'Ahold en Delhaize wachten vechtmarkt in VS'

18-06-2015 06:56

Het is de vraag of Ahold en Delhaize samen voldoende slagkracht hebben om te succesvol te zijn in de Verenigde Staten. De Amerikaanse retailmarkt wordt gekenmerkt door een moordende concurrentie, terwijl een fusie niet per se significante kostenbesparingen oplevert. Dat stellen deskundigen in Het Financieele Dagblad.

In de Amerikaanse supermarktbranche is een grote consolidatieslag gaande en staan supers in het middensegment onder druk. Traditionele supermarktketens kampen daarnaast al jaren met dalende transacties en bezoekers. In 2000 spendeerden consumenten 46 procent van hun boodschappenbudget in de supermarkt. Inmiddels is dat nog 36 procent. "Amerikanen zijn niet meer geïnteresseerd in de supermarkt van de twintigste eeuw", schetst partner Bruce Cohen van adviesbureau Kurt Salmon. “Ze gaan voor hun boodschappen niet meer naar één winkel, maar naar vijf."

Dat het geografische winkeloverlap van Ahold en Delhaize na een fusie hooguit twintig procent is, is enerzijds gunstig. Anderzijds betekent het dat een fusie weinig kostenbesparingen oplevert. Beide supermarktketens hebben daarnaast eigen formules, met verschillende promotiestrategieën en concurrenten. “Bedrijven hebben de neiging de kostenbesparingen te overschatten en de tijd die nodig is voor integratie te onderschatten", stelt ook Neil Stern, partner bij adviesbureau McMillan Doolittle.

Als Ahold en Delhaize fuseren, moeten ze zich niet 'jarenlang concentreren op de operationele samensmelting', zegt Cohen. In plaats daarvan moeten ze investeren in hun formules om een antwoord te hebben op de concurrentie van onder meer Trader Joe's en Wegmans. “In de huidige markt is de aanval de beste verdediging."