

ika



Foto's: Inge van Mill/ANP

door die prijzen op termijn weer te verhogen, heeft het mis. "Die lagere prijzen zijn blijvend", zegt Boer. "Uiteindelijk moeten die lage prijzen leiden tot hogere volumes." Die volumestijging is er nog niet. Op de vraag of zijn strategie dus (nog) geen succes is, reageert de detailhandelsman afgemeten. "We zien de eerste signalen dat onze inzet van de laatste drie jaar aanslaat. We zien de perceptie van de klanten wel veranderen. Maar dit is de wereld van retail. Er is heel veel concurrentie. We zien tegenreacties. Daar moeten we mee leren leven. Dat is onze taak. Dat vind ik leuk."

AHOLD SNIJDT AL SINDS 2012 IN DE KOSTEN IN DE VS EN VOERDE FLINKE PRIJSVERLAGINGEN DOOR. UITEINDELIJK MOETEN DIE LAGE PRIJZEN LEIDEN TOT HOGERE VOLUMES

Retailexpert Bruce Cohen, partner in San Francisco van adviesfirma Kurt Salmon, spreekt van onstuimige tijden in supermarktländ. "Ik volg deze sector al dertig jaar", zegt hij. "Dit is de meest opwindende tijd die ik ooit meemaakte. De detailhandel was eerlijk gezegd jarenlang een slaperige bedoening. Traditionele spelers hebben een schop onder hun kont gekregen. We zien nieuwe spelers en nieuwe concepten opkomen. Wat wordt de impact van Amazon Fresh (de bezorgdienst van Amazon.com, red.) op bestaande supermarkten? We zien de opkomst van prijsvechters

en speciaalzaken. Na het succesverhaal van Whole Foods kwamen nieuwe partijen op als Sprouts Farmers Market en Trader Joe's dat eigendom is van Aldi. Ze expanderen agressief en hebben een sterke relatie met hun klanten die ze met unieke producten bedienen waar veel over wordt gesproken. We zien grote veranderingen in de marketing, de invloed van big data en we zien consumentengedrag snel veranderen met een nadruk op vers en gezond eten. Wie niet meegaat, wordt minder relevant en is ten dode opgeschreven."

Dick Boer erkent dat Ahold de opmars van biologisch eten onderschat heeft. "We hadden meer kunnen doen toen we die trend voor het eerst zagen." Traditionele supermarktbedrijven hebben hun assortiment van biologische producten flink uitgebreid. "De Amerikaanse klant gaat er nu helemaal voor", zegt Boer. Vroeger was Amerika het voorbeeld voor Ahold. Boer denkt vandaag de dag nuttige ervaring uit Europa naar Amerika te kunnen halen. "De verstedelijking in de VS doet een beroep op onze ervaring met kleinere formats." Delhaize heeft met Food Lion kleinere winkels waar Ahold die ervaring kan inzetten. "Wij hebben in Nederland veel meer ervaring met het efficiënt omspringen met beschikbare vierkante meters. Dat is voor ons een enorme kans." Boer wijst verder op een pilot van Ahold met een nieuwe formule 'bFresh' in Boston, een gemakssupermarkt voor stedelijke gebieden. Boer zegt op productniveau "waaninnige kansen" te zien. Hij wijst erop dat Amerikanen de helft van de tijd buiten de deur eten. "We moeten een veel groter aandeel verwerven in die *out of home*-consumptie. We zullen zoals in Nederland meer inzetten op kant-en-klare maaltijden." Het is een observatie die persbureau Bloomberg oppikte als het belangrijkste uit het interview met Boer in New York.

NIEUWE STANDAARD

Ahold-concurrent Kroger, dat expandeerde met de overnames van

