

Dick Boer: 'Ahold toe aan nieuw avontuur'

06-07-2015 12:23

Ahold heeft jaren nodig gehad om te herstellen van de klappen die het in 2003 kreeg. Het heeft de supermarktketen veel tijd gekost om de focus terug te krijgen op de merken en op de klant. Dat zegt topman Dick Boer in NRC Weekend.

Albert Heijn werd in 2003 geraakt door een recessie, boekhoudschandaal en het hoge salaris van toenmalig topman Anders Moberg. "Inmiddels zijn we jaren verder en stáán we er weer", zegt Boer. Het retailconcern kan nu weer verder kijken. "Ik denk dat zowel Ahold als Delhaize nu toe was aan het nieuwe avontuur."

Albert Heijn heeft zich de afgelopen tien jaar volgens Boer duidelijk gepositioneerd in het midden van de markt. Op een gegeven moment is supermarktketen doorgeslagen naar efficiëntie en prijsdenken, terwijl de klant daar niet op zit te wachten. Die wil goede kwaliteit, verwend worden en nieuwe dingen zien, stelt hij. "Dat is bij Delhaize precies hetzelfde."

Boer denkt na de fusie met het Belgische concern te profiteren van schaalvoordelen, zowel in de Verenigde Staten als aan deze kant van de oceaan. Zo kunnen de twee partijen samen efficiënter inkopen en meer investeren in innovaties. "Vroeger ontleende een supermarkt zijn bestaansrecht aan zijn fysieke winkel, nu moet hij opereren in een onlinewereld waar klanten op alle mogelijke manieren shoppen. Dat is een grote verandering."

De toekomstige ceo van Ahold Delhaize ziet ook mogelijkheden in het uitruilen van producten. Delhaize-bestuurder Johnny Thijs liet vorige week al weten 'leuke zaken' te willen uitwisselen. "Dan heb je ineens nieuwe producten die nu niet verkrijgbaar zijn op de Nederlandse markt", aldus Boer.