

'GOEDE LOCATIES ZIJN SCHAARS'

Bureau van der Weerd doet ruimtelijk-economisch marktonderzoek voor supermarktlocaties. Ook vastgoedeigenaren en lokale overheden weten het onderzoeksbureau steeds vaker te vinden.



Jeroen van der Weerd
Bureau van der Weerd

Een bezoek aan een supermarkt is voor Jeroen van der Weerd zeker 'fun', maar het is vooral ook werk. Alle aspecten neemt hij onder de loep: binnen maar vooral buiten. Hoe liggen de toegangswegen, is er voldoende parkeergelegenheid, is de locatie goed zichtbaar? Staan er schappen leeg, nadert de houdbaarheidsdatum van levensmiddelen, zijn er veel kassa's, hoe lang zijn de rijen? Aan de hand van tal van

indicatoren meet hij of de vestiging goed loopt. Hij zoomt uit op het marktgebied en bestudeert veel 'big data' om tot een goed beargumenteerde omzetraming te komen. Aan de hand van zijn rapportage nemen zijn opdrachtgevers vaak een besluit waarmee miljoenen gemoeid zijn.

Welke locaties zijn het meest gewild?
'Voor een supermarkt zijn locaties die solitair liggen

commercieel interessant, want daar heb je vaak voldoende parkeerruimte, liggen concurrenten vaak op enige afstand en kun je vaak een grotere regio bedienen. Maar gemeenten willen juist het liefst dat formules zich in bestaande winkelgebieden vestigen om de leefbaarheid van de wijk te behouden. De grootste herstructureringsopgave ligt bij winkelcentra uit de jaren 70 tot 90 van de vorige

eeuw met supermarkten als 'ankerpunten'. Maar alle locaties zijn gewild, want de concurrentie in Nederland is enorm dankzij de vele formules. Goede locaties zijn schaars. Dus voor nieuwe vestigingspunten worden vaak enorme bedragen neergeteld.'

Heeft COVID-19 daar iets in veranderd?
'Niet echt, al vinden mensen het nu het prettiger naar een grote, ruim opgezette

supermarkt te gaan. Daar offeren supermarkten steeds vaker opslagruimte voor op. Tijdens de 'intelligente lockdown' moest iedereen thuis werken, dus ook thuis lunchen, en omdat de horeca gesloten was gingen mensen thuis consumeren, dus, hoe wrang ook voor sectoren waar het een stuk minder ging, supermarkten hebben een enorme groei doorgemaakt. Wat je nu wel meer ziet is dat locaties van detailhandel en horeca die over de kop zijn gegaan aantrekkelijk kunnen zijn als vestigingsplaats voor stadssupermarkten. Stadsconcepten zijn hot. Met een geheel eigen onderzoeksaanpak heb ik inmiddels een superspecialisatie ontwikkeld voor stadssupermarkten.'

Hoe is het nu met de ontwikkeling van het online boodschappen doen?

'Met het platform 'Supermarkt en Ruimte', dat ik in 2010 heb opgericht, doen we al vijf jaar ieder halfjaar een consumentenonderzoek naar deze ontwikkeling onder 2.500 Nederlandse huishoudens. In april hebben we het ook gedaan. Je ziet dat online enorm is aangejaagd door de lockdown. Maar online boodschappen neemt toch nog steeds maar vier procent van de totale supermarkt omzet in. Absoluut gezien neemt de online supermarkt omzet sterk toe, maar in relatieve zin wordt de toename gedempt door groei van de hele sector.'

Het in kaart brengen van een marktgebied lijkt me een ingewikkelde kwestie.

'Absoluut. Op grond van kennis als economisch geograaf en mijn ervaring

als onderzoeker grens ik een marktgebied af, de rest doet de computer met big data. Daarvoor heb ik speciaal een GIS-app laten ontwikkelen, uniek in Nederland. Met één druk op de knop krijg ik alle relevante kerndata direct in beeld. Denk aan het aantal inwoners, gemiddelde gezinsgrootte, de samenstelling van de huishoudens, doelgroepenverdeling, supermarktbestedingen per marktgebied, online afvloeiing, enzovoorts.'

Wordt je advies ook gevraagd om bestaande vestigingen te optimaliseren?

'Zeker, door die schaarste aan vestigingen kun je, als je wilt groeien, beter analyseren hoe je uit je huidige vestigingspunten meer omzet kunt halen. Ik word veel gevraagd voor doelgroepenanalyses binnen een marktgebied, zodat formules beter kunnen differentiëren naar lokale klantbehoefte. Maar de locatielkwaliteit is en blijft het belangrijkste.'

Wat is kenmerkend voor je werkwijze?

'Toewijding, objectiviteit en betrouwbaarheid. Voor diverse opdrachtgevers werk ik inmiddels al een aantal jaar als 'dedicated partner'. Een beoordeling van een locatie is altijd 100% objectief en vertrouwelijk is bij mij gegarandeerd. Dat laatste is heel belangrijk omdat opdrachtgevers je vaak marktgevoelige informatie toevertrouwen. Ik ben dan ook zo iemand aan wie oude dametjes vragen op hun bagage te letten.'

www.bureauvanderweerd.nl

ZAKELIJKE TERUGBLIK

Leukste moment: Nieuw kantoor

Mooiste project: Ontwikkeling van nieuwe GIS-applicatie bij ruimtelijk marktonderzoek voor supermarktlocaties

Beste bijeenkomst: Supermarkt vastgoedcongres

Corona: Bizarre tijden, maar gelukkig voor Bureau van der Weerd tot nu toe geen negatieve impact

Wie heeft je geïnspireerd: Diederik Gommers

Verste zakenreis: Reykjavik (dat was nog net voor de Coronacrisis)

Welke app het meeste gebruikt: What's App en LinkedIn

PERSOONLIJKE TERUGBLIK

Mooiste moment: Ontbijt met ons gezin op zondagochtend

Sportieve hoogtepunt: Finale van een tennistoernooi

Topserie Netflix: Suits

Mooiste auto: Volvo XC90

Beste tv-programma: Jinek, Zondag met

Lübach, Voetbal Inside

Vakantie: Zomerse week op Texel (dat was net Ibiza, of nog mooier zelfs)

Held: Margriet, mijn vrouw

Meest gelachen: Grapjes van Anne-Rose, Bart-Jan en Amy-Linde (mijn kinderen)

Wat maakte de meeste indruk: Impact van schoolsluiting tijdens intelligente lockdown

ZAKELIJKE VOORUITBLIK 2021

1 Wat zijn jouw plannen voor 2021?

Met Bureau van der Weerd verder groeien als dé specialist in de beoordeling van supermarktlocaties. Door verder te investeren in slimme data-analyses en veel onderzoek naar consumentengedrag in eigen beheer.

2 Grootste uitdaging?

Groot zijn door als bedrijf klein te blijven.

3 Wat staat in elk geval op de planning?

Studiereis met Supermarkt en Ruimte naar Reykjavik, Supermarkt vastgoedcongres.

4 Wat ga je komend jaar anders aanpakken?

Nóg nadrukkelijker uitgaan van mijn eigen kracht.

PERSOONLIJKE VOORUITBLIK 2021

1 Wat ga je anders doen dan in 2020?

Meer aandacht besteden aan muziek (gitaar)

2 Wat staat absoluut in je agenda?

Zomervakantie!

3 Goed voornemen?

Elk jaar weer: gezonde balans tussen werk en privé.

4 Waar ga je meer tijd en aandacht aan schenken?

Waar aan minder?

Meer tijd aan mijn vrouw, kinderen en ik hoop ook ... mijzelf.

Minder tijd aan mensen die energie kosten.