

Aldi Nord i Aldi Sud po sześciu dekadach chcą się ponownie połączyć! Powstanie gigant handlowy

data aktualizacji: 2020.02.27



Według doniesień niemieckiej mutacji portalu Manager Magazine, dwie siostrzane firmy Aldi Nord i Aldi Sud aktywnie realizują plan połączenia sił. Detaliści jak zwykle w takich sytuacjach zaprzeczają, ale nie da się ukryć ich coraz bliższej współpracy - informuje portal Retail Detail.

Zazwyczaj świetnie poinformowany portal Manager Magazine twierdzi, że obie firmy podjęły decyzję o ponownym połączeniu już dwa lata temu. Wewnętrzny, siedmiostronicowy dokument ma pokazywać szczegóły stowarzyszenia, w którym obie strony będą miały równe prawa decyzji. Firma „Północ-Południe” pozwoliłaby sieciom wyeliminować podwojone struktury i poprawić efektywność kosztową.

Według tych niepotwierdzonych doniesień, inicjatorem „pogodzenia się” siostrzanych firm miałyby być spółka Aldi Sud. Firma formalnie zaprzeczyła doniesieniom i twierdzi że nie istnieją plany

organizacyjnego czy prawnego połączenia z Aldi Nord, a ekonomiczna niezależność obu podmiotów pozostanie nienaruszona. Spółka przyznaje jednak, że obecnie ściślej niż kiedyś współpracuje z konkurentem z północy.

Na rynku niemieckim, ale także w całej Europie, obie firmy borykają się z coraz bardziej zmasowanymi atakami konkurencji – ze strony bezpośredniego rywala, Lidla, wielkich sieci, takich jak Rewe czy Edeka, ale rośnie także presja ze strony e-commerce. Najwięksi europejscy detaliści, tacy jak Carrefour, Auchan czy Tesco, na wszelkie sposoby szukają oszczędności i poprawy wydajności, zwalniają pracowników, odchudzają centrale, pozbywają się też mniej rentownych lokalizacji.

To zagrożenie, z którego spółki-siostry doskonale zdają sobie sprawę i próbują reagować na zagrożenia. Aldi Sud zamyka biura regionalne, przez co zagrożone jest ok. 580 etatów. Aldi Nord w 2018 r. po raz pierwszy raportował straty, co związane było z kosmicznymi kosztami modernizacji sklepów. W tej sytuacji każdy eurocent może się liczyć – to czyni pogłoski o jakiejś formie fuzji bardziej prawdopodobnymi – spekuluje Retail Detail.

Pierwsze kroki, które mogłyby sprzyjać domniemanej fuzji już poczyniono – obie firmy skoordynowały swoją infrastrukturę IT, podpisały kontrakty z tym samym dostawcą kart kredytowych i z tą samą agencją marketingową. Obie sieci ogłosiły ponadto, że połączą siły w kwestii rozwoju marki własnej – na razie w kilku kategoriach, m.in. chodzi o wody gazowane oraz jogurty.

Przypomnijmy burzliwą historię obu firm. Pierwszy sklep Aldi rozpoczął działalność w zrujnowanych powojennych Niemczech z 1946 r. Założyli go bracia Karl i Theo Albrecht w Essen. Wpadli oni na pomysł, by obniżać ceny w momencie sprzedaży, zamiast rozdawać klientom kupony rabatowe. Pomysł chwycił i już w 1950 r. sieć Aldi liczyła 13 placówek. W 1960 r. było ich już ok. 300 i generowały obroty rzędu 90 mln ówczesnych marek niemieckich rocznie.

Problemy zaczęły się właśnie wtedy. Bracia pokłócili się o to, czy mają sprzedawać papierosy, które dawały spore dochody, ale przyciągały też złodziei sklepowych. W międzyczasie sieć otrzymała dzisiejszą nazwę, będącą akronimem nazwiska Albrecht i słowa „Discont”. W 1966 r. nieporozumienia nabrzmiały na tyle, że drogi braci rozeszły się i powstały dwa niezależne prawnie i finansowo podmioty – Aldi Nord i Aldi Sud.

Bracia byli w stanie porozumieć się na tyle, że podzielili pomiędzy swoje firmy rynek niemiecki – Aldi Nord, z kwaterą główną w Essen, rozpoczął ekspansję w północnych Niemczech, Aldi Sud przeniósł się do Mülheim i stamtąd rozwijał sieć na zachodzie i południu kraju.

Podzielono także rynki międzynarodowe – poza Niemcami sieci konkurują ze sobą tylko w USA, gdzie Aldi Nord przejął w 1979 r. sieć Trader Joe. Aldi Nord działa m.in. w Danii, Francji, w krajach Beneluxu, na półwyspie Iberyjskim i w Polsce. Aldi Sud skierował się w stronę Wysp Brytyjskich wraz z Irlandią, trafił na Węgry, do Włoch, Austrii i Słowenii, a także do Chin i Australii.

Co ewentualne połączenie obu spółek może oznaczać dla Polski? Zwiększenie potencjału finansowego i organizacyjnego może umożliwić sieci przyspieszenie ekspansji na naszym rynku. Aldi mocno nie doszacował potencjału Polski. Sieć pojawiła się w naszym kraju dopiero w 2006 r. i rozwijała się – w porównaniu z Biedronką czy swoim odwiecznym rywalem Lidlem – dość niemrawo. Obecnie liczy ok. 140 placówek, podczas gdy Lidl w październiku 2019 r. przekroczył liczbę 700 dyskontów, a Biedronka ma ich już ponad 3000. Połączenie sił Aldi Nord i Sud – które w skali międzynarodowej przewyższają sprzedaż Lidla i Biedronkę – mogłoby ułatwić sieci pogoń za konkurencją.

Źródło: retaildetail.eu

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/aldi-nord-i-aldi-sud-po-szesciu-dekadach-chca-sie-61279>