

Detailhandel

Slagerijen

- ▶ Aantal slagerijen afgenomen door scherpe concurrentie van de supermarkten
- ▶ Slagers zullen meer moeten inspelen op markttrends en wensen van de consument
- ▶ Bij toenemende concurrentie wordt aansluiting bij samenwerkingsverband belangrijker



Branchebeschrijving

Slagerijen zijn gericht op de verwerking en verkoop van vlees en vleeswaren. Rundvlees en varkensvlees zijn de vleessoorten die het meest worden verkocht. De vraag naar biologisch vlees is de laatste jaren toegenomen, hoewel het nog een relatief klein deel betreft van de totale hoeveelheid.

Sommige slagerijen proberen meer toegevoegde waarde te creëren door de verkoop van kant-en-klaarmaaltijden en dergelijke. Poeliers (verwerking en verkoop van wild en gevogelte) worden niet tot deze branche gerekend, evenmin als de ambulante verkoop.

Trends en ontwikkelingen

Het aantal slagerijen in Nederland vertoont al enige jaren een daling. In 2005 waren er 2.701 winkels die door 2.445 ondernemingen werden geëxploiteerd. De daling is het gevolg van de toegenomen concurrentie van de supermarkten die de afgelopen jaren nog is verhevigd door de supermarktoorlog. De sector wordt gekenmerkt door kleine en middelgrote ondernemingen. Het aantal zelfslachtende slagers is door de strenge regelgeving gedaald tot circa 200. Slechts 2% van de slagerijen maakt als filiaal of franchise-nemer deel uit van een winkelketen. Wel zijn veel slagerijen aangesloten bij commerciële samenwerkingsorganisaties zoals De Keurslager, Topslagers, Ambachtelijke Slagerij en Het Worstmakers Gilde. De consumptie van vlees per capita

daalde in 2006 met 1% tot 84,5 kg. Het huishoudelijke aankoopvolume daalde zelfs met 2%, vooral veroorzaakt door de stijging van de consumentenprijs van vlees.

De supermarkt heeft verreweg het grootste marktaandeel in de verkoop van vlees en vleeswaren. De behoefte aan gemak bepaalt in steeds grotere mate het koopgedrag van de consument, wat ook tot uiting komt in het toenemende marktaandeel (circa 83%) van voorverpakte producten. Slagerijen worden vooral bezocht voor de aankoop van duurder en speciale soorten vlees. Met uitzondering van de piekmaand december en eventueel een goede zomer (barbecue) kent de slagersbranche verder weinig seizoensfluctuaties.

Vooruitzichten

Slagers kunnen inspelen op markttrends door het aanbieden van kant-en-klaarmaaltijden, panklare producten en snacks om direct op te eten of om mee te nemen. Ook het aanbieden van biologische producten biedt kansen. De omzet van biologisch vlees neemt elk jaar nog steeds toe, maar het marktaandeel is nog beperkt: zo'n 2% in 2006. De slager zal zich in toenemende mate moeten onderscheiden van de concurrentie (vooral de supermarkt) door deskundig advies, een ruim en goed op de klant afgestemd assortiment, hoge kwaliteit en een goede service. Er zijn echter beperkingen; zo vormen de ruime openingstijden van supermarkten voor de kleine zelfstandige slager een probleem. Vestiging op een centrale locatie, in de buurt van kantoren of in de buurt van

andere versaanbieders (zoals bakkers en groentewinkels) biedt de beste perspectieven. Sommige slagers gaan zich op andere versgroepen richten. Afhankelijk van de vestigingsplaats kan de slager een traiteursfunctie vervullen door het assortiment af te stemmen op het tijdstip van de dag, bijvoorbeeld het aanbieden van belegde broodjes rond lunchtijd en dagverse maaltijden aan het eind van de middag. De komende jaren zal de concurrentie van supermarkten verder toenemen, wat het rendement van met name de kleine en middelgrote slagerijen onder druk zal zetten. Slagerijen die niet zijn aangesloten bij een samenwerkingsverband, zullen het extra moeilijk krijgen.

Kerngegevens

Aantal winkels: **2.701**
MKB aandeel: **100%**
Omzet per winkel (ex BTW): EUR **419.300**
Bedrijfsresultaat (% omzet): **9%**

Aantal werknemers: **8.055**
Omzetsnelheid: **32,8**
Omzet per m2 wvo: EUR **5.750**
Brutowinst (% omzet): **42%**

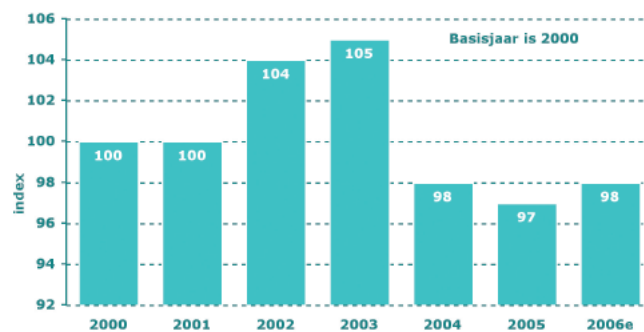
Websites

www.knsnet.nl
www.pve.nl
www.hbd.nl
www.foodholland.nl

Omzetontwikkeling

Bron: HBD, bewerking ABN AMRO

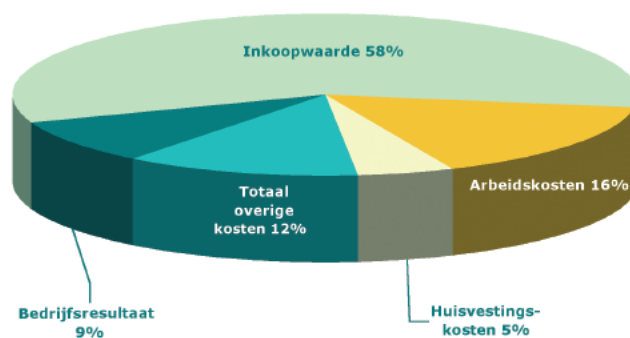
- In 2006 realiseerden de winkels in voedings- en genotmiddelen een behoorlijke omzetsijging (3,7%). Hiervan profiteerden vooral de supermarkten, de speciaalzaken met een omzetsijging van 2,1% veel minder.
- De omzet bij slagers in 2006 is geraamd op EUR 1,2 miljard (exclusief BTW). Dit is circa 1% meer dan in 2005, maar 2% minder dan in het basisjaar 2000.
- De omzetontwikkeling in de slagerijen vertoont daarmee in 2005 en 2006 een slechter beeld dan de omzetontwikkeling in de gehele detailhandel.



Exploitatiebeeld

Bron: Jaarboek detailhandel 2006

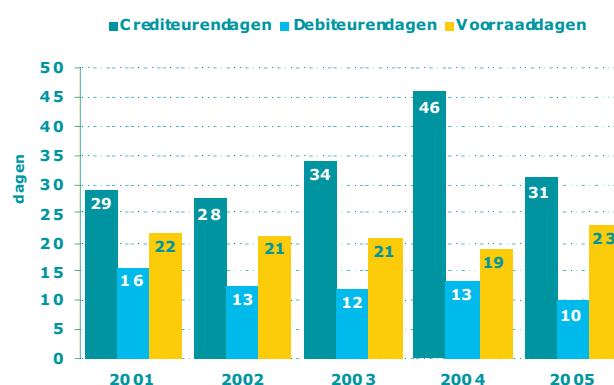
- De gemiddelde netto omzet in 2005 in de winkel bedroeg EUR 419.300.
- De personeelskosten variëren sterk per slagerij. Afhankelijk van de rechtsvorm wordt het ondernemersloon namelijk al dan niet tot de personeelskosten gerekend.
- Er bestaat eveneens een grote variatie in huisvestingskosten, afhankelijk of het huur of eigendom van het winkelpand betreft.



Werkkapitaal MKB

Bron: ABN AMRO Sector Research

- Slagers kopen hun producten in bij de slachterijen en de groothandel. Deze inkoop bepalen grotendeels de crediteurendagen.
- De aankopen door consumenten worden meestal direct afgerekend. Daarnaast levert de slager nog aan horeca, bedrijven en instellingen, vaak op rekening. Deze stond in 2005 gemiddeld 10 dagen open.
- Hoewel de slager veel versproducten verkoopt, hebben vleesproducten en overige producten een lagere omloopsnelheid. Dit leidt tot extra voorraaddagen.



Bestedingen slagerijen aan vlees, vleeswaren, etc. (incl. BTW)

Bron: HBD, bewerking ABN AMRO

- De totale consumentenbestedingen aan vlees, vleeswaren en conserven bedroegen in 2006 circa EUR 5 miljard. Slagerijen namen hiervan circa 18% voor hun rekening.
- Rundvlees is met een aandeel van bijna 40% in de verkopen de grootste omzetsmaker bij de slager.
- Voor 2007 wordt er weinig verandering in het consumptiepatroon verwacht. Wel zouden sterke prijsdalingen, prijsstijgingen of dierziekten dit kunnen beïnvloeden.

