

SUPERMARKTVASTGOED

NIEUWE REGELS VOOR EEN BEWEZEN SEGMENT

Supermarktpublicatie 2025



INHOUDSOPGAVE

01

SUPERMARKTLANDSCHAP

02

BELEGGINGSMARKT

03

OUTLOOK

Introductie

Supermarkten zijn altijd in beweging. Veranderend consumentengedrag beïnvloedt de operatie van supermarktketens. Die spelen op hun beurt in op de veranderende consumentenvraag, wat zich vertaalt in nieuwe vastgoed- en locatie eisen.

Dit geldt zowel voor de fysieke winkel, als voor de achterliggende supply chain en de inrichting van het logistieke proces. Dat logistieke proces is de afgelopen jaren steeds belangrijker geworden door de gestage groei van online supermarktverkoop. Het aanbieden van online bestelmogelijkheden is op zichzelf nog altijd lastig winstgevend te maken. Het gaat echter om de totaalbeleving van een formule, waarin het integreren van online en offline voor consumentenbinding – en dus omzet – zorgt.

Door alle ontwikkelingen in het supermarktlandschap, wordt het steeds belangrijker voor beleggers om deze markt in meer detail te begrijpen. Convenience vastgoed was immers goed voor de helft van het totale winkelbeleggingsvolume in de afgelopen 5 jaar. Door de gestegen prijzen voor supermarktvastgoed is het beperken van de risico's van deze beleggingen nog belangrijker dan ooit tevoren.

In deze publicatie presenteren wij enkele belangrijke ontwikkelingen in het supermarkt(beleggings)landschap. Dit kan helpen bij het beter doorgronden van dit marktsegment.



01

SUPERMARKTLANDSCHAP

OMZET- EN WINSTONTWIKKELING

Historisch hoge omzetten, maar de winst staat onder druk

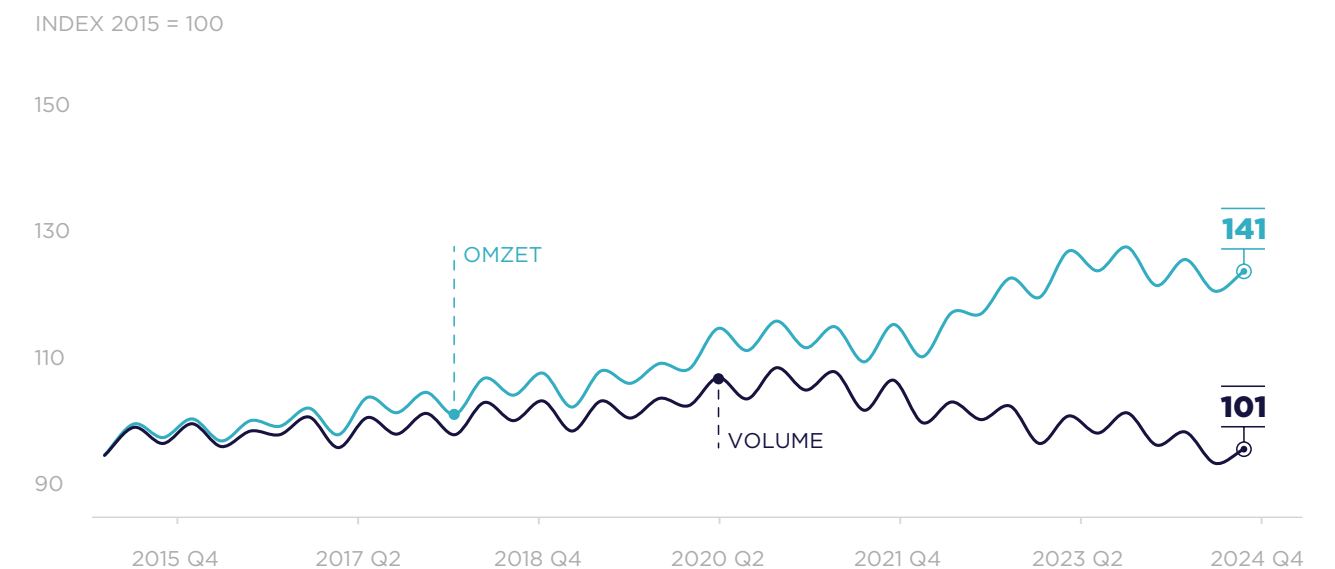
De totale supermarktomzet bereikte in 2023 voor het eerst een waarde van meer dan €50 miljard. In 2024 nam de like-for-like omzet met ca. 3% toe.

In de totale omzet kwam er echter een dip doordat tabaksverkoop uit supermarkten verdwenen. Naar verwachting groeit de supermarktomzet in 2025 met ca. 1% (ING, 2025).

Tegenover de groeiende omzet van supermarkten, staat een dalende winstmarge.

Dit komt hoofdzakelijk doordat supermarktketens stijgende kosten niet volledig doorrekenen aan consumenten. De omzetgroei wordt dan ook voor een belangrijk deel gedreven door prijsstijgingen van producten en niet door een stijging van het aantal verkochte producten. De geïndexeerde volumegroei laat sinds 2015 een terugval van het aantal verkochte producten zien, terwijl de omzet gestaag doorgroeit.

OMZET- EN VOLUMEONTWIKKELING SUPERMARKTEN



Bron: CBS, 2025 - bewerking Cushman & Wakefield



Veranderende
consumentenvraag
vertaalt zich in
nieuwe vastgoed- en
locatie eisen

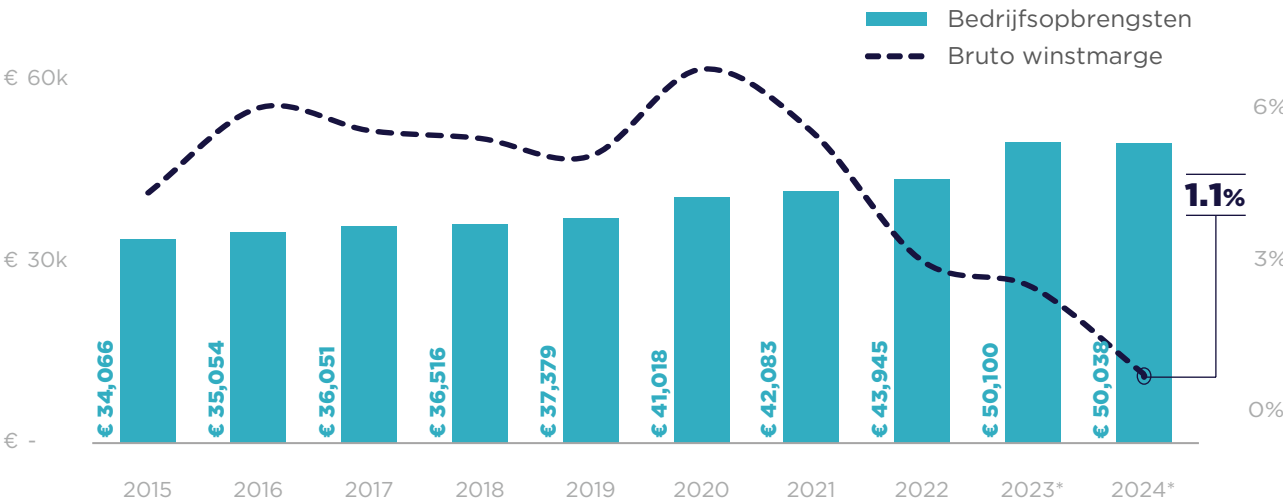
Maatschappelijke ontwikkelingen en personeelstekorten zorgen voor grote kostenstijgingen

Na een record bruto winstmarge van 5,7% in 2020, daalde deze marge (voor voorzieningen en belastingen) naar een gemiddelde van ca. 2% in 2023 en 1,1% in 2024 (CBS en Cushman & Wakefield, 2024). Hoewel er grote verschillen zijn tussen verschillende formules en winkels en tussen filialen en franchises, hebben supermarkten te maken met uitdagende marktomstandigheden aan de kostenzijde.

Eén van de belangrijkste kostenposten voor supermarkten, naast de inkoop van producten, zijn de personeelskosten. Deze kosten stegen in de afgelopen 10 jaar sneller dan de omzet en zijn daardoor een steeds grotere kostenpost voor supermarktketens.

Dit is een trend die ook in andere retailsectoren zichtbaar is. Naast inkoop en personeel vormen ook energie en 'afschrijvingen op vaste activa' een steeds grotere kostenpost. Gestegen energiekosten reflecteren de trend die voor zowel bedrijven als consumenten zichtbaar is. De stijgende kosten voor afschrijvingen zijn een gevolg van de steeds kortere tijd die supermarkten met bedrijfsmiddelen (o.a. machines, software en vervoermiddelen) kunnen doen als gevolg van onder meer technologische innovaties.

ONTWIKKELING OMZET- EN BRUTO WINSTMARGE SUPERMARKTEN



Bron: CBS en Cushman & Wakefield, 2025

CONSOLIDATIESLAG

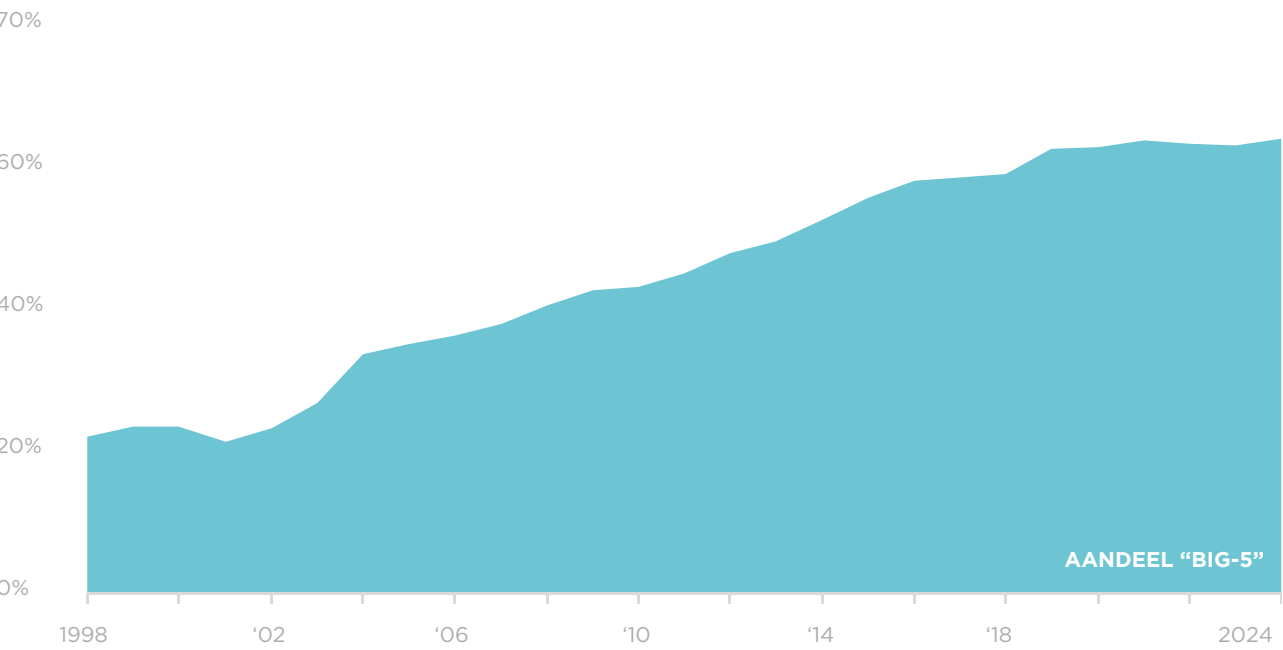
De “Big-5” van Nederland

Er is al decennialang sprake van een consolidatieslag bij supermarkten. Door zogenaamde ‘economies of scale’ kan de operatie efficiënter worden en neemt de inkoopkracht van een formule toe, waarmee de grootste kostenpost van supermarktketens in bedwang gehouden kan worden.

Sinds de jaren '90 van de vorige eeuw is er sprake van een sterke filialisering waardoor het aantal zelfstandige supermarkten afnam. Naast de filialisering is er ook sprake van consolidatie; het aantal (grote) ketens wordt kleiner door fusies en overnames. Midden jaren '90 waren nog minder dan 3 van elke 10 supermarkten van de huidige “Big-5” supermarkten (Albert Heijn, Jumbo, PLUS, Lidl en ALDI).

Tegenwoordig is bijna 7 van elke 10 supermarkten van één van deze merken. Vooral Jumbo heeft zich op dit gebied flink geroerd, al heeft ook marktleider Albert Heijn, met de (gedeeltelijke) overname van Deen winkels en de samenvoeging met Jan Linders, zich op dit gebied laten gelden. Deze laatste twee voorbeelden laten zien dat het voor relatief kleinere supermarktketens steeds moeilijker wordt om de concurrentie aan te kunnen blijven gaan met de grootste spelers. Ondanks dat het aantal fusie- en/of overnamekandidaten de afgelopen jaren geslonken is, verwachten wij dat de consolidatieslag de komende jaren nog verder doorzet. Dit gaat leiden tot een verdere versterking van de grootste 5 ketens.

AANDEEL “BIG-5” SUPERMARKTEN IN NEDERLAND



Bron: Locatus, 2025 - bewerking Cushman & Wakefield



DE LOGISTIEKE KETEN

E-commerce vraagt om vernieuwing in een verder verzadigde logistieke keten

Een mogelijkheid tot kostenreductie en winstoptimalisatie voor supermarktformules ligt bij het verbeteren van de operationele en logistieke keten.

Investerings in nieuwe distributiecentra zijn nodig voor de toekomstbestendigheid van de keten en kunnen zorgen voor efficiëntie en kostenbesparing op termijn. Hier wordt met risico ingespeeld op verwachte schaalvergroting als gevolg van de consolidatieslag die later waargemaakt moet worden.

Dit zorgt voor een veranderde ruimtebehoefte vanuit supermarkten en een toenemend aantal distributiecentra in de totale logistieke keten van online en offline supermarkten.

Hierin verkennen de verschillende formules hun opties voor het samenvoegen of loskoppelen van de reguliere en online distributieketen in een zoektocht naar - de nu nog vaak uitblijvende - winstgevendheid.

Het zoeken naar een passende logistieke oplossing biedt de mogelijkheid voor supermarktketens om te anticiperen op toekomstige ontwikkelingen van online consumentenbestedingen. Daarnaast blijven ze door het aanbieden van een multi-channel beleving relevant voor de consument.



BELEGGINGSMARKT

Tastbaarheid zorgt voor een gevoel van zekerheid

Beleggen in supermarktvastgoed blijft ondanks de lagere winstmarges en strategische en operationele uitdagingen onverminderd populair.

Voor particuliere beleggers die via een fondsmanager in supermarktvastgoed investeren voelt dit als een tastbare en daarom veilige belegging. Hierin speelt mee dat iedereen boodschappen duurder ziet worden en de stabiliteit van supermarktvastgoed tijdens de lockdownperiode nog vers in het geheugen zit.

Deze ogenschijnlijk “zekere” belegging staat echter onder druk nu onderliggende fundamenteën veranderen. Naast de eerdergenoemde omzet- en winstontwikkelingen bij supermarkten zijn er ook structurele demografische veranderingen. Veranderingen, zoals vergrijzing, meer eenpersoonshuishoudens en de toenemende kloof tussen groeiregio's en krimpgebieden, veranderen het speelveld voor supermarktvastgoed. Dit resulteert in veranderende eisen voor onder andere de locatie, grootte en functionaliteit, waarbij ook duurzaamheid een steeds belangrijkere rol speelt in de veranderende vastgoed voorkeuren.

Toelichting per kopersgroep



INSTITUTIONELE BELEGERS

Richten zich op supermarkten en wijkwinkelcentra die aan de eerdergenoemde criteria voldoen en daarnaast ook op ESG-gebied al sterk scoren. Institutionele beleggers hebben vaak een eigen dataplatform om de kwaliteit van het vastgoed, van de locatie en van de huurder(s) te beoordelen en zijn in de regel goed geïnformeerd. Deze partijen kunnen profiteren van gunstige fiscale voorwaarden voor pensioenfondsen. Dit biedt een voordeel om, ondanks relatief hoge prijzen voor supermarkten en wijkwinkelcentra met een hoge mate van zekerheid, toch nog aantrekkelijke rendementen uit te kunnen keren.



FONDSMANAGER

Zijn professionele vermogensbeheerders die – veelal met spaargeld van particulieren – in onder andere supermarkten en wijkwinkelcentra beleggen. Doordat zij specifieke rendementsdoelstellingen hebben, is er vanuit deze groep een divers beeld zichtbaar. De rendementseisen verschillen per fondsmanager en zelfs per fonds, waardoor er geen eenduidig beeld te herleiden valt. Fondsmanagers laten zien dat zij verspreid door het land actief zijn, maar veelal wel sterke supermarkten als belangrijke huurder prefereren. Als het een minder sterke supermarkt is, passen zij het prijsniveau aan zodat de balans tussen risico en rendement goed weerspiegeld wordt.



PARTICULIERE BELEGERS

Baseren beslissingen vooral op lokale verbondenheid en ondernemerschap dat niet altijd kan worden toegepast door grotere instituten of fondsmanagers. Dit kan hen een concurrentievoordeel geven bij specifieke lokale beleggingen. Deze groep is in staat om op kortere termijn waarde toe te voegen aan supermarkten en wijkwinkelcentra. Dit gaat vaak gepaard met een hoger risicoprofiel. Anderzijds kunnen sommige particuliere beleggers juist waarde toevoegen als franchisenemer op specifieke locaties; daarbij nemen zij het vastgoed met een bestaand huurcontract over en doen ze na verloop van tijd een beroep op de beëindigingsgrond ‘dringend eigen gebruik’.



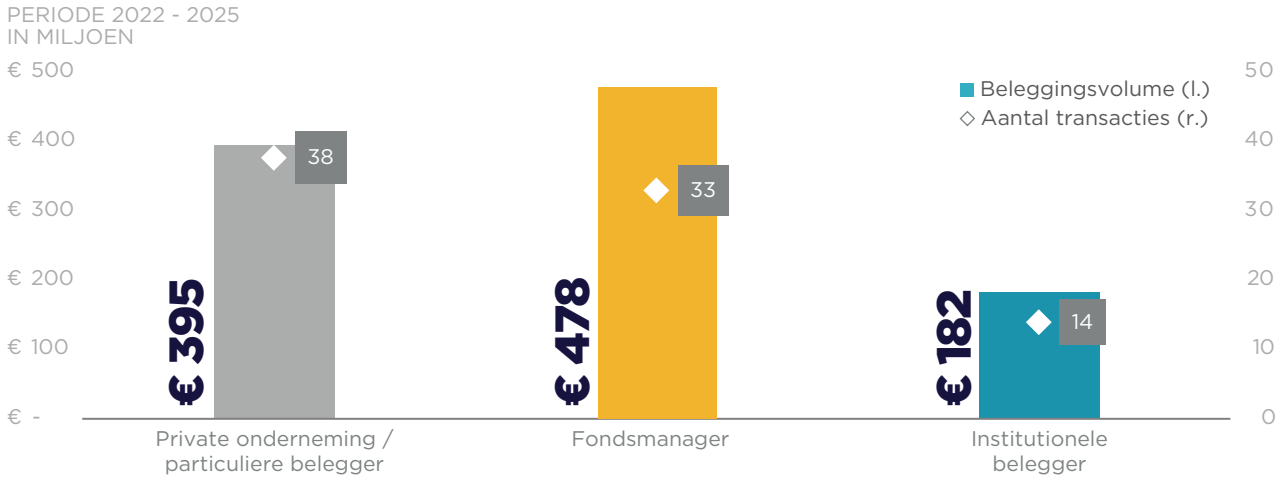
Zekerheid heeft een prijs

Een hoge mate van zekerheid leidt tot een hogere prijsvorming voor het vastgoed. Dit blijkt uit transacties van supermarkten en wijkwinkelcentra uit de afgelopen jaren.

Het onderliggende contract met een sterke supermarktketen is daarin leidend voor de zekerheid.

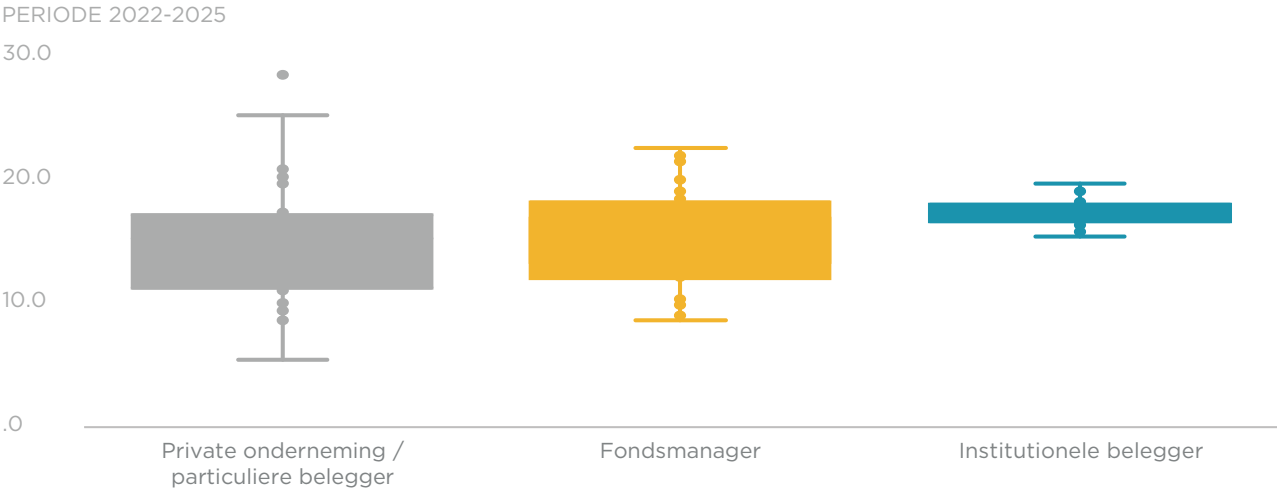
Is het één van de sterkste supermarktketens, is het een langjarig contract tegen marktconforme huurvoorwaarden en ligt het vastgoed op een goede locatie, dan zijn beleggers bereid gebleken te betalen voor de geboden zekerheden.

ONTWIKKELING TRANSACTIEACTIVITEIT KOPERSGROEPEN



Bron: Cushman & Wakefield, 2025

SPREAD KAPITALISATIEFACTOR SUPERMARKTEN PER KOPERSGROEP



Bron: Cushman & Wakefield, 2025



De C&W Asset Quality Rating als leidraad voor de prijs-kwaliteitverhouding van supermarkten en wijkcentra

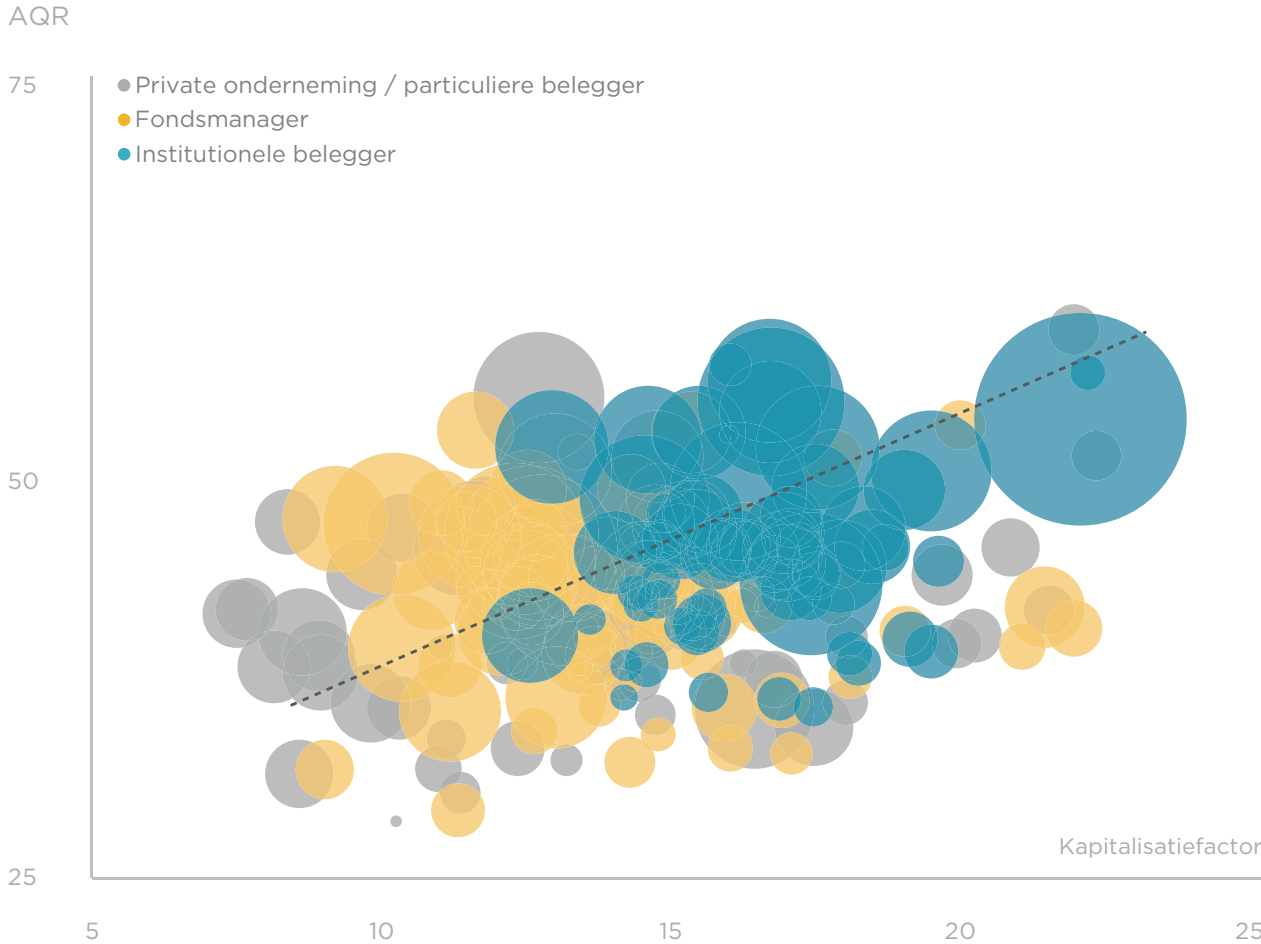
De Cushman & Wakefield Asset Quality Rating (AQR) geeft data-gedreven inzichten in de specifieke sterktes, zwaktes en optimalisatiekansen van ieder pand in Nederland en kan als kwaliteitsbenchmark worden gebruikt. Een hogere AQR-score staat gelijk aan een hogere (toekomstbestendigheid en (verhuur) potentie van het desbetreffende pand.

Belangrijke factoren hierbij zijn onder meer een hoog percentage dagelijkse retailers, hoge bezettingsgraad, sterk verzorgingsgebied en een goed energielabel. Daarnaast speelt de alternatieve aanwendbaarheid van een object een belangrijke rol wanneer het gaat om toekomstbestendigheid. Institutionele beleggers beleggen veelal in supermarkten met een hogere AQR-score.

De hoge AQR-score vertegenwoordigt een lager risico en laat veelal scherpere aanvangsrendementen zien. Uit de door Cushman & Wakefield verzamelde data is een sterke relatie te zien tussen de AQR-score en het aanvangsrendement voor supermarkten en wijkcentra.

Voor particuliere beleggers en fondsmanagers is er een minder duidelijk beeld, aangezien beide groepen diverse beleggingsstrategieën hebben. De AQR-score en het aanvangsrendement waartegen deze kopersgroepen kopen, is daardoor ook diverser.

KAPITALISATIEFACTOR NAAR ASSET QUALITY RATING



Bron: Cushman & Wakefield, 2025

03

OUTLOOK

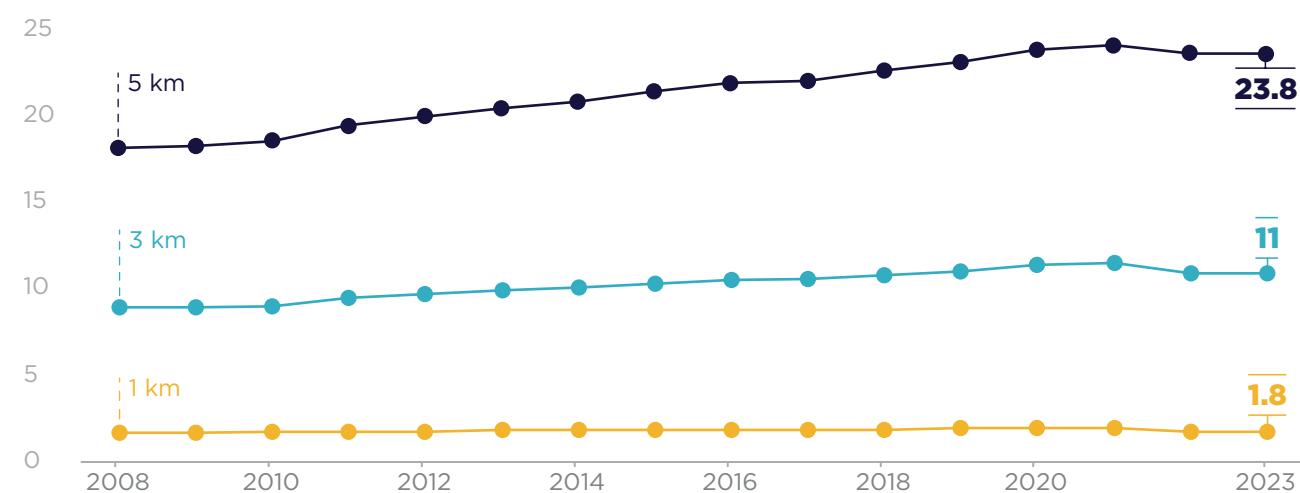
Prijstdruk voor top convenience, uitdagingen voor de middelmaat

In zowel de gebruikers- als beleggingsmarkt voor supermarkten en wijkcentra blijft de druk hoog in de zoektocht naar, en het behoud van, de beste locaties.

Door de sterke druk op winstmarges van supermarkten wordt de strijd om marktaandeel en verdere consolidatie aangewakkerd.

De huidige ontwikkelingen van de Nederlandse demografie en supermarktbranche resulteren op termijn mogelijk in een afname van het aantal supermarkten in Nederland. Hierbij is aan de nabijheid van het aantal supermarkten te zien dat na jaren van constante groei de markt nu verzadigd lijkt te zijn.

ONTWIKKELING NABIJHEID GEMIDDELD AANTAL SUPERMARKTEN IN NEDERLAND



Bron: CBS, 2025 - bewerking Cushman & Wakefield



Het behouden en verbeteren van winkels op minder sterke locaties wordt de komende tijd interessant. Hierbij moeten supermarkten niet alleen rekening houden met de winstgevendheid van een winkel op zich, maar ook welke positie en functie deze inneemt in de lokale markt en of het vastgoed waarin de winkel zich begeeft aansluit bij een duurzame toekomstige operatie. Het kan voorkomen dat weinig tot niet winstgevende supermarkten voorlopig toch behouden blijven. Strategische overwegingen, marketinginkomsten, toekomstige verbeteringen in het afzetpotentieel, of simpelweg mogelijkheden om de huidige operatie te versterken liggen hieraan ten grondslag. Voor eigenaren van het onderliggende vastgoed ligt hier de grote uitdaging. Hoeveel grip hebben zij op de onderliggende omstandigheden en hoe toekomstbestendig zijn de beleggingen die niet tot de top van de markt behoren?

De interesse van beleggers voor supermarkten en wijkcentra neemt de komende jaren naar verwachting verder toe, mits de prijsniveaus realistisch blijven in relatie tot de geboden kwaliteit. De nu actieve partijen krijgen daarbij mogelijk nog extra concurrentie van verschillende internationale beleggers die hun vizier op Nederland gericht hebben. Door relatief goedkopere financieringen die internationale beleggers aan weten te trekken, ontstaat hierdoor ook een nieuwe dynamiek binnen de beleggingsmarkt.

De ontwikkelingen in het supermarktlandschap zorgen naar verwachting voor een blijvende risico-averse benadering door institutionele beleggers en de hieraan gelieerde sterke prijstdruk op de top van het supermarkten- en wijkcentra beleggingssegment. Voor fondsmanagers en particulieren komen er kansen om in objecten die (nét) niet voldoen aan de eisen van de institutionele beleggers of in het value-add segment hun slag te slaan.

De doorgaans lange looptijd van huurcontracten van supermarkten biedt in dit geval nog perspectief voor deze beleggers, al liggen de risico's bij break- of einddata op de loer. Bij dit segment spelen de verduurzamingsopties en de samenwerking tussen supermarkt en belegger in de uitvoer een grote rol om een kwaliteitsslag te kunnen maken.

De Cushman & Wakefield Asset Quality Rating (AQR) geeft diverse beleggersgroepen middels data-gedreven inzichten de mogelijkheid om te anticiperen op de meest stabiele of meest kansrijke propositities op de winkelbeleggingsmarkt. Hiermee vertoont een hoge AQR-score een sterke correlatie met lage bruto aanvangsrendementen en dus een lage risicoperceptie. Een hogere AQR-score laat vaak een hoger bruto aanvangsrendement zien, passend bij de hogere risicoperceptie. Dit geeft beleggers in diverse convenience beleggingscategorieën een uitstekende leidraad om opvolging te geven aan hun beleggingsstrategieën.



RETAIL CAPITAL MARKETS TEAM



MICHEL BOONEN

Head of Retail

0031 (0) 6 2121 3820

michiel.boonen@cushwake.com



WILLEM VAN LAARHOVEN

0031(0) 6 2157 7214

willem.vanlaarhoven@cushwake.com



VIVIENNE CHIU

0031 (0) 6 5122 3724

vivienne.chiu@cushwake.com



THIJS VAN DEN BRINK

0031 (0) 6 1592 2133

thijs.vandenbrink@cushwake.com

OVER CUSHMAN & WAKEFIELD

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) is wereldwijd een toonaangevende adviseur in commercieel vastgoed voor vastgoedeigenaren en -gebruikers, met ongeveer 52.000 medewerkers in circa 400 kantoren verspreid over 60 landen. In 2024 realiseerde de organisatie een omzet van \$9,4 miljard met kernactiviteiten zoals asset services, leasing, capital markets, valuations en overige dienstverlening. De overtuiging Better never settles vormt het fundament van de organisatie en uit zich in een bedrijfscultuur die talloze onderscheidingen ontvangt uit de sector en het bedrijfsleven.

Meer informatie vindt u op www.cushmanwakefield.nl en via LinkedIn.

Better never settles