

'Albert Heijn verliest aanzienlijk marktaandeel'

11-09-2014 00:00

Albert Heijn heeft zijn marktaandeel het afgelopen jaar zien krimpen van 36 naar 33,8 procent. Dat blijkt uit cijfers van Deloitte, waar de Volkskrant over bericht. Het adviesbureau heeft voor de berekening gebruikgemaakt van cijfers van AH-franchisers, die net als veel andere franchisenemers klant bij Deloitte zijn.

Daaruit concludeert Deloitte dat Albert Heijn voor het eerst in jaren marktaandeel verloren heeft. "Er is geen reden aan te nemen dat de ontwikkeling bij franchisers wezenlijk anders zou zijn dan bij de eigen filialen van een supermarktbedrijf", aldus Paul Op Heij, partner bij branchegroep retail.

Ketens als Lidl en Jumbo snoepen marktaandeel van Albert Heijn af. Zo groeide Lidl in een jaar van 8,6 naar negen procent, terwijl Jumbo een sprong maakte van 17,8 naar 20,7 procent. Aldi noteerde een lichte toename van 7,3 naar 7,4 procent.

Albert Heijn verliest volgens Op Heij marktaandeel doordat klanten op zoek gaan naar koopjes, waardoor ze minder winkeltrouw zijn. Alle supermarkten hebben daar last van, maar omdat Albert Heijn de meeste klanten heeft wordt de Zaanse keten daar het hardst door getroffen.