

Wouter Kolk: 'We zijn één procent onderweg'

13-07-2017 09:25



Albert Heijn kreeg 2,5 jaar geleden een pijnlijke, maar leerzame boodschap van zijn klanten. “Albert Heijn was afgedwaald van waar Albert Heijn voor staat, zeiden de mensen die we spraken”, vertelt topman Wouter Kolk in [NRC](#).

Albert Heijn zag begin 2015 de druk van concurrenten toenemen en de resultaten verslechteren. Sander van der Laan, tegenwoordig ceo van Action, werd vervangen door Wouter Kolk. Er was volgens de nieuwe topman ‘veel aan de hand’. “En het management zag het op een gegeven moment niet meer. Vraagt niet hoe dat kan, zoiets blijkt te kunnen gebeuren.”

Albert Heijn hoorde tijdens een veldonderzoek onder meer dat klanten de supermarktketen niet bijzonder genoeg en geen marktleider meer vonden, dat het assortiment niet innovatief was en dat er geen leuke acties meer waren. Er was volgens Kolk geen makkelijke oplossing. “Het was een mozaïek van elementen die we allemaal tegelijk moesten aanpakken.”

De Zaanse keten introduceerde de afgelopen jaren onder meer het Allerhande Kerstfestival, online tv-kanaal Appie Today, bouwde ‘de duurzaamste supermarkt van Europa’ in Purmerend en vernieuwde het assortiment. Kolk zegt trots te zijn op de ‘goede stappen’ die Albert Heijn heeft gezet. “Maar we zijn één procent onderweg, wat mij betreft. Dat zeg ik niet om de vooruitgang die we hebben geboekt te marginaliseren. Er is gewoon nog zó veel te doen.”