Albert is amper rendabel

20-06-2006 00:00

“De doelgroep van de internetbezorgdienst van Albert Heijn bestaat zijn mensen met weinig tijd. Ze bestellen vooral verse producten die ze binnen de week moeten consumeren”, zegt John Traas, directeur van Albert.nl. Jaarlijks neemt de omzet van de internetbezorgdienst met dertig procent toe. Op termijn verwacht Traas zelfs groeicijfers van vijftig procent op jaarbasis.

Commercieel directeur Van der Laan van AH meent dat in de volgende vijfentwintig jaar de investeringen niet worden terugverdiend. Over winstgevendheid houdt de supermarkt trouwens de lippen op elkaar, alleen de omzetgroei wordt gecommuniceerd. Daar leiden specialisten uit af dat de internetactiviteiten van de super het nauwelijks rendabel zijn.

“Met twee distributiecentra is Albert.nl de opstartfase ondertussen ontgroeid”, volgens Traas. Daarmee kan het de dienst na vijf jaar bestaan 55 procent van de Nederlandse huishoudens bereiken.

Voor meer nieuws op de scheidslijn tussen retail en technologie, lees RetailTech.nl.