ontwikkeling. 'Wat ik zie is dat na corona steeds meer ondernemers hun winkel te koop aanbieden. Dat heeft meerdere oorzaken. Denk aan groeiende kosten, met als gevolg een toenemende druk op de exploitatie. Maar ook een mentaliteitsverandering speelt een rol. Ondernemers ondervinden iedere dag dat het gedrag van zowel klanten als medewerkers sinds corona ten nadele is veranderd. Ook dat speelt mee.'

Leeftijd is al genoemd. In 2011 werd C1000 in de etalage gezet, waarna Jumbo toehapte. Verschillende winkels werden doorverkocht aan Ahold en Coop – daarvan werd een deel uiteindelijk Boni of Plus. Met als gevolg een noodzakelijke investering door de betreffende ondernemers. Diezelfde groep staat nu op een kruispunt. Ga ik weer de portemonnee trekken om te herinvesteren, of stop ik met kruidenieren?



Foto: Distrifood

Peter Wille: 'Leeftijd is zeker een onderdeel binnen dit geheel. Toen C1000 overging naar Jumbo en deels Albert Heijn en Coop, wilde menig ondernemer nog een keer goed investeren. Nog één keer een kunstje doen. Je ziet dat juist die generatie nu op zijn laatste benen loopt.' Dat wordt beaamd door andere kenners in de branche. 'Die C1000-generatie is in de jaren 2012-2014 overgestapt naar een andere formule, heeft toen fors geïnvesteerd. De vraag die ze nu stellen is: 'Wil ik nogmaals een bedrag van anderhalf tot twee miljoen steken in modernisering van mijn winkel?' Dat gebeurt dus niet.'

Alex Dolphijn voegt hier aan toe dat het ook lijkt dat de goodwillwaarde van supermarktondernemingen steeds meer onder druk komt te staan. Ondernemers vrezen dat, als zij wachten met de verkoop van hun onderneming, de opbrengst aan goodwillwaarde na verloop van tijd lager zal zijn. 'Het wordt voor kopers van supermarktondernemingen namelijk lastiger om goodwillwaarde gefinancierd te krijgen.' Het advocatenbureau constateert een toename van de vraag van ondernemers om begeleiding in de transacties van supermarktondernemingen. Dolphijn: 'Daarbij is vaak aan de orde wat de juridische status is van de binding met het vestigingspunt, of er verkocht kan worden aan een andere formule, en hoe de transactie het beste kan worden ingericht.'



Foto: Van Vliet Fotografie

Stijgende kosten, lage marges

Zoals gezegd spelen uitdagende economische omstandigheden een rol. Jumbo-ondernemer Roel Heerschap verkocht recent drie Jumbo-winkels (twee in Weert, een in Nederweert) terug aan de Jumbo-organisatie. Niet uit luxe. 'De omzet van de winkels die ik had overgenomen van Jumbo is, sinds ik aan het roer sta, verdubbeld. Dat woog echter niet op tegen de stijgende kosten. Dat de marges onder druk staan hielp ook niet mee', zei de Jumbo-man begin februari aan Distrifood.

Dat de markt, zacht uitgedrukt, nogal uitdagend is bevestigen andere mensen binnen Jumbo. 'Veel ondernemers worstelen met tegenvallende indexen en marges. Dat probleem is nog niet opgelost, nu Jumbo een andere aanpak ('Jumbo zoals Jumbo bedoeld is', red.) heeft', zo wordt gezegd. 'Als er dit jaar al margeherstel komt, zal dat naar verwachting pas in de tweede helft van 2024 plaatsvinden. Of misschien wel pas in 2025.' De inkoop samenwerking binnen Everest is volgens de betrokkenen weliswaar een stap in de goede richting, maar niet zaligmakend. 'Het is niet zo dat er op een knop wordt gedrukt en dat alle prijzen van de ketens die zijn aangesloten bij Everest gelijktijdig met hetzelfde bedrag naar beneden gaan. Jumbo moet zelf onderhandelen met de leveranciers, waarbij ze de kennis gebruiken van Everest.'

Voorzitter Johan Plemp van de ondernemersvereniging Jumbo (OVJ) onderstreept dat het uitdagende tijden zijn. 'Ik heb al eerder gezegd dat we op zoek zijn naar het ventiel in de markt. Daar hoort versterking van je inkooppositie bij, maar dat is maar één ding.' Ook Plemp ziet dat er meer winkels op de markt komen. 'Er zit inderdaad een golfje met winkels aan te komen, maar daar hebben we rekening mee gehouden en daar spelen we op in. We zien een groei van het aantal startende ondernemers, aangesloten bij de TOVJ (toekomstige ondernemers Jumbo, red.), om het over te nemen. De OVJ en de TOVJ onderzoeken samen hoe die invulling te financieren. Het is weliswaar moeilijker geworden om te starten, maar het kan nog steeds. We zien bij de Jumbo-ondernemers een mooie mix voor wat betreft leeftijd, desalniettemin is het een puzzel om alles op elkaar aan te laten sluiten.'



TOVJ: 'Ik dacht dat je er zonder papa, pand en poen niet tussenkwam bij Jumbo'

Volgens Plemp is er bij Jumbo geen sprake van gedwongen verkoop van winkels door ondernemers. 'Daar is totaal geen sprake van. Het is wel een uitdagende tijd. Mensen staan er echter niet alleen voor, ik zie dat ook Jumbo zich inspant.' De lage marges zijn daarbij onderwerp van gesprek. 'Over ieder belangrijk onderwerp spreken de ondernemers met elkaar in clusters. In groepjes die zich richten op een bepaald aspect. Dat kan gaan over lage marges, maar ook het managen van de loonsommen of derving. Deze methode zorgt er voor dat we van elkaar leren. Je ziet in dit soort tijden wel dat het drukker is tijdens die bijeenkomsten dan in een periode dat het voor de wind gaat. Mensen denken dan toch sneller van 'het is wel goed zo'.'

Het proces van verkopen van een ondernemerswinkel verschilt bij de twee grootste supermarktketens van het land. Bij Jumbo staat standaard in de franchiseovereenkomst dat een ondernemer de winkel te koop aanbiedt bij Jumbo. Jumbo zoekt vervolgens een passende ondernemer. Plemp: 'Twee regels zijn hierbij belangrijk. De prijs van aankoop en verkoop is gelijk. En een ondernemerswinkel blijft een ondernemerswinkel. Natuurlijk heb je uitzonderingen. Bijvoorbeeld omdat de investeringen voor een ondernemer te hoog zijn of dat de winkel niet aansluit op het marktgebied van ondernemers. Zo zijn de winkels van Heerschap eerst aangeboden aan ondernemers, maar gaan ze nu verder als filiaal. Jumbo kijkt zelf ook goed naar de verhouding filiaal en ondernemer. Jumbo en de OVJ zetten beide in op groei.'

Bij Albert Heijn is het zo dat vrije winkels eerst worden aangeboden aan leden van de VAHFR (Vereniging Albert Heijn-franchisers), gebonden winkels aan de franchisegever. Directeur Jos Boot van de VAHFR zegt dat de moeilijke economische omstandigheden een vast bespreekpunt zijn binnen de vereniging. 'Maar ondanks dat het ondernemerschap uitdagender is geworden, groeien we nog steeds binnen franchise in zowel omzet als aandeel', zegt Boot. 'Het beeld van ondernemers die noodgedwongen hun winkel moeten verkopen herkennen wij gelukkig niet.' Volgens Boot worden er de laatste paar jaar wel constant winkels aangeboden. 'Wat vooral een oorzaak heeft in de leeftijdsopbouw van franchisenemers', zegt de VAHFR-directeur.

Het vinden van nieuwe, goede ondernemers om een winkel over te nemen blijkt lastig. Dat kan het gevolg zijn van de goodwillregeling, of zware investeringen die moeten gebeuren"

Sterke positie multifranchisers

Nu er meer winkels op de markt komen is de vraag wie de portemonnee trekt voor deze supermarkten. De bronnen die DistriFood spreekt, zeggen dat met name multifranchisers profiteren van de huidige situatie. Ze hebben het geld, het aanbod is groot en de toestroom van nieuwe ondernemers hapert. Die laatste groep kan niet opboksen tegen het kapitaal van de multifranchisers en ziet momenteel te veel beren op de weg om succesvol te zijn, zo luidt de conclusie.

AH-multifranchiser Ten Have wordt specifiek genoemd door de bronnen. 'Ten Have gaat momenteel als de brandweer. Die weet waar de goede locaties zitten.' De website van moederbedrijf Europa Have, het bedrijf van de broers Gerald en Toine ten Have, meldt dat de multifranchiser momenteel 28 Albert Heijn-winkels en 15 Gall & Gall-slijterijen bezit. Een overzicht van database Distrifood Dynamics (zie tabel) bewijst dat het winkelbestand van Ten Have met name de laatste jaren is gegroeid. In de periode 2014-2021 groeide het aantal winkels van Europa Have van 17 naar 19. In 2022 waren dat er ineens 25 en inmiddels dus 28. Van Ten Have is bekend dat de gebroeders de afgelopen jaren AH-winkels in het noorden van het land hebben overgenomen van verschillende franchisers. Daar blijft het niet bij, zo is de verwachting. 'Er komen voortdurend nieuwe winkels bij', zo staat op de website.

De groeisput zit met name bij de multifranchisers van Albert Heijn. Na Ten Have volgt in 'de ranglijst multifranchisers' de Bun Holding van Jan Bun. De franchiser heeft momenteel 27 Albert Heijn-supermarkten. Ook Bun geeft op zijn eigen website aan dat verdere groei vrijwel zeker is. 'We blijven uitbreiden, zodat iedereen in een fijne supermarkt boodschappen kan doen.'

✿ A Flourish chart

Nummer 3 in aantal Albert Heijn-winkels is Hans Geveling. Op zijn website staan 21 AH-winkels. Ook hier is groei te verwachten. Geveling opent in maart een Albert Heijn in Nijmegen en volgend jaar maart een winkel in Nieuw Vennep. Gerard van den Tweel is ook actief als het gaat om nieuwe winkels. 'In Klazienaveen bouwen we aan een compleet nieuwe winkel van 1400 m². Het graven van de kelder is daar al begonnen en ook daar gaan we open in 2024. In Nijkerkerveen nemen we de Spar over van de ondernemer en realiseren een nieuwe AH van zo'n 900 m² op een andere locatie. Ondertussen onderzoeken we ook de mogelijkheden in Drenthe, op twee nieuwe locaties', zei de multifranchiser eind vorig jaar in Distrifood.

AH-ondernemers met één winkel en interesse hebben in meer geven aan dat zij niet kunnen opboksen tegen de slagkracht van de multifranchisers. 'Ik heb wel eens geboden op een winkel, maar vervolgens biedt een multifranchiser €2 miljoen meer. Je wordt op zo'n moment als het ware in je gezicht uitgelachen.' Bronnen die franchisers begeleiden beamen dat. 'De AH-multifranchisers zou je bijna een soort oligarchie binnen Albert Heijn kunnen noemen. Er zijn overigens geen signalen dat dit een onderwerp van gesprek is binnen de franchisevereniging. Komt ook omdat de multifranchisers de kastanjes uit het vuur halen in onderhandelingen met het hoofdkantoor. Zij durven zich uit te spreken.'

Jos Boot van de VAHFR ziet het winkelbestand van de multifranchisers ook groeien, maar wijst een andere oorzaak aan. Boot: 'De ontwikkeling dat multifranchisers groeien komt vooral door het ontwikkelen van nieuwe locaties. En er is al decennialang sprake dat vrije winkels overgenomen worden door collega's die zich verder ontwikkelen als multifranchisenemer. Het aandeel multifranchise stijgt wel door de toevoeging van Jan Linders.'



Gerard van den Tweel. Foto: Diederik van der Laan

Vrije en gebonden winkels

Ondernemers met veel winkels zien we ook bij Jumbo. Koploper is de Maripaan Groep in het noorden van het land. In totaal 17 vestigingen zijn eigendom van Paul Papo en Anrico Maat. De laatste is tegenwoordig ook actief in de directie van Jumbo. Tweede op de Jumbo-lijst is Jumbo Kooistra met 12 vestigingen. Andere Jumbo-ondernemers met veel Jumbo-supermarkten zijn Jumbo Leussink (9 winkels) en Jumbo Koornneef (6 supermarkten). OVJ-voorzitter Plemp ziet naar eigen zeggen niet dat de huidige ondernemers met veel winkels inspringen op het groeiende winkelaanbod. 'Ik zie wel vanuit de ondernemersopleiding kandidaten om een winkel over te nemen. En er is vraag vanuit de groep ondernemers met één winkel die de ambitie hebben om multi te worden.'

Volgens Plemp is multifranchise wel onderwerp van gesprek binnen de OVJ en de jongerenclub. 'Zeker, je moet over dit soort onderwerpen gezamenlijk een visie ontwikkelen. Binnen Jumbo moet de combinatie filialen en ondernemerswinkels elkaar versterken.' Distrifood vroeg ook aan de VAHFR of het voor jonge, potentieel nieuwe franchisers steeds moeilijker wordt om de financiering voor een winkel rond te krijgen. Directeur Jos Boot: 'Dat is voor vrije winkels, vanwege de goodwill, vaker het geval dan bij gebonden winkels.'

✿ A Flourish chart

De bronnen die ondernemers begeleiden zeggen dat het voor startende ondernemers momenteel allesbehalve makkelijk is. 'Wat wij zien is dat er bij Albert Heijn weinig nieuwe franchisers bij komen. Onder meer omdat ze de financiering voor een winkel niet rondkrijgen.' Ook een andere adviseur ziet de worsteling. 'Het vinden van nieuwe, goede ondernemers om een winkel over te nemen blijkt lastig. Dat kan het gevolg zijn van de goodwillregeling, of zware investeringen die moeten gebeuren. Natuurlijk is er een groep afgestudeerden. Maar je ziet wel dat het aantal nieuwe, goede ondernemers met geld op zak niet in verhouding staat met het aanbod winkels. Het tekort aan goede bedrijfsleiders is ook een signaal, dat is toch het voorland van nieuwe ondernemers.'

Ook het Vakcentrum herkent dit beeld. 'Het zou goed zijn als jonge ondernemers de kans krijgen. De toegang tot financiering is echter inderdaad een probleem. We zijn hard bezig zowel op nationaal niveau als Europees de toegang tot financiering te vergemakkelijken. Dat is een moeizaam proces. De komende tijd wordt er, onder meer in Brussel, weer volop over gesproken. Onder andere in het kader van de Oeso (organisatie voor economische samenwerking en ontwikkeling, red.), de Europese Commissie en een speciale bijeenkomst over financiering van mkb-bedrijven, georganiseerd door het Belgisch voorzitterschap van de EU', zegt een woordvoerder.

Concluderend: menig ondernemer speelt met het idee om zijn winkel te verkopen. Dat moet gebeuren in een moeilijke markt. Peter Wille onderstreept in een boodschap op zijn LinkedIn dat de rol van de franchisegever in dat traject soms voor verbetering vatbaar is. 'Ik mis empathie bij supermarktorganisaties in de laatste fase. De ondernemer heeft met hart en ziel ondernomen en krijgt nu een koude douche. Als het eindpunt nadert, krijgt ratio de overhand. Dan zijn inzet en drive van de ondernemer en de samen behaalde resultaten van de afgelopen jaren niet meer van belang. Het bijzondere is dat ik dit tegenkom bij meerdere franchiseorganisaties in food. Waar is het menselijke aspect gebleven? Als ik de eerste resultaten van 2024 mag geloven, gaan er nog veel volgen de komende maanden.'
