

Cijfers

Samenvatting

De slijterijen realiseerden in 2006 bijna 3% minder omzet dan in 2005. In de bestedingen aan alcoholhoudende drank hebben de slijterijen een marktaandeel van 28%.

Volgens het CRK zijn in de slijtersbranche 1.493 ondernemingen actief, die in totaal ruim 2.200 vestigingen exploiteren. Daarnaast zijn er circa 400 caféhouders met een slijtersvergunning.

Naar verhouding zijn in Friesland de meeste slijterijen gevestigd. Flevoland kent de laagste dichtheid. Naar gemeentegrootte tellen de kleinste gemeenten (minder dan 10.000 inwoners) verhoudingsgewijs de meeste slijters. Dat geldt overigens ook voor de detailhandel als geheel.

Alle cijfers printen en opslaan

U kunt de gegevens die vermeld staan onder 'Cijfers' (menu links op het scherm) ook in een keer downloaden of printen via onderstaande knoppen. U mag deze gegevens gebruiken in andere publicaties als u als bron duidelijk vermeldt:

www.hbd.nl

Omzet en exploitatie

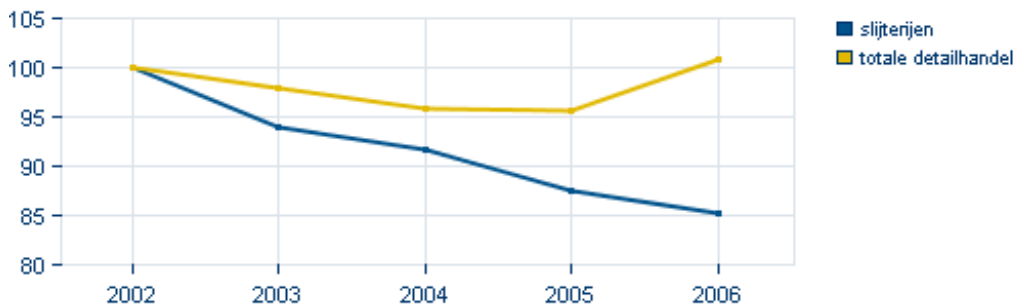
- [Omzet in Nederland](#)
- [Omzet in West-Europa](#)
- [Omzetkengetallen](#)
- [Exploitatiebeeld](#)

Omzet in Nederland

De slijterijen realiseerden in 2006 bijna 3% minder omzet dan in 2005. Dit betreft alleen de slijterijen die géén onderdeel zijn van een supermarkt; helaas rekent het CBS de slijterijen die dat wel zijn niet tot de branche. Het gemiddelde prijsniveau daalde met ruim 4%. Het verkochte volume nam toe met 1,5%.

In het tweede kwartaal van 2006 was nog sprake van een kleine omzettoename van 1,3%. Er gingen toen bijna 6% meer producten over de toonbank dan in dezelfde periode een jaar eerder. In de overige kwartalen van 2006 zat de branche echter in de min. Het laatste kwartaal, met de belangrijke feestmaand december, sloten de slijterijen gezamenlijk af met bijna 5% minder omzet.

Omzetontwikkeling slijterijen (exclusief slijterijen die onderdeel zijn van een supermarkt) t.o.v. totale detailhandel (2002 = 100)
Bron: CBS

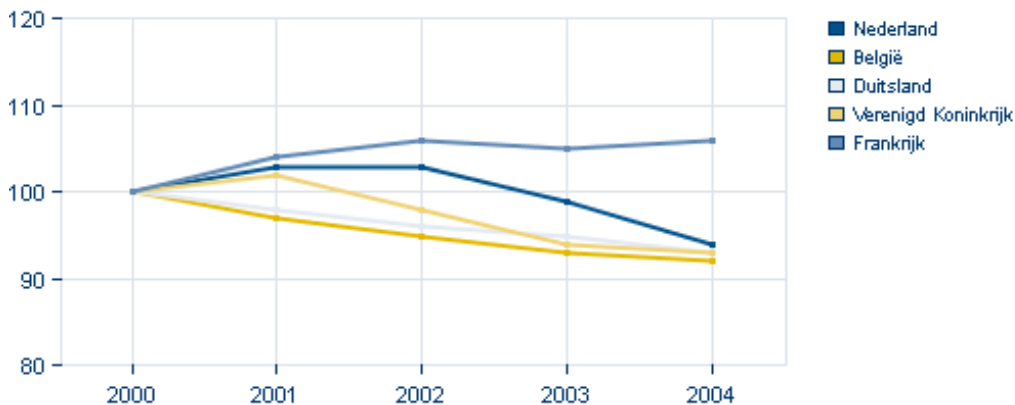


(Bijgewerkt 01 June 2007)

Omzet in West-Europa

Voor vrijwel alle West-Europese landen geldt dat de omzet van speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen in 2004 lager was dan in 2000. Frankrijk vormt hierop een uitzondering. Onder de speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen vallen niet alleen slijterijen, maar ook groentezaken, slagerijen, snoep- en chocolateriezaken en dergelijke.

Voor meer informatie, zie de HBD-uitgave '[Omzetontwikkelingen in de Europese detailhandel](#)'.



(winkels in agf, vlees & vleeswaren, wild & gevogelte, vis, chocolade & suikerwerk, dranken, tabak, kaas en natuurvoedings- en reformartikelen)
(Bijgewerkt 01 September 2006)

Een vergelijking van voorgaande twee figuren leert dat de slijterijen in Nederland een positievere omzetontwikkeling realiseerden dan de totale categorie van speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen.

Omzetcijfers

	kleinbedrijf	midden- en grootbedrijf	totale branche
netto-omzet (per winkel)	423.900	1.098.900	665.500
omzet in de winkel (per winkel)	414.100	698.200	515.900
omzet in de winkel per m2 wvo	5.700	6.800	6.180
netto-omzet per fte	482.800	357.000	399.800
omzetsnelheid	4.5	7.3	5.4

De netto-omzet is de totale omzet uit verkoop aan consumenten, bedrijven en instellingen vanuit de winkel en via andere kanalen. De omzet in de winkel betreft alleen de omzet uit verkoop aan consumenten vanuit de winkel. Ondernemingen met minder dan 10 werkzame personen worden tot het kleinbedrijf gerekend.

Exploitatiebeeld

	kleinbedrijf	midden- en grootbedrijf	totale branche
netto-omzet			100%
inkoopwaarde			75%
brutowinst			25%
kosten:			23%
- <i>personeelskosten</i>			11%
- <i>huisvestingskosten</i>			4%
- <i>verkoopkosten</i>			2%
- <i>overige kosten</i>			6%
bedrijfsresultaat			2%

De personeels- en huisvestingskosten verschillen sterk per bedrijf. De personeelskosten worden onder andere beïnvloed door de rechtsvorm: een BV of NV rekent het ondernemersloon tot de personeelskosten, terwijl bij een eenmanszaak het ondernemersloon onderdeel is van het bedrijfsresultaat. De huisvestingskosten zijn afhankelijk van de eigendomsverhouding: een eigen pand brengt veelal andere kosten met zich mee dan een gehuurd pand.

Bestedingen en marktaandelen

Dit hoofdstuk behandelt de consumentenbestedingen aan drank en de marktaandelen in de diverse winkeltypen. Allereerst komen de cijfers voor het totaal aan bod, daarna de verschillende soorten alcoholhoudende dranken.

- > Dranken (totaal)
- > Bier en malt
- > Gedistilleerd
- > Wijn en overig

Dranken (totaal)

In 2005 gaven consumenten in Nederland ruim € 4,5 miljard (inclusief BTW) uit aan drank. Mineraalwater & frisdrank en dergelijke vormden de grootste bestedingsgroep (bijna € 1,4 miljard). Bier en malt waren goed voor ruim € 1,2 miljard en gedistilleerd voor € 628 miljoen. Aan wijn en overig besteedden consumenten € 1,3 miljard.

	bestedingen (mln)		
		per huishouden	per hoofd
mineraalwater, frisdrank e.d.	€ 1.396	€ 196	€ 86
bier en malt	€ 1.227	€ 172	€ 75
gedistilleerd	€ 628	€ 88	€ 38
wijn en overige alcoholische dranken	€ 1.300	€ 182	€ 80
dranken totaal	€ 4.551	€ 639	€ 279

In de markt van alcoholhoudende drank hadden supermarkten een aandeel van 64%. Slijterijen namen 28% voor hun rekening, wat uiteraard vooral is te danken aan de verkoop van gedistilleerd.

	marktaandeel
supermarkten	64 %
slijterijen	28 %
overig	8 %
totaal	100 %

Bier en malt

Aan bier en malt gaven consumenten in totaal ruim € 1,2 miljard (inclusief BTW) uit. Supermarkten hadden daarin een marktaandeel van 89%.

	bestedingen (mln)	per huishouden	per hoofd
bier en malt	€ 1.227	€ 172	€ 75

	marktaandeel
supermarkten	89 %
slijterijen	7 %
overig	4 %
totaal	100 %

Gedistilleerd

Aan gedistilleerd gaven consumenten € 628 miljoen (inclusief BTW) uit. De slijterijen waren goed voor 81% van de omzet in gedistilleerd. De verkoop van gedistilleerd in supermarkten (11%) betreft verkoop in slijterijen, die onderdeel zijn van een supermarkt. Gedistilleerd mag alleen verkocht worden door ondernemers met een daartoe wettelijk verplichte vergunning. De overige 8% is uitgegeven in de groothandel en door Nederlanders die tijdelijk in het buitenland waren.

	bestedingen (mln)	per huishouden	per hoofd
gedistilleerd	€ 628	€ 88	€ 38

	marktaandeel
slijterijen	81 %
supermarkten	11 %
overig	8 %
totaal	100 %

Wijn en overig

Aan wijn en overig gaven consumenten € 1,3 miljard (inclusief BTW) uit. 65% daarvan kwam voor rekening van supermarkten.

	bestedingen in mln		per huishouden	per hoofd
Wijn en overig	€ 1.300		€ 182	€ 80

	marktaandeel
slijterijen	22 %
supermarkten	65 %
overig	13 %
totaal	100 %

Ontwikkeling waarde, prijs en volume

In de figuren in dit hoofdstuk is te zien welke ontwikkelingen zich hebben voorgedaan in waarde, prijs en volume van drank. Het peiljaar is 2000. De ontwikkeling in waarde geeft aan hoeveel consumenten in totaal meer of minder aan het desbetreffende product hebben besteed ten opzichte van 2000. De waarde-ontwikkeling is een optelsom van de prijs- en volume-ontwikkeling.

De genoemde cijfers in dit hoofdstuk hebben betrekking op de totale bestedingen aan alcoholhoudende drank. De omzetcijfers in het hoofdstuk 'Omzet en exploitatie' gaan daarentegen alleen over slijterijen.

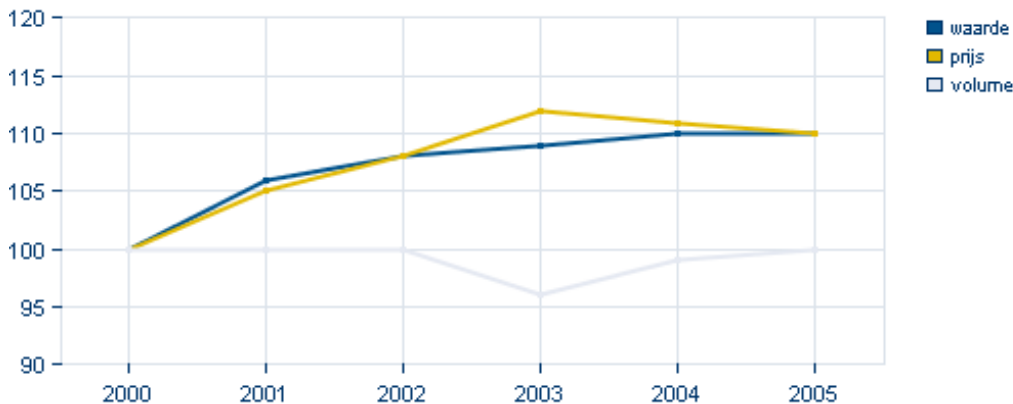
- Alcoholhoudende drank (totaal)
- Bier en malt
- Gedistilleerd
- Wijn en overig

Alcoholhoudende drank (totaal)

Het blijkt dat in 2005 de uitgaven aan alcoholhoudende drank geleidelijk zijn gestegen met 10% ten opzichte van 2000. De prijzen zijn met eenzelfde percentage toegenomen. Het verkochte volume was in 2005 na een lichte daling in 2003 even groot als in 2000. Het volume is gemeten in de consumentenprijzen van 2000, waardoor het effect van prijsveranderingen wegvalt.

Ten opzichte van 2004 waren de bestedingen aan alcoholhoudende drank 0,5% groter. Het verkochte volume was bijna 0,9% groter. Het prijsniveau was 0,3% lager.

Ontwikkeling in waarde, prijs en volume van alcoholhoudende drank (totaal) (2000 = 100)
Bron: HBD Bestedingen en Marktaandelen



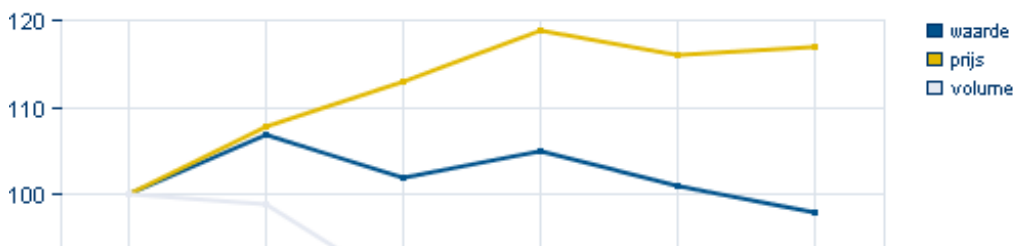
(Bijgewerkt 01 September 2006)

Bier en malt

De uitgaven aan bier en malt waren in 2005 ongeveer 2% lager dan in 2000. Dat is geheel te wijten aan het feit dat het verkochte volume is afgenomen; in 2005 is 19% minder bier en malt over de toonbank gegaan dan in 2000. Het gemiddelde prijsniveau is met 17% gestegen.

Ten opzichte van 2004 waren de bestedingen aan bier en malt ruim 3% lager, ondanks een lichte prijsstijging. Het verkochte volume van het bier en malt was enkele procenten kleiner.

Ontwikkeling in waarde, prijs en volume van bier en malt (2000 = 100)
Bron: HBD Bestedingen en Marktaandelen





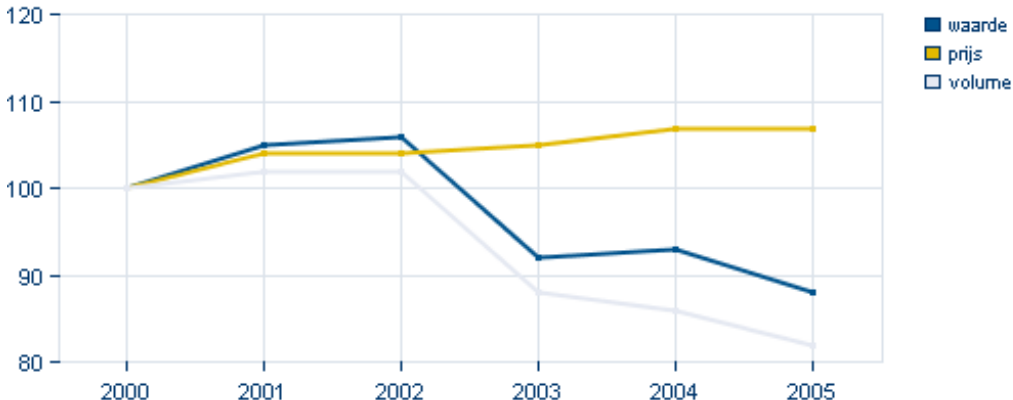
(Bijgewerkt 01 September 2006)

Gedistilleerd

De bestedingen aan gedistilleerd lagen in 2005 12% lager dan in 2000. Ook dat is het gevolg van een verminderde verkoop. Het verkochte volume was namelijk 18% kleiner dan in 2000. De prijzen zijn met ongeveer 7% toegenomen.

Ten opzichte van 2004 gaven consumenten 5% minder uit aan gedistilleerd. Die ontwikkeling is vrijwel geheel te dank aan een daling van het verkochte volume. De prijzen bleven nagenoeg even hoog.

Ontwikkeling in waarde, prijs en volume van gedistilleerd (2000 = 100)
Bron: HBD Bestedingen en Marktaandeel



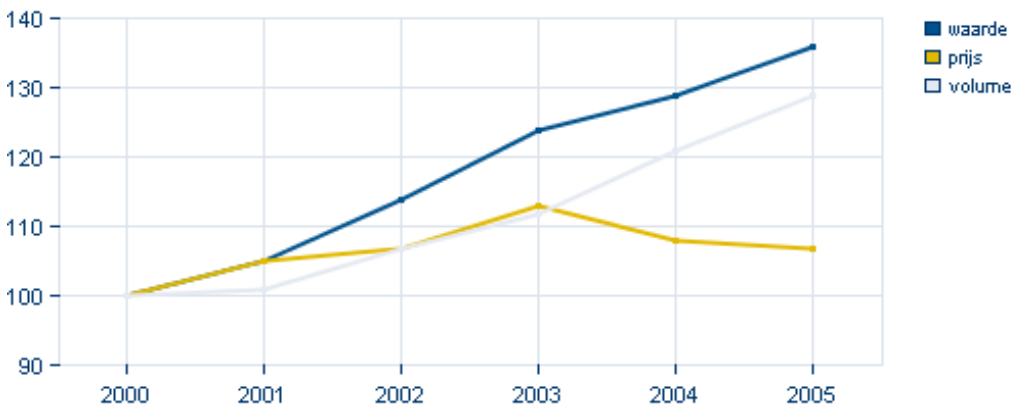
(Bijgewerkt 01 September 2006)

Wijn en overig

In tegenstelling tot de uitgaven aan bier, malt en gedistilleerd zijn die aan wijn en overig de afgelopen jaren flink toegenomen. In 2005 is hieraan ruim een derde meer uitgegeven dan in 2000. De gemiddelde prijsstijging van 7% heeft daaraan voor een klein deel bijgedragen. De belangrijkste oorzaak van de bestedingsgroei is de toename van het verkochte volume (29%).

Ten opzichte van 2004 waren de bestedingen bijna 6% groter. Het verkochte volume nam met 7% toe, terwijl de prijzen gemiddeld met 1% daalden.

Ontwikkeling in waarde, prijs en volume van wijn en overig (2000 = 100)
Bron: HBD Bestedingen en Marktaandeel



(Bijgewerkt 01 September 2006)

Ondernemingen en vestigingen

Dit hoofdstuk behandelt het aantal ondernemingen en vestigingen in Nederland en de geografische spreiding ervan.

- > Aantallen
- > Winkelvloeroppervlakte en locatietype
- > Spreiding naar provincie
- > Spreiding naar gemeentegrootte

Aantallen

Volgens het Centraal Registratie Kantoor (CRK) telt de slijtersbranche 1.493 ondernemingen. Zij exploiteren in totaal ruim 2.200 vestigingen. Daarnaast zijn er circa 400 caféhouders met een slijtersvergunning. Sinds 2000 is het aantal slijters licht teruggelopen.

	2003	2004	2005	2006	2007
aantal ondernemingen	1.585	1.602	1.543	1.519	1.493
aantal winkels	2.383	2.338	2.285	2.277	2.221

Winkelvloeroppervlakte en locatietype

De gemiddelde winkelvloeroppervlakte (wvo) van slijterijen bedraagt 72 vierkante meter.

	slijterijen	totale detailhandel
verspreide bewinkeling	64	310
grootschalige concentratie	67	1307
ondersteunende winkelcentra	80	166
hoofdwinkelcentra	72	178
totaal	72	233

Slijters bevinden zich in verhouding tot de totale detailhandel veel in ondersteunende winkelcentra; 31% van de winkels in de branche is daar gevestigd, tegenover 21% van de totale detailhandel. In totaal bevindt ruim driekwart van de slijters zich in hoofd- en ondersteunende winkelcentra.

	slijterijen	totale detailhandel
verspreide bewinkeling	23%	26%
grootschalige concentratie	1%	2%
ondersteunende winkelcentra	31%	21%
hoofdwinkelcentra	46%	51%
totaal	100%	100%

Spreiding naar provincie

Circa 20% van de slijters is gevestigd in Zuid-Holland. Dat is niet opvallend veel, omdat in deze provincie ongeveer een vijfde deel van de bevolking woont. Rekening houdend met het aantal inwoners valt de provincie Friesland op. Daar zijn naar verhouding de meeste winkels gevestigd (ongeveer 4.100 inwoners per winkel). Flevoland heeft het kleinste aanbod, namelijk 9.000 inwoners per vierkante meter. Ook gemeten in winkelvloeroppervlakte is het aanbod daar klein.

	inwoners	winkels	m ² wvo per winkel	inwoners per winkel	inwoners per m ² wvo
Drenthe	485.118	106	55	4.577	84
Flevoland	372.235	42	66	8.863	133
Friesland	641.662	155	52	4.140	80
Gelderland	1.975.950	350	67	5.646	84
Groningen	572.518	119	68	4.811	71
Limburg	1.129.613	136	95	8.306	88
N.-Brabant	2.416.470	314	81	7.696	96
N.-Holland	2.607.746	456	72	5.719	79
Overijssel	1.114.941	199	68	5.603	82
Utrecht	1.184.110	185	74	6.401	86
Zeeland	380.409	86	60	4.423	74
Z.-Holland	3.455.226	542	79	6.375	81
Totaal	16.335.998	2.690	72	6.073	84

Spreiding naar gemeentegrootte

In de kleinste gemeenten (minder dan 10.000 inwoners) zijn verhoudingsgewijs de meeste slijters gevestigd (dat geldt overigens ook voor de detailhandel als geheel). Het gaat om gemiddeld 580 inwoners per winkel en 11 inwoners per vierkante meter winkelvloeroppervlak. Ter vergelijking: in de grotere gemeenten is de dichtheid veel lager. Hier zijn gemiddeld rond de 100 inwoners per vierkante meter.

	inwoners	winkels	m ² wvo per winkel	inwoners per winkel	inwoners per m ² wvo
< 10.000	486.999	839	51	580	11
10.000 tot 50.000	7.799.464	882	83	8.843	107
50.000 tot 100.000	2.914.077	331	83	8.804	106
100.000 tot 175.000	2.281.177	253	80	9.017	112
> 175.000	2.854.281	385	81	7.414	92
totaal	16.335.998	2.690	72	6.073	84

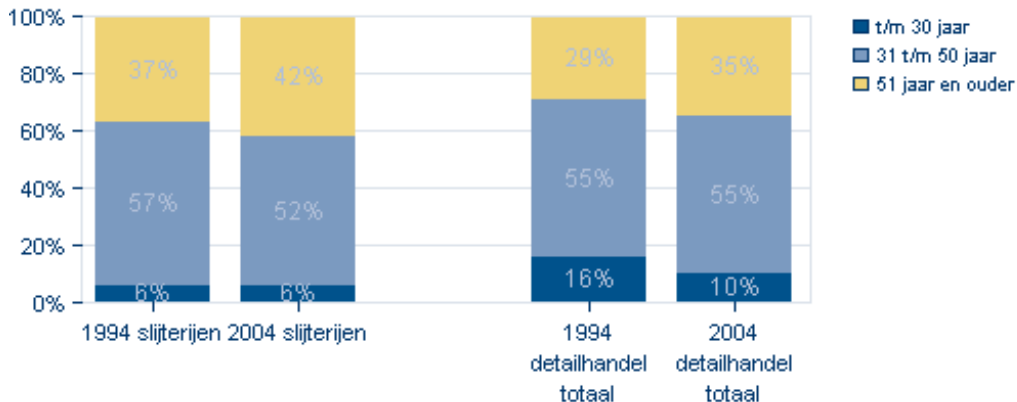
Ondernemers en arbeidsmarkt

Dit hoofdstuk staat stil bij de leeftijdsopbouw van ondernemers in de branche en de totale detailhandel en het aantal voltijdbanen.

Leeftijdsopbouw van ondernemers

Het aandeel oudere ondernemers in de slijtersbranche is in tien jaar tijd toegenomen van 37% tot 42%. Deze ontwikkeling is ook zichtbaar in de totale detailhandel. De groep jonge slijters bleef even groot. Dat is opvallend, omdat voor de totale detailhandel geldt dat die groep juist slonk.

Leeftijdsopbouw van ondernemers in slijterijen en de totale detailhandel
Bron: 'Leeftijdsopbouw van ondernemers in de detailhandel', HBD/ITS, bewerking HBD



(Bijgewerkt 01 September 2006)

Aantal werkzame personen

De slijtersbranche bestaat uit bijna 7.400 werkzame personen. Dat aantal is inclusief ondernemers, maar exclusief uitzendkrachten.

Voor meer arbeidsmarktinformatie, zie de HBD-uitgave 'Arbeidsmarkt in de detailhandel' en de 'Factsheet Arbeidsmarkt in de Detailhandel'.

	2004	2005	2006
werkzame personen (inclusief ondernemers, exclusief uitzendkrachten)	7.510	7.290	7.370

Samenwerking en ketens

Aan bod komen de mate van commerciële samenwerking en de ketens die actief zijn in de branche.

Samenwerking

De meerderheid van de winkels in de slijtersbranche werkt op commerciële basis samen. De rest behoort tot de zogenoemde ongebonden zelfstandigen. Van de samenwerkende slijters behoren zes op de tien tot het grootwinkelbedrijf. De meeste grootwinkel-filiaalbedrijven in de slijterijbranche zijn gelinkt met het supermarktkanaal.

Percentage van de winkels dat samenwerkt, 2006/2007
Bron: Locatus

66% commerciële samenwerking



34% geen samenwerking

(Bijgewerkt 01 June 2007)

Meer dan 50 verkooppunten Minder dan 50 verkooppunten

DirckIII

Dekamarkt

Gall & Gall

Dewitkom@rt

Mitra

EM-TE slijterijen

Gekoma

Hoogvliet

Konmar

Poiesz slijterijen

Vomar voordeelmarkt

Naast de grootwinkel-filiaalbedrijven kent de slijterijbranche ook commerciële samenwerkingsverbanden van zelfstandigen uit het midden- en kleinbedrijf. Hierbij zijn in totaal circa 750 slijterijvestigingen aangesloten. Hierbij kan een onderscheid gemaakt worden in enerzijds in- en verkooporganisaties die het in- en verkoopproces van de betreffende winkels vergemakkelijken of faciliteren en waarbij meestal geen sprake is van een voor de consument herkenbare winkelformule, zoals de Gildeslijter, Mix-Inn, Euro Slijter en Gulle Bottelier. Anderzijds zijn er franchiseorganisaties waarbij de consument de winkels direct herkent als aangesloten bij een bepaalde winkelketen, waaronder Gall & Gall en Mitra.

Meer dan 50 verkooppunten Minder dan 50 verkooppunten

Euro Slijter

Curio Cave

Gall & Gall (franchise)

De Drankenier

Gildeslijter

Henri Bloem's Vinotheek

Gulle Bottelier
Mitra (franchise)
Mix-Inn
Vini France
Voordeelslijterij

Betalingsverkeer

Dit hoofdstuk besteedt aandacht aan het betalingsverkeer in de branche en de totale detailhandel. In hoeverre worden de verschillende betaalmiddelen, zoals PIN, geaccepteerd? En welke aandelen hebben de verschillende betaalmiddelen

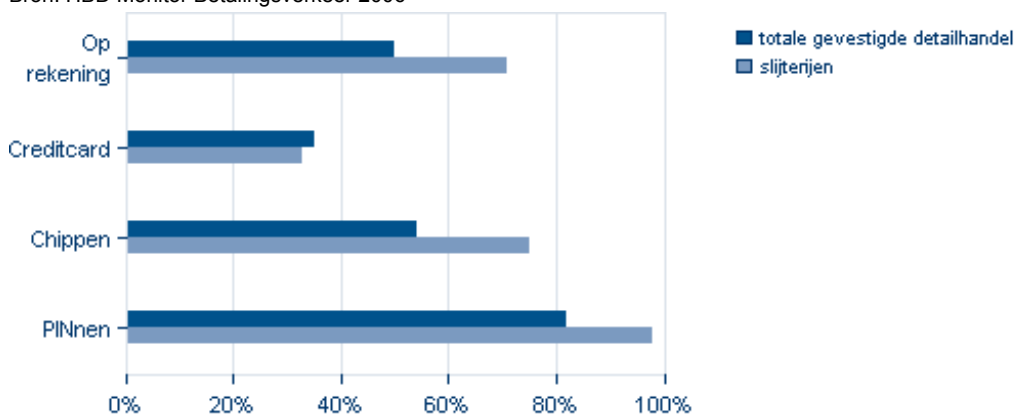
- [Acceptatie van betaalmiddelen](#)
- [Aandelen van betaalmiddelen](#)
- [Gemiddelde bonbedragen](#)

Acceptatie van betaalmiddelen

Slijterijen bieden klanten vergeleken met de totale gevestigde detailhandel relatief vaak de mogelijkheid om te PINnen, te chippen en op rekening te kopen.

Voor meer betalingsverkeerinformatie, zie de '[Factsheet HBD Monitor Betalingsverkeer 2006](#)'.

Acceptatie van betaalmiddelen, 2006
Bron: HBD Monitor Betalingsverkeer 2006



(Bijgewerkt 01 July 2006)

	Op rekening	Creditcard	Chippen	PINnen
totale gevestigde detailhandel	50%	35%	54%	82%
slijterijen	71%	33%	75%	98%

Aandelen van betaalmiddelen

In slijterijen vindt de meerderheid van de toonbankbetalingen (53%) contant plaats.

	contant	PIN	chip	Creditcard	Overig	Totaal
slijterijen	53%	45%	1%	1%	0%	100%

Gemiddelde bonbedragen

	gem. bonbedrag totaal	gem. bonbedrag PIN
slijterijen	€ 22 - € 24	€ 27 - € 30

ICT-toepassingen

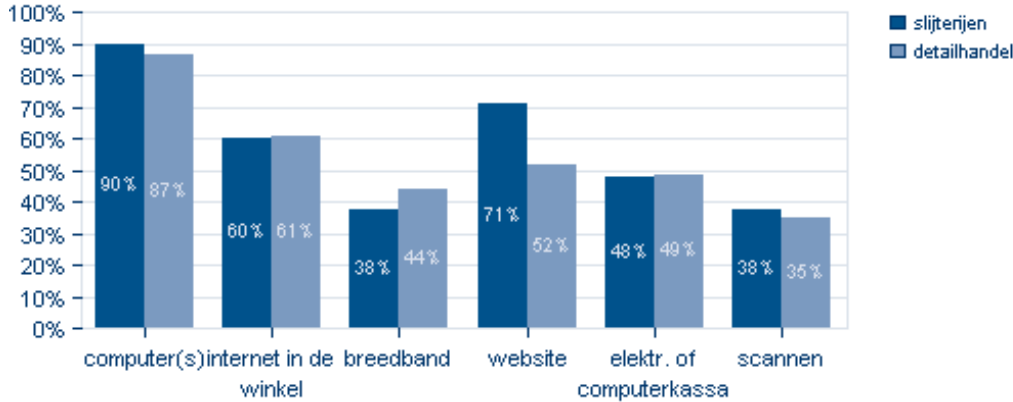
In hoeverre maken winkeliers in slijterijen gebruik van ICT-toepassingen? In dit hoofdstuk zijn de uitkomsten weergegeven voor zowel de branche als de totale gevestigde detailhandel. Zo is in een oogopslag duidelijk hoe de branche ervoor staat met het gebruik van ICT in vergelijking met de rest van de winkels.

- > Gebruik van ICT
- > Gebruik van website

Gebruik van ICT

In het onderstaande figuur is het ICT-gebruik in de branche en in de totale gevestigde detailhandel opgenomen. Zo is bijvoorbeeld te zien dat 90% van de slijterijen beschikt over een of meer computers, tegenover 87% van de totale detailhandel. In 2003 had nog 85% van de slijterijen een of meer computers. Toen beschikte 33% ook over een eigen website. In 2006 is dat opgelopen tot liefst 71%.

ICT-toepassingen in de branche en de totale detailhandel, 2006
Bron: HBD ICT Monitor 2006

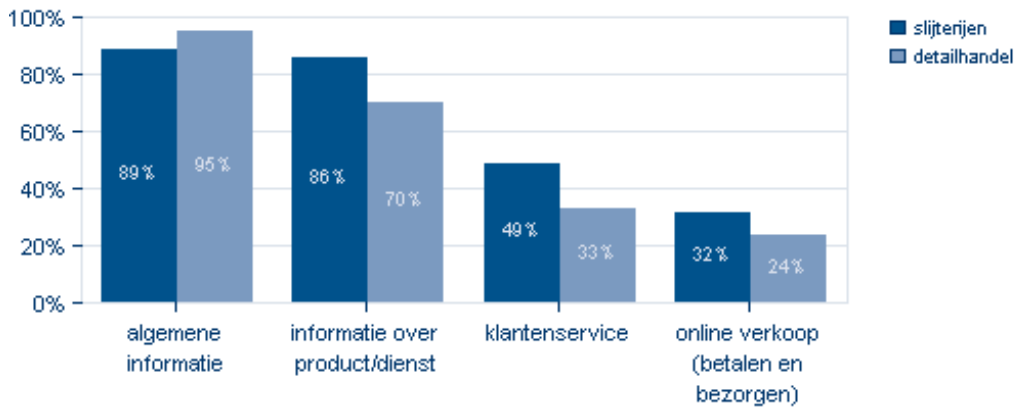


(Bijgewerkt 10 January 2007)

Gebruik van website

Steeds meer ondernemers hebben een website van het eigen bedrijf of winkel. Een website kan voor verschillende doeleinden gebruikt worden: van informatie verstrekken tot online verkoop. Voor de totale gevestigde detailhandel geldt dat 24% van de winkels met een website, doet aan online verkoop (wat neerkomt op 13% van alle winkels, dus inclusief de winkels zonder een website). Waarvoor gebruiken winkeliers in de slijtersbranche hun website?

Gebruik van de website in de branche en de totale detailhandel, 2006
Bron: HBD ICT Monitor 2006



(Bijgewerkt 10 January 2007)

Brancheafbakening

De slijters staan bij het CBS geregistreerd onder de SBI-code 5225. Hieronder vallen winkels in:

- alcoholhoudende en alcoholvrije dranken, eventueel in combinatie met het bottelen van wijn.

Dit betekent dat het CBS de slijters die onderdeel zijn van een supermarkt ten onrechte niet tot de slijtersbranche rekent. In de Drank- en Horecawet staat immers dat iedereen die gedistilleerde drank wil verkopen, hiervoor een vergunning dient aan te vragen en zich in moet laten schrijven als slijter.

Wijzigingen in cijfers

De omzetcijfers en aantallen ondernemingen en vestigingen zijn grotendeels ramingen van het Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf (EIM), op basis van CBS-cijfers, zoals de Productiestatistiek. Deze ramingen kunnen jaarlijks bijgesteld worden. Cijfers over voorgaande jaren in deze uitgave kunnen dus afwijken van cijfers in voorgaande edities. Door een revisie van het CBS kan een trendbreuk zijn ontstaan in de bestedingscijfers van de verschillende jaargangen. Hierdoor kan een vergelijking met eerdere jaren mank gaan. Voor de weergegeven marktaandelen heeft de revisie geen consequenties.

