

Retail Tour Oost Europa 2010

Retailkanalen in Polen, Hongarije, Tsjechië, Slowakije, Slovenië en Kroatië



De komst van Westerse hypermarkten en superstores hebben een behoorlijke impact gehad in de Oost Europese landen sinds de val van het Communisme. Veel van deze hypermarkten en superstores hebben kamerplanten in het assortiment en een aantal van hen heeft sinds kort ook snijbloemen in het assortiment opgenomen. De bloemist is in Hongarije, Polen, Tsjechië, Slowakije, Slovenië en Kroatië het belangrijkste aankoopkanaal voor zowel bloemen als planten, maar naar verwachting zal de verschuiving richting hypermarkten en superstores steeds verder ontwikkelen. Dit blijkt uit deskresearch uitgevoerd door Productschap Tuinbouw.

Tsjechië

Hypermarkten en superstores zijn de belangrijkste retailkanalen in Tsjechië vanaf het moment dat buitenlandse retailers zich vestigde in dit land. Met uitzondering van de Tsjechische COOP Terno superstores, komen alle belangrijke spelers uit West Europa. Ter vergelijking; de Tsjechische markt heeft twee keer zoveel hypermarkten per inwoner dan in Hongarije.

Het Duitse bedrijf Schwarz Group met zijn Kaufland hypermarkten is marktleider op de Tsjechische markt, gevolgd door Tesco, de Nederlandse Ahold Hypernova keten, Globus en Spar (Austria). Carrefour betrad als één van de laatste Westerse retailers de Tsjechische markt, maar liet de 11 hypermarkten door Tesco overnemen en verliet in 2005 deze markt.

Het aantal hypermarkten is geleidelijk toegenomen tot ongeveer 270 filialen in 2009. Echter dit is momenteel tot een verzadigingspunt gekomen. De concurrentie is vooral hoog in de stedelijke gebieden, met als gevolg dat grote retailers de kleinere steden en dorpen proberen te betreden met kleinere filialen, hier zijn Kaufland en Tesco de meest prominente voorbeelden van. Ahold probeert juist het aantal hypermarkten in de meest concurrentiegevoelige steden te beperken om zo de efficiëntie te vergroten.

Slowakije

De Westerse hypermarkten en superstores hebben duidelijk invloed gehad op de Slowaakse markt. Ongeveer 30% van de dagelijkse boodschappen wordt gekocht bij een hypermarkt, wat gelijk is aan Hongarije, maar lager dan Tsjechië en significant lager dan Polen.

Doordat alle belangrijke spelers uit West Europa komen is het verrassend dat de lijst wordt aangevoerd door het nationale COOP EURO. Echter door de uitbreiding van buitenlandse retailers in de kleinere steden daalt het marktaandeel van deze retailer organisatie. Ditzelfde geldt voor CBA. Naar verwachting zal het Britse Tesco als absolute marktleider in 2010 uit de bus komen. Tesco heeft voornamelijk hypermarkten in Slowakije maar breidt flink uit met 5,000 m² winkels in de relatief kleinere steden. Tesco wordt op de voet gevolgd door de Duitse Schwarz Group (Kaufland) en in iets mindere mate ook door het Nederlandse Ahold (Hypervova). Carrefour is in Slowakije sinds 2006 onderdeel van ECM group (franchise).

In 2009 waren er meer dan 100 hypermarkten actief op de Slowaakse markt. Er is marktpotentieel voor nieuwe winkels in de kleinere steden en in de oostelijke regio. In Bratislava en de westelijke regio is het aantal hypermarkten aanzienlijk verzadigd.

Kroatië

De Kroatische markt wordt gevormd door Agrokora (Konzum), Schwarz Group (Lidl&Kaufland), Spar (Austria) en Mercator. De laatste heeft zijn positie verstevigd met de overname van Getto in 2009. Er is een zekere mate van verzadiging onder de kleine hypermarkten in de stedelijke gebieden. Naar verwachting zullen Spar (Austria) en de Schwarz Group (Kaufland) marktleider worden, terwijl het marktaandeel van Agrokora en Mercator terug zal lopen.

Slovenië

De Sloveense markt is verzadigd op het gebied van hypermarkten. Het nationale Mercator is absolute marktleider op de Sloveense markt, gevolgd door Spar (Austria), Duitse discounters Aldi en Schwarz Group, het Franse Leclerc en het nationale TUŠ Trgovine. Kaufland van Schwarz Group zag af van de plannen om in 2005 de Sloveense markt te betreden vanwege de moeilijke toetredingsprocedure.

Hongarije

Ook in Hongarije heeft de komst van West Europese hypermarkten een stempel achtergelaten. De impact is echter niet zo groot als in Tsjechië en Slowakije. Een groot deel van de Hongaarse retail markt is in handen van onafhankelijke nationale retailers die zich hebben aangesloten bij inkooporganisaties zoals CBA en COOP EURO. Ondanks de sterke positie van deze partijen zal naar verwachting het marktaandeel steeds verder afnemen wanneer discounters als Rewe, Schwarz Group en Aldi zich verder uitbreiden. Toch zullen CBA en COOP EURO een belangrijke rol op de Hongaarse markt blijven vervullen.

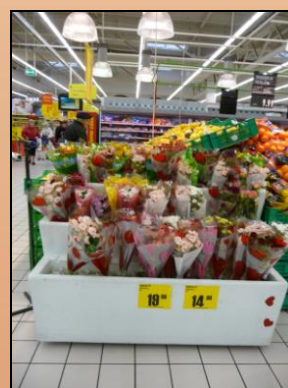
Veel belangrijke spelers op de Hongaarse markt komen uit West Europa. Het Britse Tesco is marktleider gevolgd door Auchan, Louis Delhaize en Spar (Austria). Samen hebben deze buitenlandse retailers ongeveer 160 hypermarkten en superstores in Hongarije in 2009, dit is de helft minder dan in Tsjechië ondanks hetzelfde inwoners aantal.

Polen

In Polen hebben de Westerse hypermarkten zich in de periode 1997 – 2004 flink uitgebreid. Deze groei is sinds 2005 afgenomen maar Westerse hypermarkten blijven de Poolse markt domineren. De markt werd tussen 2000-2007 gevormd door buitenlandse retailers zoals Jerónimo Martins (Biedronka), Metro Group (Real), Tesco, Schwarz Group (Lidl&Kaufland) en Carrefour. Locale speler Emperia Holding (Delima, Stokrotka) speelt ook een belangrijke rol, vooral in de kleinere steden en dorpen.

In 2006 was er veel reuring onder hypermarkten in Polen. Ahold verkocht haar filialen aan Carrefour en Casino verkocht de filialen aan de Metro Group. Door deze overname verstevigde Metro Group haar positie op de Poolse markt. Momenteel zijn de grotere steden in Polen verzadigd en proberen de hypermarkten zoals Tesco en Carrefour met minihypermarkten voet aan de grond te krijgen in kleine steden.

Hypermarkten en traditionele supermarkten zijn de meest populaire formules in Polen. In 2008 besteedde ongeveer 34% van de Poolse consumenten het grootste gedeelte van het boodschappen budget in de traditionele supermarkt en 35% van de Poolse consumenten besteedde meer in hypermarkten.



De productgroep planten was al veelvuldig in de Poolse, Hongaarse, Kroatische, Sloveense, Tsjechische en Slowaakse hypermarkt/supermarkt te vinden, maar de productgroep bloemen nog niet. Echter door de toegenomen concurrentie proberen Oost Europese hyper –en supermarkten steeds meer aan de wens van de consumenten te voldoen, hierdoor hebben bloemen bij een aantal retailers een vaste plek in het assortiment gekregen. In 2010 zijn diverse retailkanalen bezocht in o.a. Hongarije, Polen, Tsjechië, Slowakije, Slovenië en Kroatië. Door middel van fotomateriaal is getracht de Oost Europese markt van bloemen en planten in kaart te brengen. Het beeldmateriaal wordt ondersteund door data uit onder andere het consumentenpanel van Productschap Tuinbouw en overige bronnen.

Meer informatie over het deskresearch of de Retail Tour rapportages ontvangen? Neemt u dan contact op met Josephine Klapwijk - van Dijk, 079-3470649, j.vandijk@tuinbouw.nl.

samenvatting

Productschap Tuinbouw

Adres Louis Pasteurlaan 6
Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer
Telefoon 079 - 347 07 07
Fax 079 - 347 04 04
Internet www.tuinbouw.nl
e-mail info@tuinbouw.nl

rapport