

## Dick Boer: 'AH-merk innovatiever dan A-merk'

03-06-2016 06:50



De eigen merken van Albert Heijn zijn verantwoordelijk voor de helft van zijn verkopen. Dat betekent dat het huiskamermerk goed is voor 17,5 procent van alle boodschappen die in Nederland worden gedaan. "Dat is ongekend", aldus Ahold-ceo Dick Boer in De Financiële Telegraaf.

De eigen merken van Albert Heijn zijn volgens Boer innovatiever dan veel A-merken. Zo kan de supermarktketen op het gebied van vers 'tien keer makkelijker handelen', vanwege zijn eigen bevoorradingsketen en langdurige en directe relaties met leveranciers en boeren. Daardoor krijgt de retailer nieuwe producten soms binnen zes weken op het schap.

A-merken klaagden eerder nog over een gebruik aan ruimte voor nieuwe producten, stelt Boer. Daar wordt nu meer schapruimte voor vrijgemaakt. "Het bierschap wordt onder meer ingericht door Heineken."

Innovatie is volgens de topman één van de pijlers van het concern, dat woensdag bekendmaakte in al zijn markten gegroeid te zijn. Ook online zorgt voor groei, al is dat onderdeel vanwege investeringen in 'mensen en technologie' nog niet winstgevend, stelt Boer. "Ik heb er alle vertrouwen in dat online in de toekomst rendabel wordt."