

'Regiosupers als Deen kunnen groten niet meer bijbenen'

Door WOUTER VAN BERGEN

AMSTERDAM - De verkoop van de Hoornse supermarktketen Deen aan Albert Heijn, Vomar en Dekamarkt is tekenend voor de ontwikkelingen in de supermarktenbranche. Dat zegt detailhandelexpert Erik Hemmes.

Reden voor de familie Deen om na 87 jaar het familiebedrijf te verkopen, liggen volgens het persbericht dat Deen dinsdagochtend naar buiten bracht in 'de omvang van de investeringen' in geautomatiseerde logistiek en e-commerce die nodig zijn voor de toekomst van het bedrijf. Van de tachtig winkels gaan er 39 naar Albert Heijn, 22 naar Vomar en de 19 naar DekaMarkt.

„Dat Albert Heijn ongeveer de helft van de 80 supermarkten overneemt is geen onlogische keuze, maar ik had ook gedacht dat Jumbo er wel achteraan zou gaan”, zegt Hemmes. „Die hebben de afgelopen jaren flink uitgebreid, maar hebben nog een zwakke positie in Noord-Holland. Het kan zijn dat Jumbo even een pauze neemt na alle investeringen, maar het kan ook zijn dat Albert Heijn gewoon de hoofdprijs heeft betaald.”

Mededingingsbezwaren

Dat de marktleider niet alle Deen-filialen inlijft, heeft volgens Hemmes waarschijnlijk te maken met mogelijke bezwaren van mededingingsautoriteiten. „Albert Heijn heeft ongeveer 35% van de totale €45 miljard supermarkt omzet in Nederland. Als ze heel Deen zouden kopen, zou daar ongeveer 2 procentpunt bijkomen.”

Volgens Hemmes geldt voor alle regionale familiebedrijven in de supermarktbranche, dat de benodigde investeringen om bij te blijven steeds moeilijker te behappen zijn. „Het was in de supermarktbranche jarenlang gebruik om goed om je heen te kijken naar wat andere deden en als dat aansloeg, dan nam je dat over. Op dit moment zijn er zulke ingrijpende veranderingen, die grote investeringen vereisen en die je ook niet meer met dezelfde mensen.”

Geautomatiseerde magazijnen

Die tijd is echter nu voorbij. „Grote ketens als Albert Heijn, Jumbo en Plus investeren enorm in geautomatiseerde magazijnen en dan heb je ook nog apps, thuisbezorging, elektrische prijskaartjes en zelfscankassa's. Voor regionale spelers is het moeilijk om dat bij te benen. Ik denk dat alle leden van inkoopcombinatie Superunie (vooral kleinere ketens, red.), behalve Plus Supermarkten, zich moeten afvragen of ze nog zelfstandig kunnen voortbestaan.”

Deen hing altijd de 'full service'-supermarktformule aan en heeft volgens Hemmes steeds goed gekeken naar wat Albert Heijn deed. „Tegelijkertijd profileerde Deen zich als een keten die voordeliger was, maar de laatste twee à drie jaar zijn ze toch wat achteropgeraakt. Maar Deen groeide nog wel, terwijl er andere ketens zijn waar stagnatie plaatsvond.”

Familedynamiek

Dat de familie in die situatie kiest om de zaak te verkopen, is goed te begrijpen, ook vanuit de dynamiek van een familiebedrijf, waar inmiddels de derde generatie aan het roer staat, zegt Hemmes.

„Latere generaties worden meer opgevoed met het beheren van het familievermogen als belangrijkste verantwoordelijkheid en veel supermarktfamilies hebben in vastgoed geïnvesteerd. Niet alleen in winkelcentra, maar ook in garages en appartementen en dat is een fantastische manier om geld te verdienen. Met die investeringen voor de boeg die de supermarkt nodig heeft, kun je daar ook €250 tot 300 miljoen voor krijgen en die weer investeren in vastgoed.”