

'Supermarktformules ten onder aan concurrentieslag'

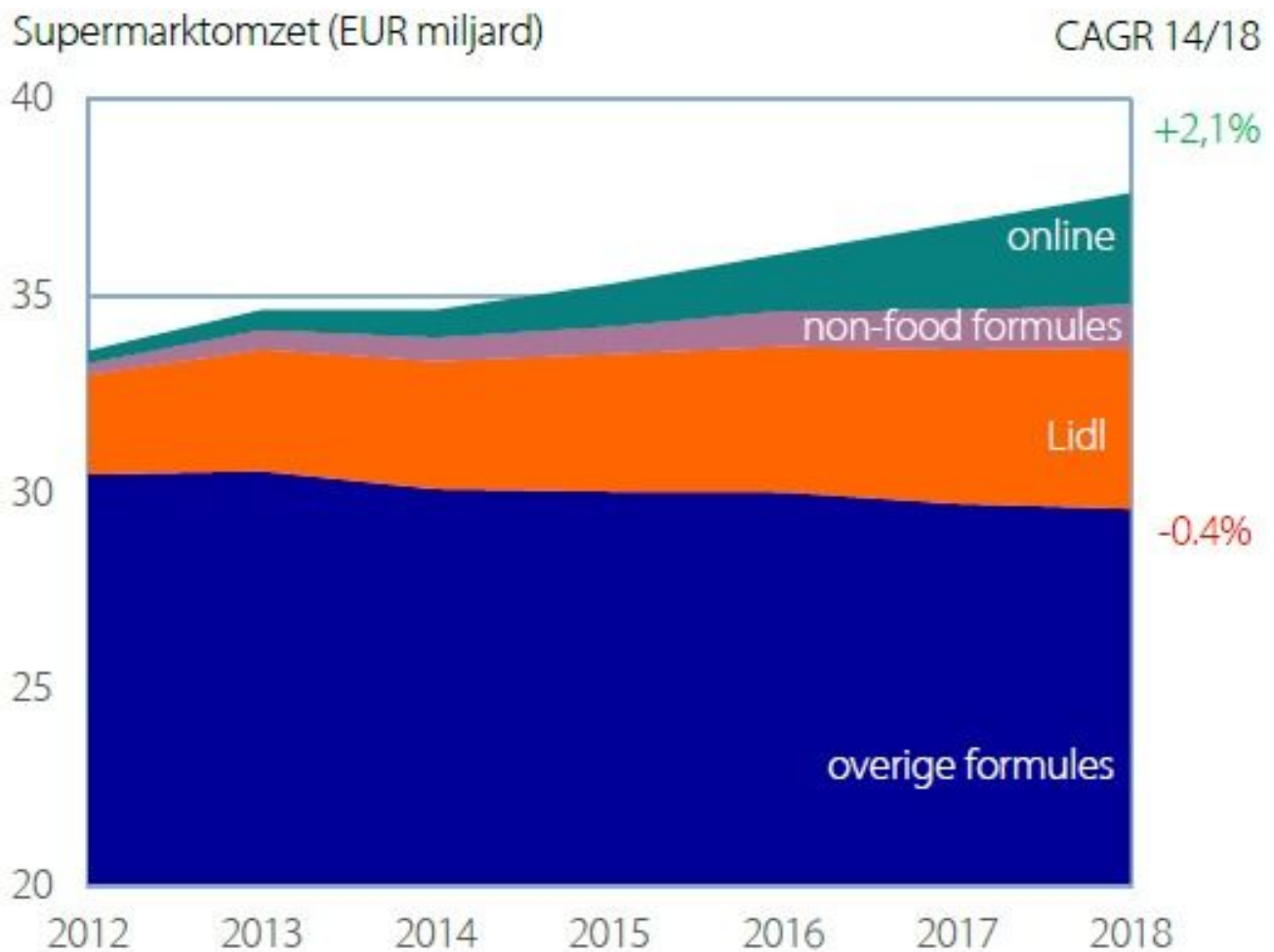
30-10-2015 12:58

Online en offline concurrenten met nieuwe verdienmodellen gaan traditionele supermarkten het vuur aan de schenen leggen. Als in 2030 grofweg twintig procent van de foodretailomzet online gaat en de gevestigde orde geen actie onderneemt, staan in ons land misschien duizend of meer winkels te veel. Dat stelt de Rabobank in een [thema-update](#).

Vijf jaar terug hadden supermarkten voldoende aan een goede locatie en lage prijzen dankzij een hyperefficiënte operatie. Het verdienmodel in foodretail is echter snel aan het veranderen. Met de opkomst van online foodretail en boodschappenboxen wordt de duur betaalde fysieke locatie van sommige winkels straks misschien eerder een nadeel dan een voordeel, klinkt het in het rapport.

De beperkte omzetgroei in de foodretailmarkt komt de komende jaren voor rekening van harddiscounters als Action, maaltijdboxaanbieders, non-food retailers als IKEA en HEMA en online spelers. De servicesupermarkten die daar niet in meegaan strijden volgens de bank om een steeds kleiner wordende koek.

Figuur 1: Groeivoorzichten Nederlandse food retail 2012-2018



Bron: Nielsen, IRI, GfK, Eurostat, FAO, Rabobank, 2015

De winstgevendheid van supermarkten zal als gevolg van de heftige prijsconcurrentie steeds meer bepaald worden door neveninkomsten. Zo gaat de leverancier betalen voor toegang tot de consument via het schap, de maaltijdbox of media-uiting. Daarnaast laten spelers als Kroger en Ocado in het buitenland zien dat er ook geld te verdienen is met de verkoop van onder meer consumentendata aan leveranciers.

Een onderscheidende marktpositie is over vijftien jaar cruciaal, maar wat dat precies inhoudt is volgens de Rabobank lastig te voorspellen. Vooral aanpassingsvermogen zal daarom het doorslaggevende concurrentievoordeel zijn. Voor supermarkten die het nu al afleggen op het gebied van schaalgrootte, flexibiliteit, aantrekkingskracht, merkkraacht en klantbinding wordt het lastig zich aan te passen aan de veranderende omstandigheden. â€˜Daarom zullen niet alle supermarktformules die nu actief zijn in de Nederlandse markt deze concurrentieslag overlevenâ€™, aldus de bank.