

## Ahold Delhaize: 'Pilot in China afgerond'

27-01-2017 10:08

The banner is set against a vibrant red background with traditional Chinese New Year motifs like clouds and fireworks. At the top, a navigation bar includes links for 'We hebben allemaal', 'thuis', 'Snacks', 'producten van de baby', 'Graan en olie saus', 'Privileges lid', and 'Brand Story'. The main headline in large white characters reads '年货好礼 不打烊' (Happy New Year gifts, never closed). A blue circular badge on the right says '1折起售' (Starting from 10% off). Below the headline, a hamster mascot stands next to a collection of products: a box of '天福国际' (Tianfu International) biscuits, a bottle of 'OLIVE OIL', a box of 'krokante Muesli appel-rozijn' (crunchy muesli with apple and raisins), a packet of 'Cranberries', and a tub of 'Nutrilon' baby formula. A white cup of coffee with a waffle on top sits in the foreground. A central banner says '送礼就送西洋货' (Gift giving, give Western goods). At the bottom, three orange banners offer '10元年货券', '20元年货券', and '30元年货券' (10, 20, and 30 yuan New Year gift coupons). A small text box at the bottom center says '先领年货券再购好洋货' (Get the New Year gift coupon first, then buy good Western goods).

Ahold Delhaize stopt met de webwinkel in China om zich te kunnen focussen op zijn e-commercedoelen in de Verenigde Staten en Europa. De komende maanden worden nog voorraden verkocht, waarna de webwinkel van Albert Heijn op Tmall wordt gesloten. Dat laat een woordvoerder van het moederbedrijf weten aan RetailNews.

De Chinese webwinkel van Albert Heijn gold als een pilot van een jaar, die eind vorig jaar werd afgerond. Rond die tijd maakte Ahold Delhaize bekend zijn e-commerceomzet in 2020 te willen verdubbelen. De 2,3 miljard euro die nu online wordt omgezet, moet dan zijn uitgegroeid tot minimaal 4,6 miljard euro.

In de nieuwe online strategie is vooralsnog geen plek voor een groei in China. De groei moet zowel uit de online verkoop van boodschappen komen als uit 'leidende e-commerceplatforms in Nederland en België', die nu worden gebouwd. De inzichten die op Tmall zijn opgedaan worden daarin meegenomen, vertelt de woordvoerder. "We kijken zeer positief terug op onze ervaring in China."

De webwinkel in China werd in het najaar van 2015 geopend en was gevuld met food- en non-foodproducten van zijn private label en A-merken. "Het was voor ons een relatief klein project met zo'n tweehonderd producten. In Nederland voeren we een assortiment met circa dertigduizend producten", stelt zij.

Een nieuwe samenwerking met het platform van Alibaba in de toekomst wordt niet uitgesloten. Het Chinese handelshuis opende vorig jaar een kantoor in Amsterdam om juist meer Nederlandse retailers en merken naar

Tmall en Tmall Global te loodsen. Volgens het Benelux-kantoor zijn vooral consumentenelektronica, moeder/baby/spelgoed, meubels en voedsel uit ons land er populair.