

Brancheanalyse 2019:

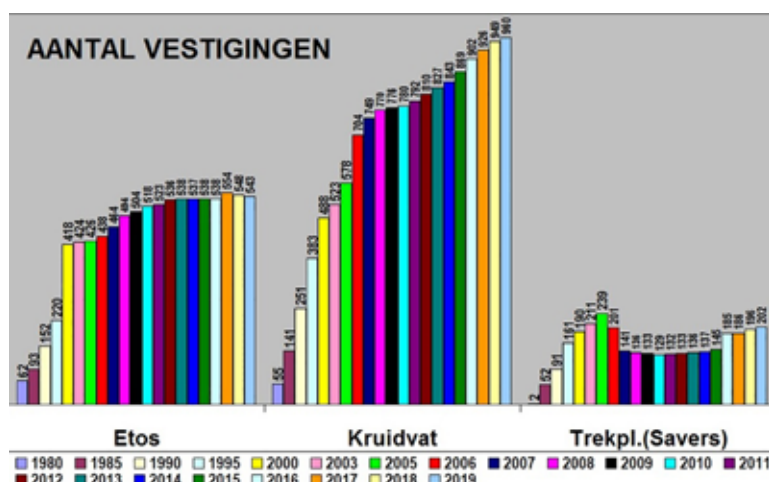
Forse groei in een moeilijke markt

Marktonderzoeker René Salimans analyseert voor het veertiende jaar op een rij voor Careality de laatste ontwikkelingen in de drogisterijbranche. Hij bekijkt dit jaar weer de ontwikkelingen van de diverse formules, verklaart waarom een te grote focus op zelfzorg niet voldoende is en gaat in op de voorraad en omloopsnelheid in de drogisterij.

Dit jaar scoren de drogisterijen tot nu toe en inclusief btw, een omzetplus van 0,8%. Wetende dat de lage btw van 6 naar 9% ging, betekent dit dat er identiek geen groei is. Want het effect van de btw op de omzet is ongeveer gelijk aan dit percentage. De parfumerieën groeien met 2,7% iets meer, wat ertoe leidt dat er voor Drug/Perfumery totaal 1,0% meer geld in de kassa's rolde.

Daling of groei?

Sinds 2004 is er jaarlijks gemiddeld minder dan 1% omzetgroei. Met een inflatie die in deze vijftien jaar iets hoger lag, is reëel dus sprake van een geringe daling in de fysieke winkels. Al met al is deze situatie toch acceptabel want alle grote formules verkopen inmiddels ook substantieel via internet en dat is niet in deze cijfers verwerkt. Als dit erbij zou worden opgeteld, dan is in deze branche sprake van forse reële groei.



Moeilijk retailland

Dat Nederland een extreem moeilijk retailland is voor deze onvolprezen branche bewezen 'locals' als V&D, Dirx, Eurodrogist, TD Drug-

stores, Crest, Portegies, Rezo, Stip, ABC en Van der Doelen. Ik vind het onvoorstelbaar hoe lichtvaardig ook vele buitenlanders hier kansloos in zijn gestapt zonder goede voorstudie. Nu wordt Hudson's Bay 'begraven', eerder deden we dat al met Marks & Spencer, Sephora, Schlecker, Savers en Boots.

Stabiel Etos

In het grootwinkelbedrijf staat Etos per saldo al jaren nagenoeg stil qua aantal winkels, zie grafiek 1.1 met als bron de jaarlijkse Nielsen poster. In 2012 waren er 536 winkels, in 2019 543. In deze periode switchten behoorlijk wat zelfstandigen naar Etos dus er zijn ook diverse Etos-winkels gesloten. Tegenwoordig is Etos terecht zeer streng bij het accepteren van franchisers. Een weekomzet van rond €20.000 moet haalbaar zijn, anders beginnen ze er niet eens aan. In het verleden was de Ahold-dochter 'hongeriger' en dus minder kritisch. Met als gevolg dat er nu behoorlijk wat Etos-zaken zijn die marginaal draaien, ik schat in dat er nog meer zullen moeten sluiten. De 'fee' van Etos is veel hoger dan die van NDS. Tegenwoordig kan men ook key account-data kopen per formule. Ik heb hier via leveranciers vrij breed zicht op en mijn conclusie is globaal dat Etos totaal qua omzet ongeveer stabiel is. Met een stabiel aantal winkels is dus ook de omzet per Etos ongeveer gelijk. Ik ben benieuwd hoe hun aandeel zich ontwikkelt met de recente overname van de online gezondheidsplatformen van Solvo...

Kampioen Kruidvat

Kruidvat blijft de kampioen van de nieuwvorming. De grafiek laat een indrukwekkende trend zien. Hanteren we dezelfde twee jaren als bij Etos, dan waren er 810 deuren in 2012 en 960 in 2019. Het is erg interessant te zien dat Kruidvat in diverse groepen per winkel een vergelijkbare omzet heeft als Etos. Voorbeelden: gelaatsverzorging, gelaatsreiniging, zonnebrandcrème en hand/body crème/milk. Er zijn groepen waar Etos het per zaak beter doet dan Kruidvat: damesgeuren, vitamines/mineralen en lippenpommade. En er zijn groepen waarin Kruidvat veel beter scoort dan Etos zoals deo, bad/douche en

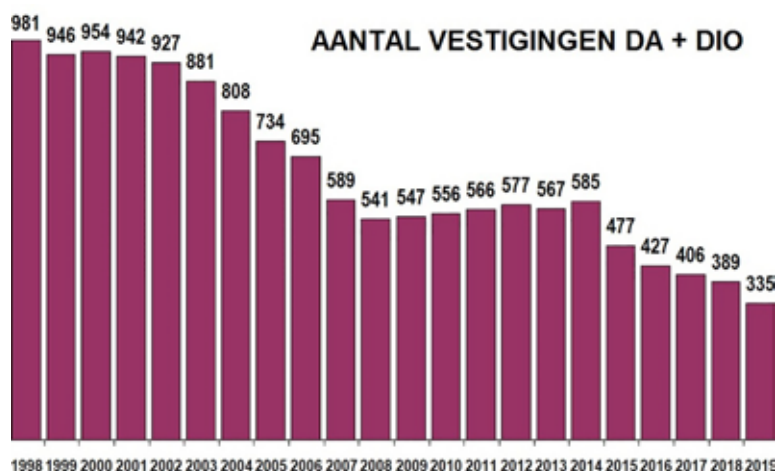


FOTO: CLICKART

shampoo. De totale omzet van Kruidvat stijgt, maar dat is logisch gezien de uitbreiding. Per zaak is er ook een beetje groei en dat is zeer knap want nieuwe zaken komen steeds meer in elkaars verzorgingsgebied! Kruidvat gaat zeker de 1.000 winkels halen en dat zal nog meer zelfstandigen pijn gaan doen!

Trekpleister op oorlogspad

Trekpleister had in 2012 133 deuren, nu 202. Er is meer winkelgroei dan alleen de overname van Dirx dus naast Kruidvat is AS Watson ook op het oorlogspad met Trekpleister. In voorgenoemde groepen behaalt de gemiddelde Trekpleister per zaak globaal slechts de helft van de omzet van een gemiddelde Kruidvat. Per winkel is in genoemde groepen de omzet iets lager dan drie jaar geleden. Het blijft verrassend (en duur!) dat AS Watson nog altijd werkt met twee drogisterijformules.



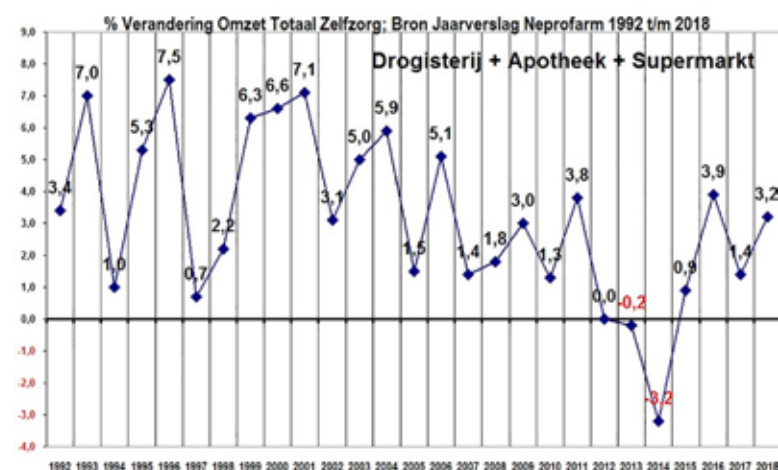
DA: smalle basis?

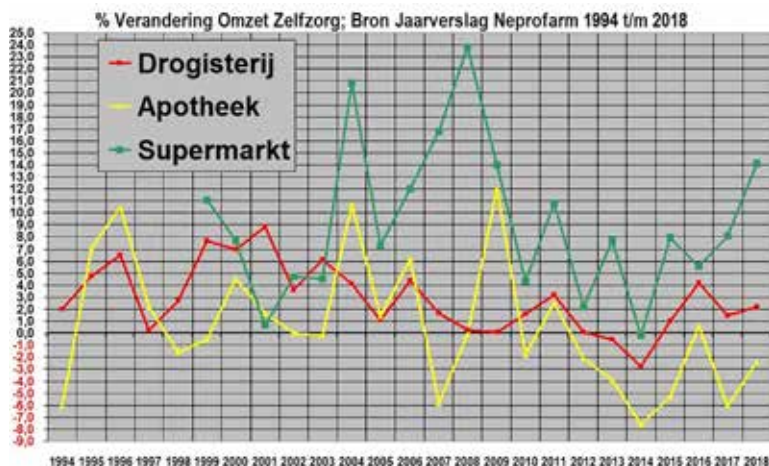
Bij NDS zijn alle kaarten ingezet op DA. In grafiek 1.2 is te zien dat er nu samen met D.I.O. 335 deuren zijn waarvan in periode 9, 2018 nog 64 als D.I.O.-winkel. Er zijn 25 zaken overgestapt naar Care & Beauty, wat helaas nog meer versplintering onder de zelfstandigen met zich mee-

“Een geringe omzetsdaling in de winkel, maar inclusief online verkoop forse groei”

brengt. Care & Beauty kondigde medio vorig jaar al de afsplitsing aan met ongeveer hetzelfde aantal leden als nu, dus deze formule blijft voorlopig stabiel qua aantal deuren. Dan is er nog Uw Eigen Drogist, daarvan waren in 2012 80 zaken, nu nog 4. NDS kiest met name voor gezondheid, ik heb via mijn columns in Careality voldoende kenbaar gemaakt dat ik dit een veel te smalle basis vind. Recent las ik in vakblad Retailtrends een interview met Ruud van Munster, ik citeer: “Zo kun je straks een abonnement op een gezondheidscheck afsluiten. Of een afspraak met een lifestylecoach of diëtist maken. Twaalf keer per jaar de bloeddruk meten of zes keer je cholesterol. Dat zorgt voor een regelmatige terugkeer van klanten”. Dit gaat naar mijn mening echt niet massaal gebeuren en zal zeker niet helpen om voldoende ‘traffic’ te genereren!

>>





Ontwikkeling zelfzorg

Laat ik mijn mening over de smalle basis van NDS of DA onderbouwen. Neprofarm rapporteerde over 2018 voor zelfzorg bij drie kanalen een consumentenomzet van slechts €753 miljoen met een groei van 3,2%. Dit binnen een totale omzet van Drug/Perfumery van €4,3 miljard. In grafiek 2.1 is te zien dat de groei van 3,2% uitzonderlijk goed is, maar bedenk daarbij dat in 2018 de griep extreem heftig en lang was! Trek een denkbeeldige lijn door alle percentages in de grafiek en zie dat de groei steeds lager is. De groei bij supermarkten is al een lange tijd heel hoog, maar in 2018 is de zelfzorgomzet slechts €107 miljoen op een totale jaaromzet van exact €40 miljard. Van deze omzet zit €36 miljoen in 'producten voor luchtwegen' (2018 +19% groei) en €25 miljoen in 'producten tegen pijn' (+14%). Voor apotheken is zelfzorg nog steeds van zeer weinig belang. Ondanks dat er in 1992 1500 openbare apotheken waren en in 2018 1982 zien we een zeer slechte curve. Neprofarm geeft voor 2018 een consumentenomzet aan van €62 miljoen. Voor de meeste NDS-zaken (die vaak niet op A1-locaties liggen!) is het verzorgingsgebied veel te klein voor een te grote focus op gezondheid. Nu DA door de overstap van D.I.O. weer wat meer 'smoel' heeft dan een paar jaar geleden, zal de formule samen met leveranciers terrein terug moeten winnen in 'mass'. In vitamines/mineralen heeft de gemiddelde DA/DIO-winkel een omzet die vergelijkbaar is met de gemiddelde Kruidvat, maar die omzet ligt lager dan bij een gemiddelde Etos. In de overige supplementen scoort de gemiddelde DA/DIO beter dan Etos en veel beter dan Kruidvat. Maar bij een productgroep als deodorant doet DA/DIO per zaak 1/8 van Kruidvat, bij shampoo 1/9, anti zonnebrand 1/4 en bad/douche 1/3. DA/DIO heeft

per zaak 1/9 van de omzet van shampoo van Kruidvat. Daar het totaal aantal zaken ook rond 1/3 van Kruidvat is scoort DA/DIO totaal globaal slechts 1/27 van de omzet van shampoo die Kruidvat heeft.

Meer rust in de parfumerie

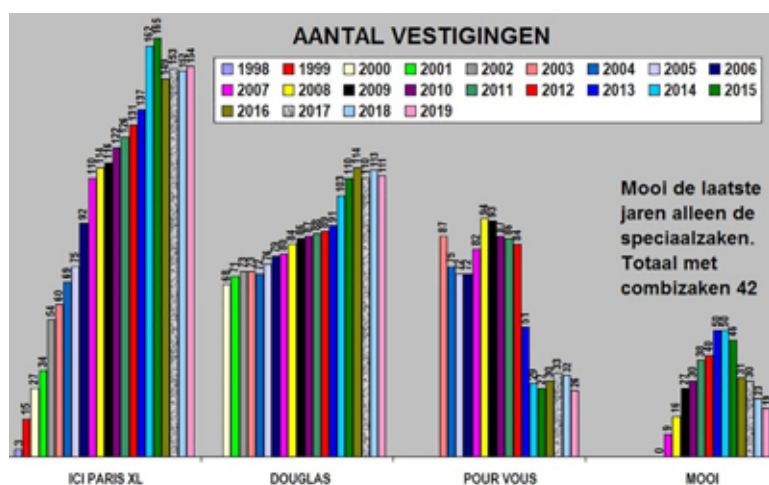
Als we kijken naar de ontwikkelingen in de parfumerie (grafiek 3.1), dan zien we bij **ICI Paris XL** in 2016 een deuk in het aantal winkels door de sluiting van V&D. Daarna is er weer groei, maar die is gering vergeleken met de jaren ervoor. Het is duidelijk dat AS Watson niet vooruitkomt met **Pour Vous** en zelfs terugloopt. In 2017 waren er 33 deuren, nu zie ik op de website nog maar 25 adressen - waarvan veel combizaken. Het is inmiddels meer dan vijf jaar geleden dat Pour Vous werd overgenomen door AS Watson, de positie is marginaal. Zeker vergeleken met het aantal winkels voor de overname! Hoeveel bestaansrecht heeft Pour Vous? **Douglas** kreeg in 2014 een impuls toen zij met franchise begonnen, maar de laatste jaren is er enige erosie en het aantal franchisers is bescheiden gebleven. Om onbegrijpelijke redenen is Nielsen bij haar data een paar jaar geleden bij **MOOI** overgestapt van rapportering van het aantal speciaalzaken + combizaken naar alleen de speciaalzaken, daarvan zijn er in 2019 nog 19. Nemen we ook de combizaken mee, dan is de score 42. Vreemd dat Nielsen met MOOI anders omgaat dan met Pour Vous, nog vreemder is dat zij Pour Vous een paar jaar geleden hebben overgeheveld naar filiaalbedrijven. Zowel MOOI als Pour Vous zijn zelfstandigen! Al met al laten de vier formules samen zien dat het rustiger is geworden in parfumerieland.

Overige formules

Holland & Barrett blijft verwonderen in de expansie, in 2009 (toen nog De Tuinen) waren er 68 deuren, daarna volgde de opmars naar 181 deuren in 2016. In 2017 en 2018 gebeurde niet veel en in 2019 was er weer groei naar 189 winkels. **Drogist Bewust Beter** van Unipharma en **Gezond & Wel**, beiden gelieerd aan UniPharma opereren met ongeveer 100 zaken. Het zijn vrij gesloten organisaties die best wat meer zichtbaarheid zouden kunnen nastreven want ze hebben inmiddels een vrij aanzienlijk deel van de markt in handen. **Bewustwinkelen.nl** van Holland Pharma kende een stormachtige groei van 312 ophaalpunten en winkels in 2014 naar 525 in 2017. In 2018 bleef dit aantal gehandhaafd om in 2019 terug te vallen naar 508. Dit heeft ongetwijfeld te maken met de vele sluitingen.

Zelfstandigen op de juiste plek

Er valt qua formules nog steeds wat te kiezen voor de zelfstandigen. Opvallend is dat de markt het eerst eens zou moeten worden over hoeveel winkels we nu eigenlijk spreken. Nielsen noteert in haar data over 2018 1.026 deuren, inclusief de parfumerie. IQVIA (voorheen IMS) spreekt over slechts 672 drogisterijen. Het enige verschil is de parfumerie en dat zijn er niet zoveel, dus dat kan nooit het verschil verklaren! Bij de keuze voor een formule zou een zelfstandige zich mede moeten laten leiden door zaken als 'hoe reageert de bank op die formule', 'hoeveel personen melden zich bij een vacature' en zelfs 'hoeveel goodwill is de zaak waard'. Dat laatste feit was voor de zelfstandige tien jaar geleden nog een belangrijke variabele, de meesten hebben het nu echter afgeschreven. Maar een zelfstandige op de juiste plek met de juiste formule is zeker nog goodwill waard!



Voorraad en omloopsnelheid

Ik heb bij Nielsen ooit een studie gedaan naar de verkopen in drogisterijen per item in stuks per week. Met meer dan 10.000 verschillende EAN-codes die de gemiddelde drogisterij in voorraad heeft, was de ontluisterende uitkomst dat van slechts 3% van het aantal items er meer dan 10 per week werden verkocht, 16% van de voorraad deden er 2 tot 10, van 11 % gingen er 1 of 2 van de plank en 70% van het aantal in voorraad zijnde EAN's werden er minder dan 1 per week verkocht. Dat was het totale gemiddelde van grootwinkelbedrijf en zelfstandigen, en die score was met zekerheid veel slechter bij de zelfstandigen. Ik denk dat er sindsdien niet veel veranderd is bij de zelfstandigen. De afgelopen jaren heb ik bij meer dan honderd zelfstandigen een vestigingsplaatsonderzoek gedaan. Daarin besteedde ik veel aandacht aan de zakencijfers van een winkel. Omloopsnelheid, het aantal keer per jaar dat de voorraadwaarde wordt verkocht, is daarbij een heel belangrijk kengetal. Het totale dramatische gemiddelde bij de zelfstandige drogist ligt momenteel rond de 2,5 tot 3. Een recent voorbeeld: een DA-winkel had in 2018 een jaaromzet met btw van €566.857 en er stond een voorraad van €244.973. Dus de omloopsnelheid was 2,3. In 2017 was deze nog 2,5. Een ander voorbeeld van DA: omzet €816.593, voorraadwaarde €293.626 dus omloopsnelheid 2,8 (het jaar ervoor 2,4!). Ik heb een aantal jaren geleden een combizaak gekend (met ook de topmerken als Chanel en Dior) die bij de CREST-groep zat met een omzet van €2,3 miljoen en een voorraadwaarde van €1 miljoen... Dan twee actuele Etos voorbeelden: nr. 1 had een omzet van €1.394.000, voorraad €241.667 en een omloopsnelheid van 5,8. Nr. 2 een omzet van €1.230.000, voorraad €208.333, omloopsnelheid 5,9. Ik hoef niet uit te leggen dat deze Etos een gezondere exploitatie hebben.

Detailoverzichten

De meeste zelfstandigen doen helaas niets met detailcijfers, ze weten vaak niet eens hoe ze iets moeten oproepen in Cocosoft, Valk of Micro-cash (echt waar!). Bij Etos worden de meeste ondernemers wekelijks vanuit het hoofdkantoor per e-mail voorzien van waardevolle detailoverzichten. Zo weet ik van twee Etos-winkels dat van de voorraad 67% 0 tot 3 maanden aanwezig is, 15% 3 tot 6 maanden, 6% 7 tot 9 maanden, 4% 10 tot 12 maanden, 5% 1 jaar of langer en 3% was niet te bepalen. Voor beide Etos-winkels waren deze cijfers nagenoeg identiek.

Out of stock

Bij de zelfstandigen bestaan veel meer 'out of stocks' dan bij het grootwinkelbedrijf. De eerste reden is dat velen nooit iets analyseren, een tweede reden dat veel ondernemers er simpelweg niet voldoende scherp op zijn en helaas is een laatste reden dat er vaak zo'n enorm tekort aan cash bestaat dat ze niet op tijd voldoende kunnen bestellen. Ik snap heel goed dat bij meer dan 10.000 EAN's out of stock op de loer ligt, maar vang dat dan in ieder geval op door een top 100 EAN's te bepalen en daarvoor iemand verantwoordelijk te maken die er wekelijks (!) scherp op toeziet dat deze altijd op tijd worden aangevuld! Recent kreeg ik bijvoorbeeld een vraag van een ondernemer die zijn zaak ging verkopen. Hoe moest hij de over te dragen voorraadwaarde bepalen, die deels incourant is? Ik heb die vraag uitgezet bij een twintigtal ondernemers die ik hoog heb zitten en was verrast over wat daar uitkwam. Het ontbreekt aan ruimte om daar nu op in te gaan, ik behandel dit in mijn volgende column. ■

Reageren? rene@salimansconsultancy.nl



Natuurlijk, met ondersteuning van jou en eye q

Equazen eye q is een bijzonder voedingssupplement dat op eenvoudige wijze zorgt voor de evenwichtige inname van omega 3- en 6-vetzuren. Een belangrijke bouwsteen voor de hersenen is bijvoorbeeld DHA¹.

Precies de juiste balans tussen EPA, DHA en GLA speelt een belangrijke rol. Dat heeft jarenlange ervaring geleerd.

Equazen eye q heeft een compleet assortiment producten voor elke levensfase.



Ga voor meer informatie naar: www.curasense.com/eyeq

¹Het gunstige effect wordt verkregen bij dagelijkse inname van 250 mg DHA.

De specifieke samenstelling van vetzuren is de laatste jaren regelmatig in het nieuws geweest. En nog steeds! Meer weten? Neemt u dan contact op, wij informeren u graag!

De **slimme formule** met omega 3- & 6-vetzuren uit visolie & teunisbloemolie