

Ahold Delhaize-topman: 'Amazon en Alibaba moeten zich nog bewijzen'

01-07-2019 09:19



Ahold Delhaize beschikt op gebied van voeding over kennis die bij spelers als Amazon en Alibaba ontbreekt. "Voeding is iets heel anders dan elektronica, kleding of boeken", zegt ceo Frans Muller van het supermarkconcern in een interview met [NRC](#).

Amazon en Alibaba zouden volgens Muller disruptors in de foodmarkt kunnen zijn, maar moeten dat eerst nog bewijzen. Hij wijst erop dat Ahold Delhaize over een periode van 150 jaar kennis heeft opgedaan over onder meer inkoop, vervoer en verwerking van voeding. "Bovendien gaat een goede zeventig procent van al onze verkopen via klantenkaarten, dus we hebben heel veel kennis over de klanten die bij ons voeding kopen."

Muller noemt verder de verschillende lokale merken van Ahold Delhaize, met in totaal 6700 supermarkten in diverse landen. Daardoor heeft het bedrijf volgens hem zeer gedetailleerde kennis over welke producten in welke specifieke gebieden populair zijn. "Daar heeft Alibaba nul komma nul sjoegie van."

Muller nam precies een jaar geleden het stokje over van Dick Boer als topman van Ahold Delhaize. Boer blikt in het komende nummer van RetailTrends uitgebreid terug op zijn carrière als ceo. Zo kijkt hij terug op de verschillende reorganisaties, volgens hem de zwaarste momenten voor een leider. "Ik heb het een aantal keer moeten doen en daar lag ik wakker van." De nieuwe RetailTrends verschijnt eind deze week. [Klik hier voor meer informatie over een membership.](#)

