

'Redder' Boer gaat door voordeur weg

Hij moest de scherven van Cees van der Hoeven oprapen en Albert Heijn uit de grootste crisis in het bestaan trekken. Het lukte Dick Boer, die als een echte kruidenier op de centen lette.

PETER DE WAARD

AMSTERDAM



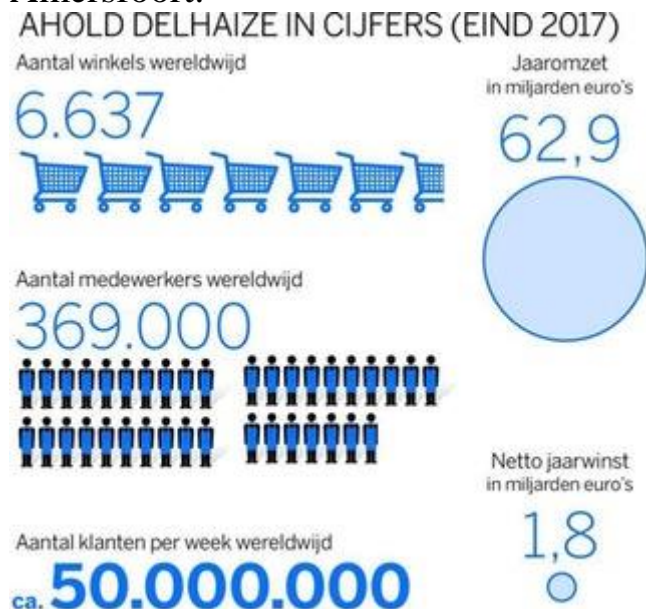
Dick Boer (l) in de zomer van 2016, toen hij na de fusie met Delhaize op de beurs de handel in het nieuwe aandeel mocht aankondigen, met naast hem zijn opvolger Frans Muller.

Foto ANP

Scheidend topman Dick Boer heeft voor Ahold bijna net zo veel betekend als oprichter Albert Heijn. Toen het imago van het concern in 2003 na een boekhoudschandaal in gruzelementen lag, redde hij eerst de reputatie van vlaggeschip Albert Heijn om daarna heel Ahold weer in de vaart der volkeren op te stoten.

Donderdag maakte Boer (60) bekend op 1 juli op te stappen. Maar hij zal wel als adviseur aan het bedrijf verbonden blijven. Het is ongebruikelijk om een oud-topman meteen na de machtsoverdracht tot adviseur van zijn opvolger te benoemen, maar deskundigen kunnen daar in dit geval wel

begrip voor opbrengen. 'Ik denk dat zijn kennis bij Ahold op waarde wordt geschat. Hij is heel belangrijk geweest voor het concern - eerst bij Albert Heijn, later ook bij Ahold', zegt Frank Quix van retailexpert Q&A in Amersfoort.



060418 © de Volkskrant. Bron: Jaarverslag Ahold Delhaize 2017

Paul Moers, een detailhandelsgoeroe die zelf eens bij Albert Heijn werkte, zegt dat Boer 'Ahold uit een ongelooflijk diep dal heeft gesleekt en het concern uitmuntend heeft geleid'. 'Zo iemand moet je nooit laten lopen.' Zowel Quix als Moers denkt dat Boer in de toekomst mogelijk commissaris bij Ahold zal worden, hoewel de code Tabaksblat het benoemen van oud-bestuurders als toezichthouder ongewenst noemt.

Boer was een man naar het hart van de in 2011 overleden Albert Heijn. Die had zich groen en geel geërgerd aan het beleid van zijn voormalige protégé Cees van der Hoeven, die als bestuursvoorzitter een boekhoudschandaal veroorzaakte dat het concern in de grootste crisis van zijn bestaan stortte. Boer was geen megalomane marketeer zoals Van der Hoeven, maar een kruidenier die op de centen lette. Hij is zelfs 'onder de toonbank geboren'. Zijn vader bezat een Vivo-supermarkt in het Zeeuwse Axel, waar zoon Dick volgens zijn moeder 'spulletjes moest klaarzetten, vakken vullen en achter de kassa zitten'.

Na de heao werkte hij eerst bij de groothandels Unigro en Makro, voordat hij in het crisisjaar 2003 Albert Heijn ging leiden. De supermarktketen verkeerde in zwaar weer als gevolg van de reputatieschade die het boekhoudschandaal met zich meebracht - Albert Heijn was doelwit van een consumentenboycot - en de toenemende concurrentie van de prijsvechters Aldi en Lidl.

36 procent is het huidige marktaandeel van Albert Heijn in Nederland. Onder Dick Boer steeg het de laatste jaren van 33 procent naar die 36 procent.

Tegen de zin van de toenmalige raad van bestuur verlaagde Boer de prijzen van duizend producten. Dat hielp Albert Heijn van zijn dure imago af. Onder het parool 'sturen op omzet, niet op marges' wist hij het Nederlandse marktaandeel van Albert Heijn door middel van een continue prijzenoorlog te verhogen van 20 naar 30 procent. Concurrenten als Laurus legden in die moordende prijzenslag het loodje.

In 2011 volgde de man met de oer-Hollandse naam de Brit John Rishton op als hoogste baas van Ahold. Hij paaide eerst de aandeelhouders met een dividendverhoging en de inkoop van eigen aandelen (beide maatregelen drijven de beurskoers op), maar liet ook meteen zijn daadkracht als topmanager blijken. Een jaar na zijn aantreden als Ahold-topman kocht hij webwinkel Bol.com voor 350 miljoen euro en stelde zich ten doel de online-omzet van Ahold in korte tijd te verdrievoudigen. 'Dick is de enige die het kruideniersvak combineert met strategisch inzicht', zei een anonieme concurrent in Het Financieele Dagblad.

Deze oer-Hollandse instelling werpt ook vruchten af in de VS, waar Ahold Delhaize ruim 60 procent van zijn omzet behaalt. Ondanks de opmars van Aldi en Lidl op de Amerikaanse markt en de concurrentie van Amazon, dat supermarktketen Whole Foods opkocht, slaagde hij erin ook daar de winstgevendheid te vergroten. In 2017 ging een andere vurige wens in

vervulling. Boer wist een fusie met - maar in feite een overname van - het veel minder winstgevende Belgische Delhaize te bewerkstelligen. 'Ook die fusie is een succes geworden', zegt Quix. 'En daarnaast heeft hij het marktaandeel van Albert Heijn in Nederland kunnen vergroten van 33 tot 36 procent', aldus Moers. 'Dat is een veel grotere prestatie dan een marktaandeel van 0 naar 3 procent laten groeien.'

+

Economie