

technologische kennis vol zou willen inzetten om de supermarktwereld te veroveren, loopt het direct alle andere ketens onder de voet, zo is de vrees. Maar ondertussen is het al enige tijd geleden dat Amazon de stap naar vers voedsel daadwerkelijk zette: de eerste Amazon Fresh-supermarkt opende al in 2007. Daarna volgde, tot grote schrik voor aandeelhouders van de andere supermarkten, de overname van luxesupermarkt Whole Foods in 2017. Het aandeel Kroger verloor op de dag dat Amazon de acquisitie wereldkundig maakte in één klap bijna een kwart van zijn waarde.

Bijna zeven jaar later lijkt die vrees niet terecht. Hoewel Amazon nog altijd actief is, lukte het nog niet de supermarktwereld op zijn kop te zetten. Het bedrijf heeft ruim 500 Whole Foods-supermarkten, die vooral in de welvarendste wijken in het land concurreren met Aldi-bezit Trader Joe's. Daarnaast heeft Amazon ook zijn eigen Amazon Fresh-supermarkten, maar de uitbreiding daarvan heeft jarenlang stilgelegen.

Naar eigen zeggen wil Amazon nog wel fors in de supermarktsector investeren. Ceo Andy Jassy stelt dat zijn bedrijf de supermarktsector echter nog niet helemaal onder de knie heeft: "We hebben goede hoop dat we in het komende jaar een werkende formule gaan vinden", zei hij in 2023. "Maar ook vandaag de dag is het al een grote activiteit voor ons."

"Je moet je dan afvragen wat er gaat gebeuren als het bedrijf die formule wel vindt", waarschuwde zakenbankier Scott Moses over Jassy's opmerking, wijzend op de enorme marktwaarde en oorlogskas van de onlinewinkelgigant. Dat het concern weer gaat beginnen met het openen van Amazon Fresh-winkels zou een teken kunnen zijn dat Amazon nu wél een werkende aanpak denkt te hebben.

## NAAR EIGEN ZEGGEN WIL AMAZON NOG WEL FORS IN DE SUPERMARKTSECTOR INVESTEREN

### AMAZON PRIME

Een van de zaken waar Amazon mogelijk beter in is dan andere supermarkten, is het thuisbezorgen van boodschappen. Consumenten die een Prime-abonnement hebben, kunnen hun boodschappen al gratis thuisbezorgd krijgen. Maar net als in Europa is er ook in de Verenigde Staten nog geen succesvolle manier gevonden waarmee het online bestellen en thuis afleveren van verse levensmiddelen lucratief is. De rappe groei van de vraag naar deze diensten tijdens de lockdowns leek winstgevendheid naderbij te brengen, maar ondertussen is duidelijk dat de grote toestroom van die tijd niet voor successen zorgt die op grotere schaal uit te rollen zijn. Zo verkocht Ahold Delhaize in 2023 tegen een miljoenenverlies het tijdens coronajaar 2020 aangekochte FreshDirect, dat in en rond de stad New York boodschappen aflevert.

Waar supermarkten niet zelfstandig hun boodschappen

bezorgen, gaat het veelal via Instacart, een platform waarop consumenten boodschappen bestellen die door per bezorging betaalde bezorgers uit de schappen van de winkels worden gehaald. Die oplossing is niet goedkoop: zowel de consument als de supermarkt betaalt een vergoeding aan het platform, dat in september zijn beursdebuut maakte en in 2022 een jaarwinst van 428 miljoen dollar boekte. De verkoop van software aan supermarkten en het aanbieden van advertentieruimte aan voedselmerken levert ondertussen een groeiend deel van de winst op, terwijl de marges op het bezorgen van boodschappen achterblijven. Analisten waarschuwen dat er maar weinig groei in het bedrijf lijkt te zitten. De opleving van vrijwel alle beurskoersen ging dan ook aan het bedrijf voorbij: van de beursintroductie tot de jaarwisseling verloor het aandeel zo'n 29 procent, terwijl de Nasdaq-index in die periode een kleine 10 procent steeg.

