

Unites States beware: Aldi en Lidl komen eraan

09-07-2015 08:21

Supermarktketens Walmart en Target kunnen wel inpakken als het aan Aldi en Lidl ligt. Waarom de Amerikanen bang moeten zijn? De Duitse discounters opereren snel, kostenefficiënt, zijn sterk in self-service, een groot non-foodassortiment en bovenal: hanteren lage prijzen, zo stelt [Forbes](#). Overal waar zij komen 'veranderen ze het competitieve landschap'.

Lidl opent binnenkort haar Amerikaanse hoofdkantoor in Arlington, Virginia en een distributiecentrum in Alamance County, North Carolina. Kosten: 202 miljoen dollar. Ook worden er zevenhonderd nieuwe banen geschept. Het is volgens retailconsultant Walter Loeb het begin van de invasie die Lidl voor de VS in petto heeft. "Er is mij zelfs verteld dat de supermarkt tachtig locaties rondom Washington D.C. op het oog heeft en in 2018 vijfhonderd locaties wil openen." In 2020 moeten dit er tweeduizend in de Verenigde Staten zijn.

Aldi most valued

Beide Aldi-ondernemingen zijn al in de Verenigde Staten actief. Aldi Sued bezit dertienhonderd supermarkten. Aldi Nord bezit 418 Trader Joe's in het land. Aldi heeft hiermee een voorsprong op Lidl, maar is duidelijk op zijn hoede. Het concern opent deze zomer in ieder geval 25 nieuwe vestigingen — vooral in Zuid-Californië — en zegt ruimte te bieden aan elfhonderd nieuwe werknemers in de winkels of op het hoofdkantoor en opslag in Moreno Valley, Californië. Het plan is om op korte termijn tweehonderd nieuwe winkels te openen. Aldi heeft volgens de Amerikaanse bronnen een uitstekende relatie met zijn personeel en betaalt hen dertien dollar per uur. De afgelopen vier jaar werd de grootgrutter als supermarkt met de meeste waarde gerankt door marktonderzoeker Market Force Information. Trader Joe's werd drie jaar op rij als beste overall supermarkt beschouwd.

IMAGE NOT FOUND

Loeb gelooft dat de expansiedrift van de twee supermarkten effect hebben op traditionele supermarkten als Kroger, Safeway en Giant, maar ook grote concerns Walmart en Target. De scherp geprijsde formats geven volgens hem genoeg redenen om de supermarkt vaak te bezoeken. Waar andere gemakswinkels – zoals Tesco's Fresh & Easy – faalden, gaan Aldi en Lidl het redden. De reden dat Fresh & Easy niet van de grond kwam was vanwege de ongelukkige locaties en slecht marktonderzoek. Onlangs deed Tesco de keten na tien jaar van de hand en verkocht de winkellocaties.

Aldi en Lidl hebben de afgelopen vijf jaar in Groot-Brittannië ook alleen maar succes geboekt, ten koste van grote ketens als Tesco, Morrisons en Sainsbury's. Ze hebben goed de tijd genomen om de markt te verkennen en zijn een agressieve expansie gestart, met hun vizier op de concurrentie en de mogelijkheden. Prijs vormt het speerpunt voor de strategie van Aldi en Lidl. Oorspronkelijk werkte de goedkope uitstraling de supermarkten tegen, maar er is een imagooverandering gaande en inmiddels doet ook de middenklasse er zijn boodschappen. Business Insider legde eerder dit jaar haar lezers uit [waarom Aldi zo goedkoop is](#).

Superfusie

Aldi en Lidl zijn niet de enige Europese kapers op de kust. De fusie tussen Albert Heijn en Delhaize heeft ook stof doen opwaaien in de VS. In Amerika is men [bang voor consolidatieslag](#). Ahold is in de Verenigde Staten actief met de ketens Stop & Shop, Martin's, Giant en online super Peopod, terwijl Delhaize er over Food Lion en Hannaford beschikt. Gezamenlijk worden de concerns de vierde supermarktketen in de VS, met een omzet van 33 miljard dollar (29 miljard euro). Met het nieuwe marktaandeel van 4,6 procent kan Ahold Delhaize beter de strijd aan tegen grootmachten als Walmart en Kroger, die over een marktaandeel van respectievelijk 25,8 procent en 8,3 procent beschikken.

Bij de aankondiging van de fusie lieten de ceo's Dick Boer en Frans Muller weten veel te verwachten van de samenwerking in Amerika. De markt is daar de afgelopen jaren sneller geconsolideerd dan in de twintig jaar ervoor, stelde Muller bijvoorbeeld. "Wil je daar meekomen, dan zijn schaal en relatief marktaandeel van groot belang. Daarom is het zo goed dat we met Ahold nu een partner gevonden hebben om samen die schaal te bouwen."

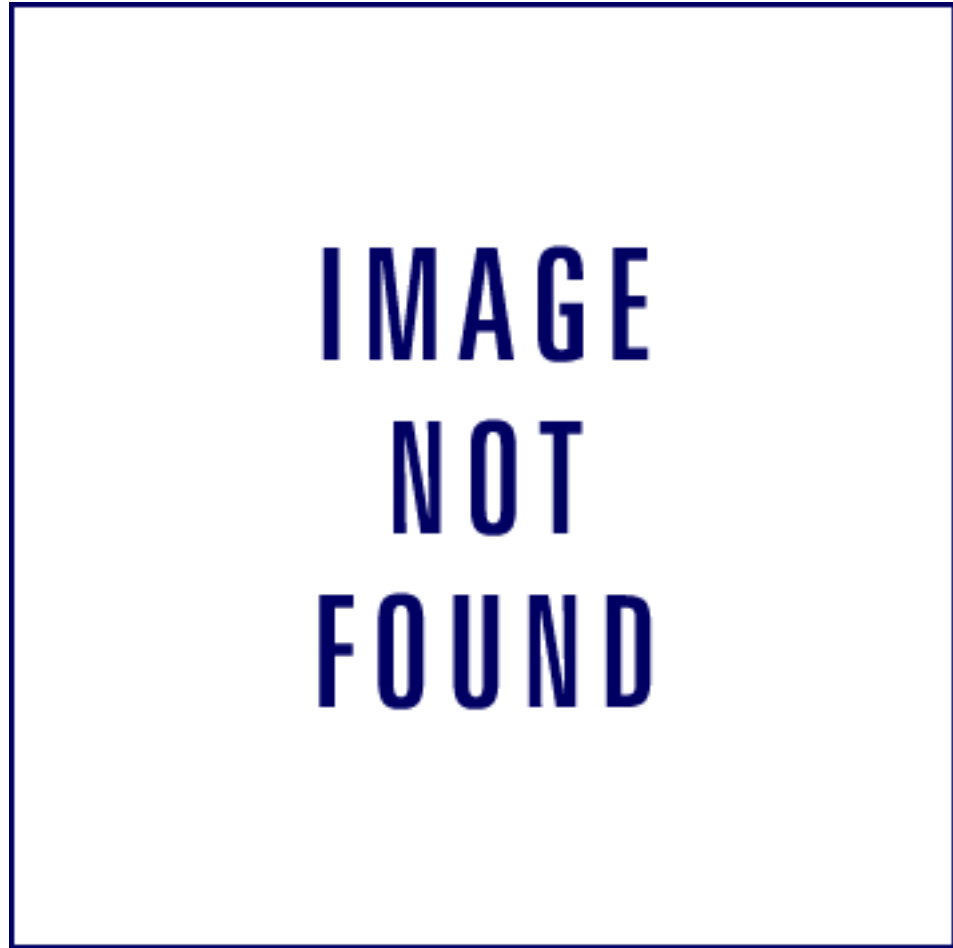


IMAGE
NOT
FOUND

Vuist tegen discounters

Maar ook kunnen de gefuseerde bedrijven beter een vuist maken tegen de discounters. Al is niet iedereen daar zeker van. Sceptici stellen dat het maar de vraag is of de partijen na een krachtenbundeling sterk genoeg zijn in Amerika. Want wat levert de fusie nu daadwerkelijk op aan de kostenkant? Aan de ene kant is het bijvoorbeeld gunstig dat Ahold en Delhaize weinig geografische winkeloverlap hebben. Anderzijds betekent dat dat er weinig kosten te besparen zijn. De ketens hebben bovendien verschillende formules, met verschillende promotiestrategieën en verschillende concurrenten. In België tinnert Ahold Delhaize de bovenkant van de markt beter dicht voor een doorbraak van Lidl, maar of dit in Amerika ook zo is?

De groei van Aldi en Lidl heeft volgens Loeb te maken met de groeiende vraag naar goedkope producten. 'Lowest price retailing' is in. De komst van Primark naar de Verenigde Staten dit jaar gaat dan ook heel wat teweeg brengen. "Dit gaat effect hebben op veel moderetailers."

De discountsupermarkten mogen zich dus gaan opmaken voor de aanval. Doug McMillon, ceo van Walmart, zei onlangs dat er een aardverschuiving gaande is in de retailmarkt. Brian Cronell, ceo van Target, heeft foodselectie tot een prioriteit gemaakt. Het is aannemelijk dat prijs de concurrentie zal drijven en de markt moet klaar zijn om te reageren. Er is volgens Loeb geen twijfel over dat Walmart en Target agressief in de

tegenaanval gaan, zowel in de winkel als online. 'Maak je maar klaar voor gevecht van enorme omvang.' De vraag is echter of de consument loyaal blijft of toch voor prijs gaat.