

Liczba niemieckich supermarketów w Polsce: 2400

23 kwietnia 2017

Całkowite otwarcie rynku po 2004 r., specjalne zwolnienia podatkowe oraz wsparcie międzynarodowych instytucji finansowych przyczyniły się do zdominowania sektora handlowego w Polsce przez zagraniczne – głównie niemieckie – sieci supermarketów i dyskontów. Na koniec 2016 r. Lidlów, Rossmannów, Kauflandów, Praktikerów, Schleckerów i innych niemieckich sklepów o charakterze supermarketów było w Polsce ok. 2400. Rocznie generują one przychody rzędu kilkudziesięciu miliardów złotych. Ile w tym czasie powstało polskich supermarketów w Niemczech? Odpowiedzi brzmi: zero.

Dominacja niemieckich supermarketów jest wypadkową co najmniej czterech elementów:

Po pierwsze: otwarcia polskiego rynku związanego z wejściem naszego kraju do UE.

Po drugie: dużego kapitału własnego, który mógł być przeznaczony na inwestycje.

Po trzecie: wsparcia jakie właściciele niemieckich sieci handlowych otrzymali od polskich władz (np. ulgi i zwolnienia podatkowe, specjalne strefy ekonomiczne itp.).

Po czwarte: wsparcia jakie właściciele niemieckich sieci handlowych otrzymali od międzynarodowych instytucji finansowych (w 2015 roku ujawniono, iż Bank Światowy oraz Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju [EBOR] pożyczyły blisko 1 mld dolarów Grupie Schwarz, tj. właścicielowi niemieckich sieci handlowych Lidl i Kaufland, w celu agresywnej ekspansji w krajach Europy środkowo-wschodniej. W tym roku ujawniono, iż EBOR przyznał Niemcom kolejny kredyt na wsparcie ekspansji i rozwoju działalności sieci Kaufland w Polsce. Tym razem chodzi

o równowartość ok. 425 mln zł).

Efekt tego jest taki, że na koniec 2016 r. Lidlów, Rossmannów, Kauflandów, Praktikerów, Schleckerów i innych niemieckich sklepów o charakterze supermarketów było w Polsce ok. 2400. Obecnie są one w stanie generować przychody rzędu kilkudziesięciu miliardów złotych w skali roku.

W kontekście powyższego można zadać pytanie o liczbę polskich supermarketów, jakie powstały w Niemczech po wejściu naszego kraju do UE. Odpowiedź brzmi: zero. Polski kapitał praktycznie nie istnieje na wielkim, niemieckim sektorze handlowym. Wyjątek stanowi polska spółka LPP (marka Reserved), która na terytorium Niemiec ma kilkanaście sklepów. Nie są to jednak sklepy o charakterze supermarketów, które generują największe przychody.

Niestety, ale po otwarciu niemieckiego rynku (po wejściu Polski do UE) nasze firmy nie mogły liczyć na specjalne ulgi i zwolnienia podatkowe, nie miały odpowiedniego kapitału własnego oraz preferencyjnych kredytów od międzynarodowych instytucji. Wynik 2400 do 0 jest w tym przypadku adekwatny.

Na podstawie: Fakt.pl, PortalSpozywczy.pl,
WiadomosciHandlowe.pl, pl.Wikipedia.org
Źródło: Niewygodne.info.pl