

Hoogvliet verwacht consolidatieslag onder supers

10-07-2017 16:38



De ontwikkelingen op het gebied van online boodschappen betekenen dat een 'nieuw retailsvenwicht' ontstaat. "Er zullen partijen wegvallen en dat biedt ons ruimte om te groeien", zegt algemeen directeur Siep de Haan tegen [RetailTrends](#).

Zowel supermarkten die online wel zien zitten als formules die dat niet doen, betalen volgens De Haan mee aan een nieuw retailsvenwicht. Hoogvliet doet dat door te investeren in een verliesgevende webwinkel, terwijl concurrenten die geen webshop hebben – zoals Dirk – volgens hem het risico lopen dat er 'erosie ontstaat op de omzetontwikkeling'. "In onze sector is het effect op je exploitatie dramatisch als je meerdere procenten van je omzet verliest."

Hoogvliet verwacht de komende jaren geen geld te verdienen met zijn webwinkel. De bestaande logistieke oplossingen, volumes en complexiteit van het proces laten dat niet toe, zegt De Haan. "Maar het gaat om je totale verdienmodel, er zijn meerdere categorieën waarmee we geen geld verdienen."

Hoogvliet opent gemiddeld twee tot drie winkels per jaar en verwacht dat te kunnen blijven doen binnen zijn huidige marktgebied. Het wegvallen van concurrenten zal de groeimogelijkheden vergroten, verwacht De Haan. Welke concurrenten zich in de gevarenszone bevinden, kan hij niet inschatten. "Maar je weet niet wat er gebeurt als disrupties in een versnelling komen en partijen niet meer meekunnen."

Op [RetailTrends](#) gaat Siep de Haan onder meer in op de nieuwe winkelformule van Hoogvliet in Zoetermeer, de moeilijkheden met versconcepten en waar Hoogvliet kosten bespaart.