

Nederlandse retail maakt internationaal geen vuist

12-01-2009 00:00

De internationale rol van de Nederlandse retail is beperkt. Vier Nederlandse ondernemingen mogen zich tot de 250 grootste retailers ter wereld rekenen. Dit blijkt uit het rapport Global Powers of Retailing 2009 van Deloitte in samenwerking met STORES magazine.

Supermarktconcern Ahold heeft met een vijftiende plaats de hoogste notering. SHV Holdings/Makro (140), Maxeda (177) en Blokker (204) volgen op respectabele afstand.

“Als we terugkijken naar de afgelopen jaren zien we dat Nederlandse retailers helaas niet echt weten door te groeien in de Top 250”, stelt Erik Nanninga, managing partner van branchegroep Consumer Business van Deloitte. Er is juist sprake van een Nederlandse terugval in de internationale competitie, zegt Nanninga. “Super de Boer (voorheen Laurus) is door desinvesteringen weggevallen uit de lijst. Het bedrijf bezette in de vorige publicatie nog de 186e plaats.”

De positie van de Nederlandse retailers heeft mogelijk deels te maken met de op dit moment mindere mate van internationalisering. Nanninga: “We merken dat het voor de Nederlandse retail moeilijk is om in andere landen voet aan de grond te krijgen en internationaal succesvol te zijn.” Het onderzoek toont echter aan dat juist retailers die internationaal opereren, een betere winst weten te behalen. “Internationale retailers bereikten in 2007 gezamenlijk een netto winstmarge van vier procent. Ondernemers die enkel in hun thuisland opereren, hadden daarentegen een netto winstmarge van 2,7 procent.”

Uit het rapport blijkt dat met name Europese retailers internationaal actief zijn. Een gemiddelde Top 250 retailer uit Europa is in 2007 in 11,1 landen actief en haalt meer dan een derde van de totale verkoop uit de internationale activiteiten. “Opvallend is dat 39,6 procent van de Top 250 uit Europese retailers bestaat. Voor het eerst sinds het onderzoek gestart is, overstijgen deze retailers hiermee het aandeel van ondernemingen uit de VS”, laat Nanninga weten.

De koppositie in de Top 250 werd opnieuw door Wal-Mart ingenomen. Schwarz (Lidl) zorgde voor de grootste verschuiving in de toptien door drie plaatsen te stijgen naar de zevende positie. Het bedrijf heeft vergeleken met de andere ondernemingen uit de toptien het hoogste groeipercentage. Aldi is ook in de lijst geklommen en is de enige nieuwe binnenkomer in de toptien.