

Wibra wil 100 extra winkels, maar heeft dilemma: 'Kleine dorpen of grote panden?'

Het jaar 2025 werd een recordjaar voor discountketen Wibra. De retailer wil het momentum vasthouden en heeft ook voor de komende jaren nog grootse plannen. 'Ik zie nog ruimte voor minimaal honderd winkels.' Deel drie van een serie over retailers die uitbreiden.

In 2025 noteerde Wibra ruim 362 miljoen euro omzet, meer dan een kwart groei op jaarbasis. Die stijging komt voornamelijk voort uit een forse toename van het winkelbestand. Wibra opende vorig jaar in Nederland namelijk 63 winkels en sloot het jaar af met in totaal 360 vestigingen.

'We hebben een heel bijzonder jaar achter ons', vindt Albert Kuiper, manager Vastgoed en Facilitair. Hij omschrijft het als een jaar met 'waanzinnige groei'. Dat maakte vooruitkijken naar het jaar 2026 spannend. 'Rond de jaarwisseling was het lastig inschatten hoe het volgende jaar zou verlopen, of we wel voldoende panden zouden vinden.'

Een halfjaar later kan hij zeggen dat dit goed gaat. 'De trein blijft doorrijden. We openen nieuwe winkels en verhuizen bestaande winkels naar betere plekken.' Bovendien zijn Wibra-vestigingen steeds vaker te vinden op A-locaties. 'Al moeten we daar vaak wel genoeg nemen met een verdiepingsverschil. We moeten wat creatiever zijn vanwege de huurprijzen. Wel zien we dat we steeds vaker op mooie A-locaties kansen krijgen.'

Profijt van faillissementen

Twee jaar geleden, in 2024, begon de eerste golf van extremere groei van de discounter. Dankzij het faillissement van Big Bazar kon het bijna 31 expansies en 9 verhuizingen waarmaken. Het jaar daarop gaf opnieuw een faillissement de retailer de mogelijkheid om uitzonderlijk hard te groeien. Dit keer ging Blokker over de kop en opende Wibra 73 winkels – verdeeld over België en Nederland en inclusief verhuizingen.

Wibra zag de faillissementen van beide ketens al langer aankomen en wist er daardoor snel op in te spelen. 'Iedereen in het wereldje spreekt elkaar veel, zeker in de vastgoedtak. En we horen natuurlijk een en ander in de media, dan kom je wel tot bepaalde conclusies of verwachtingen.' Bij Big Bazar wist hij zeker dat het zou komen, bij Blokker was het meer afwachten.

'We wisten niet precies wanneer en of het daadwerkelijk ging gebeuren. Het is een buitengewoon familiebedrijf, dus we wisten niet zeker of ze zich er toch doorheen zou slaan.' Met vooral een vermoeden maakte het bedrijf dus plannen om snel te kunnen schakelen wanneer het tot een faillissement zou komen. 'Dat moest wel, zeker met de expansiedrift die wij hebben. Het is zonde om af te wachten. Toen het nieuws kwam, hebben we meteen maximaal ingezet op de Blokkerpanden.'

België

De nadruk lag door de ontstane kansen sterk op expansie in Nederland. Ook in 2026 blijven de ambities volgens Kuiper zeer hoog. 'Helemaal omdat we eigenlijk best een kleine organisatie zijn.'

Dit jaar wil de keten opnieuw rond de vijftig nieuwe winkels openen, zeven winkels verhuizen en drie winkels verbouwen. In België zijn er voor de keten nu meer kansen voor het openen van nieuwe winkels. De zuiderburen hebben namelijk meer leegstand, en dus meer ruimte voor

expansie dan in Nederland. Bovendien heeft Wibra in Nederland nu 308 vestigingen en begint de markt steeds meer verzadigd te raken.

‘Al zijn er zeker nog kansen. Ik zie nog ruimte voor minimaal honderd winkels, inclusief verhuizingen van bestaande winkels.’ Amersfoort-Vathorst bijvoorbeeld, of Zwolle-Stadshagen – relatief nieuwe wijken met een eigen winkelstrip. ‘Alleen die strips zijn vrij beperkt. We hadden er graag willen zitten, maar er is simpelweg geen plek. Het is daar op je beurt wachten tot een pand leegkomt.’

Ook benoemt Kuiper dat meerdere vestigingen momenteel te klein zijn – met minder dan 300 m² aan commerciële ruimte. Voor deze winkels zoekt hij naar een nieuwe locatie met een hogere winkelvloeroppervlakte.

Klein of groot?

Na twee jaar van relatief sterke groei, bevindt Wibra zich op een kantelpunt in de strategie, geeft Kuiper aan. ‘We onderzoeken waar onze kansen liggen. Zo bekijken we bijvoorbeeld of we ons meer op kleinere dorpen gaan richten, of dat we ons juist op groter blijven richten.’ In het laatste geval is de kans op daadwerkelijke groei van het winkelbestand kleiner volgens hem, aangezien de concurrentie bij deze aanpak zeer groot is.

‘Het liefst zitten we op plekken tussen de 400 en 500 m², dan werkt ons aanbod het beste en halen we de mooiste cijfers.’ In kleinere panden is presentatie van de producten een grotere uitdaging, en daardoor blijft er volgens hem omzet liggen. ‘Vorig jaar verhuisden we meerdere kleine locaties naar een ruimer pand, dat waren onder andere oude Blokkerpanden. In die winkels ligt de omzet nu een stuk hoger. Die stijging bewijst dat zo'n verhuizing het waard is.’ De vestiging in het Limburgse Geleen is een goed voorbeeld, zegt Kuiper.

Strijd om locaties

Maar panden met dit soort oppervlakten zijn precies de *sweet spot* voor heel veel retailers, vervolgt Kuiper. Hij noemt vergelijkbare ketens als Takko en Normal, en sinds enkele maanden heeft ook Blokker weer groeiplannen. ‘Hoe snel we aan die honderd nieuwe panden komen, hangt heel erg af van de kansen die voorbijkomen. De expansiedrang hoeft niet te groot te worden. We hoeven echt niet alles te grijpen als een kind in de snoepwinkel.’

Kuiper acht het mogelijk om de komende vijf jaar jaarlijks zo'n veertig vestigingen te openen in Nederland en België samen. ‘Verspreid over vijf à zes jaar kunnen we dan ongeveer honderd winkels openen in Nederland.’

Bron: vastgoedmarkt.nl