Albert Heijn uit ivoren toren: 'Andere mindset vereist'

05-06-2018 15:17



Albert Heijn probeert af te komen van zijn imago als ministerie van retail, door het domein ‘dialoog’ te claimen. De supermarktketen wil de toekomst niet meer vanuit een ivoren toren vormgeven, stelt auteur Rupert Parker Brady van het boek Appie Tomorrow tegenover RetailTrends.

Topman Wouter Kolk noemt het een hardnekkige beeldvorming dat Albert Heijn het ministerie van retail is. Het bedrijf was volgens hem nog niet zo lang geleden ‘behoorlijk van zichzelf overtuigd’, deed en controleerde alles zelf en had geen plek voor buitenstaanders. “Die gesloten houding heeft Albert Heijn heel ver gebracht, maar voor een *future proof* transformatie is echt een andere mindset vereist”, stelt hij in het boek.

Albert Heijn weet volgens Parker Brady ‘dondersgoed wat ze de komende jaren gaan doen’, maar zou niet meer arrogant over willen komen. Ze zijn oprecht geïnteresseerd in wat anderen kunnen bijdragen. Ze willen niet meer bepalen wat jij eet, maar daarover in gesprek.” In het boek worden bijvoorbeeld stellingen geponeerd en vragen gesteld, waar per mail op gereageerd kan worden.

Het is volgens Parker Brady uniek dat de king of food zich kwetsbaar opstelt. “Het is goed dat ze de dialoog opzoeken met de medewerkers, vakbonden en de overheid. Albert Heijn is in de hele breedte van de samenleving actief en heeft dus een enorme impact op de maatschappij.”

Lees op RetailTrends meer over de toekomstverkenning van Albert Heijn en het boek ‘Appie Tomorrow – Alle

ingrediënten voor een beter leven in 2025’.