

Ahold: 'Online is winstgevend in steden'

21-03-2016 07:36

De strategie van Ahold is om te groeien in online en marktaandeel te veroveren. Het moederbedrijf van Albert Heijn en bol.com maakt veel operationele kosten om uit te breiden naar grotere gebieden, terwijl extra geld in marketing wordt gestoken. Dat laat ceo Dick Boer weten in [Het Financieele Dagblad](#).

Ahold verdient volgens Boer inmiddels geld in steden als Amsterdam, Rotterdam en Chicago. Nieuwe gebieden als New York kosten juist geld. "Maar dat is prima", aldus Boer, die erop wijst dat 'meneer Heijn' in de jaren vijftig ook moest investeren na zijn trip naar de Verenigde Staten. "Ik weet zeker dat zijn eerste supermarkten geen geld opleverden."

Ahold wil niet alleen online marktaandeel veroveren, maar ook in het Amerikaanse supermarktlandschap. Daarvoor kijkt Boer vooral naar de staten waar het concern al actief is. "We zitten aan de oostkant en willen in die staten de dominante nummer één of twee-positie hebben."

Boer hecht veel waarde aan schaalgrootte. Hij wijst erop dat een concurrent als The Fresh Markt 150 winkels heeft in twintig staten. "Dat is verrekke moeilijk", aldus de topman.