
Management Summary

Titel	Rapportnummer
Ketens in kaart Polen	2009-1
Auteur	Projectnummer
René van Paassen	1314003
Onderzoeksmethode	Telefoonnummer
Deskstudy	079-3470653
Trefwoorden	E-mail
Polen, supermarkten, bloemisten, tuincentra, bouwmarkten	r.vanpaassen@tuinbouw.nl

Doel: In kaart brengen van de structuur en de ontwikkelingen binnen Poolse retailketens, zoals supermarkten, bloemisten, tuincentra en bouwmarkten.

Retailketens zijn in west Europa belangrijke spelers in de verkoop van bloemen en planten. De afgelopen jaren strijden verschillende retailers ook in de sterk opkomende landen in Oost Europa, zoals bijvoorbeeld Polen. Maar welke ketens zijn er precies? Dit rapport probeert een beeld te schetsen van de structuur van de Poolse ketens, met name de ontwikkeling, structuur, omzet en het aantal winkels komen hierbij aan bod.

Hypermarkten en superstores zijn een West-Europees fenomeen en hebben sinds de val van het communisme een duidelijke impact gehad op de Poolse retailwereld. De dichtbevolkte gebieden zijn inmiddels verzadigd met het hypermarktformat. Daarnaast heeft de overheid in 2007 de regelgeving aangepast, waardoor het moeilijker is om winkels groter te maken dan 2.000 m². Hierdoor richten veel ketens zich nu op kleinere winkelformats en steden.

De Poolse markt voor discounters wordt duidelijk gedomineerd door de voormalig Poolse Biedronka-keten. De keten heeft de afgelopen jaren agressief uitgebreid. Naast Biedronka zijn de Duitse Schwarz-groep (Lidl) en het Deense Dansk Supermarked (Netto) grote spelers.

Supermarkten vormen een belangrijk verkoopkanaal in Polen, al is dit kanaal minder belangrijk dan de hypermarkten. Door de aangepaste regelgeving t.a.v. de grootte van winkels en doordat steeds meer ketens zich focussen op kleinere steden, lijkt het supermarktformat echter succesvol.

De buurtwinkels zijn nog steeds erg gefragmenteerd en deze markt wordt gedomineerd door twee spelers: Eurocash en Emperia Holding. Ondanks het feit dat buurtwinkels steeds meer samengaan, spelen de onafhankelijke buurtwinkels nog steeds een rol van betekenis. Dit is met name het geval in kleinere steden en landelijke gebieden.

De cash & carry sector wordt sterk gedomineerd door de Duitse Metro Groep. Deze vaart wel bij het grote aantal onafhankelijke winkels dat er nog steeds is in Polen. Andere belangrijke klanten voor Metro zijn restaurants en cateraars. Naast Metro en Rewe (Selgros) heeft Emperia Holding (voorheen Eldorado) uitgebreid door de overname van lokale groothandelaren. Een andere Poolse speler is Eurocash, dat door een lokale management-buy-out is overgenomen van het Portugese Jerónimo Martins (2003-2004).

Onder de nieuwe lidstaten van de Europese Unie heeft Polen de grootste markt voor Doe-het-zelf producten, met € 4,4 miljard aan uitgaven in 2008 (prognose). De uitgaven zijn sinds 2003 met circa 56% gestegen door een groeiende economie en een relatief groot aandeel consumenten met een koopwoning. De uitgaven aan Doe-het-zelf producten per hoofd van de bevolking liggen in Polen op 112 euro. Dit is nog ruim onder het gemiddelde van de Europese Unie (282 euro). De verwachting is echter dat deze de komende jaren zullen stijgen door de groeiende economie en de daarmee gepaarde inkomensgroei. Na 1989 bestond de Poolse Doe-het-zelf sector uit vele onafhankelijke lokale retailers en was de markt zeer gefragmenteerd. In de afgelopen tien jaar hebben enkele grote internationale spelers een positie verworven op de Poolse markt (waaronder Kingfisher, de ADEO groep, ITM, Praktiker en Tengelmann).

Het volledige rapport is te downloaden via www.tuinbouw.nl onder inloggen ([PT2009-01](#)), of aan te vragen via info@tuinbouw.nl, of 079 347 0633.

Voor meer informatie: René van Paassen, rene.vanpaassen@tuinbouw.nl