

Persoonlijk drama

De ondergang van de EDAH

Jacob Ebben, Servaes Damen, Jan Aukes en Johannes Hetteema zullen zich collectief in hun graf omdraaien. Hun geesteskindje wordt ten grave gedragen, aan de kant gezet en om zeep geholpen. Begin 1900 besloten vier kruideniers gezamenlijk te gaan inkopen in de Coöperatieve Vereniging u.a. Combinatie Edah. In 1917 besloten ze volledig samen te gaan werken in de EDAH N.V. om de concurrentie van landelijk opererende filiaalondernemingen als De Gruyter het hoofd te kunnen bieden. Vanuit een voormalige broodfabriek in Helmond breidde het bedrijf razendsnel uit naar het grootste filiaalbedrijf bezuiden de rivieren.

In 1970 werd de verovering van de rest van Nederland ingezet en werd de Edah door een aantal overnames het tweede supermarktbedrijf van Nederland.

In 1976 werd het overgenomen door Vendex en bestond toen uit 176 supermarkten, 121 discountbedrijven en 8 zelfbedieningswarenhuizen (de Koop-parken). De Vendex Food Groep slaagde er niet in de positie van Albert Heijn te evenaren en na het sluiten van de supermarkten in de V&D warenhuizen bleef de expansie achter bij de verwachtingen.

In 1992 werd gekozen voor een upgradering van de EDAH-formule met grotere winkels en versafdelingen. De EDAH bleef een middenpositie innemen als een soft discounter full service supermarkt. Kwalitatief lager dan AH en De Boer, duurder dan Dirk van den Broek of VOMAR. De tweede overname door Laurus heeft de formule verder de nek omgedraaid. Het begon met de mislukte ombouwoperatie, maar ook daarna is men niet meer in staat geweest om de juiste positionering voor de EDAH te vinden. De omzetten bleven kelderen en aan alle kanten werd de EDAH voorbij gelopen door de concurrentie.

Wat een drama moet dit zijn voor de hardwerkende franchisers die hun hele hart en ziel in de formule gestoken hebben. Het sterke merk EDAH in het zuiden des lands met mooie grote winkels versus de soms ranzige EDAH's op matige locaties in de Randstad. De EDAH-klantenkaart, de er in geramde slogan "Ik ga voor EDAH" worden nu allemaal de prullenbak in geveegd. Een groot persoonlijk drama.

Bij de speculaties over de verkoop doen vele namen de ronde. Al deze partijen kunnen in een klap hun marktgebied fors vergroten. Dirk, Colruyt, Superunie of Kaufland. Een lange lijst met potentiële kopers. Ik gok (wellicht tegen beter weten in) op een dark horse die de formule oppoetst, stevig herpositioneert en haar oude glans teruggeeft, waardoor de voornoemde heren weer de rust krijgen die zij verdienen.

Jeroen Verwaaijen
Directeur Onderzoek Strabo bv
verwaaijen@strabo.nl

(de historische gegevens heb ik geput uit het monumentale maar helaas uitverkochte naslagwerk Honderd jaar grootwinkelbedrijf in Nederland van Roger Millet)

verschenen in Shopping Center News februari 2006