‘SUPERMARKTEN HEBBEN DE TOEKOMST’

Volgens Huib Boissevain, ceo en oprichter van Annexum, is de vastgoedmarkt uit balans en kent eigenaardige regionale verschillen. Binnen dit geheel lijken supermarkten en retail een blinde vlek. Vol kansen voor investeerders. Hij vertelt hoe je die kan benutten.

Albert Heijn | Lange Nobelstraat, Zierikzee

Annexum biedt vastgoedbeleggingsfondsen voor particulieren. Het bedrijf maakte een goede start bij oprichting in 2000 met hulp van de ING die het eerste fonds verkocht. In dat jaar werd ook het fiscale box-systeem gelanceerd: mooi, want dit zorgde direct voor een hoger rendement op lager belaste producten. Boissevain: ‘We positioneerden onze producten ook als zodanig, een aantrekkelijke investering. Die belofte kwam uit.’ Negentien jaar later verbaast hij zich over de vele mensen die meningen verkondigen over slimme beleggingen, zoals bijvoorbeeld te horen op de Provada, terwijl er over de niche supermarkten en retail weinig te horen is. ‘Terwijl de verhouding risico/rendement daarin juist uitermate aantrekkelijk is. Dus hebben wij daar nieuwe producten voor ontwikkeld.’

Coop | Slotlaan, Doetinchem

Jumbo | Rustenburgerpad, Oegstgeest

- TEKST *Peter van Woensel Kooy* BEELD *Peter van Aalst (portret)* -

Albert Heijn | Nieuwmarkt, Amsterdam

U VERWACHT DAT ER MET RETAIL- EN SUPERMARKTVASTGOED MEER SUCCES IS TE BEHALEN?
_ ‘De retailmarkt is wel een van de moeilijkste. Zo ongeveer elke keten is failliet gegaan. Ik zie dat eigenlijk als een correctie. Dit gebeurt omdat er allerlei ontwikkelingen vertraagd plaatsvinden in deze branche. Het distributiemodel verandert door de opkomst van digitaal en het thuiswinkelen. Dat is nog niet voorbij. Maar iedereen is nu zo negatief: “het komt nooit meer goed”. Dat is het moment om te kopen, weet ik uit de aandelenhandel! We hebben geen haast, maar letten wel goed op. Met supermarkten ligt het nog net iets anders. In deze markt is sprake van veel dagwinkels, daar kom je met andere woorden een paar keer per week. Voor je eten, voor drogisterij-artikelen et cetera. Terwijl je in kledingwinkels een of twee keer per jaar komt. Een paar keer hetzelfde truitje is oké, maar zonder ontbijt ga je de deur niet uit. Supermarkten laten stijgende omzetten zien, door aanbod van een breder assortiment. Je ziet er vaak een goede bedrijfsvoering, de prognoses zijn positief, dat gaat voorlopig niet veranderen. En vergeet niet: het marktaandeel van online is nog slechts drie procent. Overschat die impact niet...’

TERWIJL DE TOTALE MARKT IN LEVENSMIDDELEN HET AFGELOPEN JAAR ZO’N VIER PROCENT GROEIDE, IN NEDERLAND? _ ‘Precies. Online groeit wel maar zal geen echte bedreiging vormen. Picnic raapt jouw bestelling bij elkaar, dat kost arbeidskracht. In de winkel doe je dat zelf. Dat kost de retailer niks, behalve huisvesting. Onlineretailers hebben ook veel hogere distributiekosten. Zeker voor de “last mile” en als het om vers gaat, dat is echt een uitdaging voor ze. Consumenten houden bovendien een appel graag vast, voor ze hem kopen. Vlees in een envelop is ook niet alles. Kortom, de stenen winkel houdt bestaansrecht. Maar let op: 75 procent van de omzet van de retailer gaat naar inkoop van goederen. Drie procent is marge voor de retailer. Elf procent zijn personeelskosten, drie procent vervoer en drie procent huisvesting. Op deze percentages wordt geconcurreerd.’

EN DAN MELDEN PARTIJEN ALS AMAZON ZICH STRAKS OP DE NEDERLANDSE MARKT? _ ‘Ach ja. Uit deze onverwachte hoek wordt mijn verwachting juist gesteund: Amazon opent nu 300 winkels, waarschijnlijk onbemand. Het kostenverschil met online wordt kleiner. Deze ontwikkeling lijkt me vooral zorgelijk als je dochter caissière is, haha.’

WAAROM KOOPT NIET IEDEREEN SUPERMARKTEN, DAN? _ ‘Omdat de markt gedomineerd wordt door institutionele buitenlandse beleggers. En omdat het kopen van een grote portefeuille supermarkten lastig is. Je komt er niet zomaar tussen. Een supermarkt kost grosso modo twee tot vijf miljoen euro. Als je als bedrijf een half miljard wil investeren, betekent dat dus ruim

Maagjesbolwerk met onder meer Coop, MediaMarkt en Q-Park | Jufferenval, Zwolle

Aldi | Bloemenstraat, Hilvarenbeek

100 transacties. Dat kost veel tijd en moeite. En ook al zou er nu een grote institutionele belegger bij ons aankloppen om onze supermarktportefeuille over te nemen, dan zouden wij nog niet verkopen. Supermarkten zullen in de komende jaren namelijk zeker nog in waarde toenemen: het is een zeer interessante assetcategorie!'

OKÉ, WAT ZIJN DE SMAKEN? WELKE RETAILFONDSEN BIEDT ANNEXUM PRECIES? _ 'Wij hebben er meerdere gericht op retail. Ik noem hiervan ten eerste Supermarkt Fonds Nederland CV, actief sinds 2010. De 25 winkelpanden hierin, waarvan 24 supermarkten, liggen verspreid over 21 locaties in Nederland met landelijke en randstedelijke gebieden. 51 procent van de huurinkomsten komt van Albert Heijn maar ook Jumbo, Lidl, Aldi, Coop en Dirk zijn klant. We kopen nu graag de winkels erom heen, omdat we zien dat supermarkten meer meters nodig hebben. Dat komt door grotere assortimenten: vroeger had je zwarte en jasmijnthee; nu heb je zo'n 150 soorten thee. Denk ook aan bijvoorbeeld de opkomst van de speciaalbieren en extra ruimte voor beleving. Dit leidt allemaal tot meer vierkante meters. Tot eind mei loopt de emissie van Supermarkt Fonds Nederland CV. Het tweede dat ik graag bespreek is een nieuw fonds met supermarktvastgoed. Het gaat hier om een Nederlandse vennootschap die belegt in winkelobjecten in Nederland en Duitsland. De huurders zijn een mix van landelijke en regionale bekende ketens. In Duitsland is er een focus op discount-supermarkten, met iets lagere huren. Duitse winkels zijn niet te vergelijken met Nederlandse, in de provincies zie je vaak een supermarkt met wat kleintjes erom heen. In Nederland kennen we het winkelcentrum. In Duitsland begrijpen ze nu ook dat het weinig zin heeft om nieuwe winkels te bouwen als je nog geen oplossing hebt voor de oude. Kortom, een interessante markt. Kijk voor het complete overzicht op *www.annexum.nl/beleggingsfondsen*.'

IETS ANDERS. RECENT WERD BEKEND DAT DE FAMILIE BLOKKER DE STENEN HOUDT EN DE FORMULE VERKOOPT. SLIM IDEE VOLGENS U? _ 'Ik hoop dat ze het gaan redden. Mijn mening is dat de Blokker-keten kan slagen als de winkels onder leiding van Michiel Witteveen een echte verbinding weten te maken tussen online en de fysiek. Kijk, het grote verschil met de Blokker-formule en supermarkten is dat je producten van anderen in een doos ook makkelijk online kunt kopen. Tip: maak van die winkels fysieke verdeelpunten van een enorme online-operatie met een vijf keer zo groot assortiment. En maak wat je aanbiedt supersnel beschikbaar. Ik begrijp dat de familie de stenen houdt, want die gaan het wel redden. En tenslotte: onthoud dat er niet zoveel webshops zijn die winst maken.'

Huib Boissevain

WAAROM KOPEN DE SUPERMARKTEN NIET ZELF HUN EIGEN WINKELS? _ 'Neem bijvoorbeeld Ahold, dat net als Jumbo wil uitbreiden in België. Je kunt je geld maar een keer uitgeven: of door een winkel in Nederland te kopen. Of door uitbreiding over de grens. Dat laatste is meer in lijn met de bedrijfsdoelstelling en leidt voor Ahold tot meer rendement. Je ziet nu ook de opkomst van allerlei kleinere innercity-formules in binnensteden zoals AH to Go en antwoorden daarop. Dat vergt allemaal investeringen. Dan is huren meestal een goede keuze.'

'VEEL NEDERLANDERS DENKEN SNEL **DAT ZE GENOEG WETEN**'

Wat heeft bouwend Nederland met stip nodig? 'Minder regels.'

_

Wat is je favoriete stad: 'Amsterdam. Ik ben er geboren en woon er al heel lang. Het is het culturele en zakelijke centrum van Nederland. De tolerantie is een beetje kwijt, maar de originaliteit is nog overal te vinden.'

_

Wat is je favoriete Public Space? 'Museumplein, Amsterdam.'

_

Wat is je favoriete F&B-concept? 'Spirit in de Czaar Peterstraat, Amsterdam. Dat is onderdeel van een hele kleine keten met drie tentjes in Rotterdam en Amsterdam. Ze koken er heel gezond en verantwoord met een buffet waar je per gram betaalt. Ook zit er een kleine supermarkt in.'

_

Waar neem je zakenrelaties mee naar toe voor een zakenlunch of diner? 'Als je hier zit, zoals ik met Annexum, dan kom je de Zuidas niet meer af, haha. Er zit een grote variëteit aan restaurants en zaakjes. Het is gewoon te gemakkelijk.'

_

Welke innovatie gaat het verschil maken? 'De grote verandering is AI: artificial intelligence. Die gaan we overal terugzien! Van aanwijzingen hoe je je tanden poetst tot bepalen van huurprijzen van supermarkten... dat doen wij overigens al. Tot voorspellingen wanneer een huurder gaat vertrekken. Annexum is er echt mee bezig.'