

Supermarkten

De supers van Ahold Delhaize draaien recordomzet, maar virusvrij boodschappen doen blijkt een dure grap



Een bezorger van AH thuishservice. Beeld Hollandse Hoogte / Harold Versteeg

Door de enorme toeloop op thuiswinkelen groeide de omzet van Ahold Delhaize fors. Tegelijkertijd is

virusvrij boodschappen doen en de logistiek achter webwinkelen een dure grap.

Joost van Velzen 17 februari 2021, 17:05

Grootwinkelbedrijf Ahold Delhaize heeft de online omzet met ruim 67 procent opgevoerd in het afgelopen jaar. Het moederbedrijf van onder meer Albert Heijn, Etos en Bol.com noteerde een stijging van de totale omzet van 14,2 procent en sloot coronajaar 2020 af met 74,7 miljard euro aan inkomsten. Het concern presenteerde woensdag de cijfers over het gehele afgelopen jaar en het vierde kwartaal.

Daarmee komt Ahold Delhaize als een van de grote winnaars uit de bus in tijden van een pandemie. Het winkelbedrijf had het ‘geluk’ dat supermarkten en drogisterijen open mochten blijven én het heeft Bol.com binnen de gelederen. Het webwarenhuis profiteert volop van het thuiswinkelen en dat is te zien aan de inkomsten van het afgelopen jaar.

De verkopen via bol zijn in 2020 met de helft gestegen naar een omzet van 4,3 miljard euro. Vooral in het vierde kwartaal werd het online platform – dat inmiddels 41.000 ‘gastondernemingen’ toelaat – druk bezocht. Dat kwam omdat veel fysieke winkels in Nederland en België dicht moesten, waardoor aankopen voor de lucratieve feestdagen veelal bij Bol.com werden gedaan. Aan de staart van 2020 zag de webwinkel de verkopen met 70 procent stijgen.

“Ahold Delhaize heeft het uitstekend gedaan, al is het succes ze natuurlijk in de schoot geworpen door het coronavirus”, constateert merkendeskundige Paul Moers. “Door lockdowns konden de mensen niet naar de horeca en kochten ze meer in de supermarkt.”

Of er winst wordt gemaakt is ‘heel erg vaag’

Er was ook een andere kant van de coronamedaille. Om te voldoen aan allerlei veiligheidsmaatregelen in supermarkten en distributiecentra wereldwijd moest het bedrijf 680 miljoen euro afschrijven. Dat – en aanvullingen op de pensioenregeling voor medewerkers – drukte de nettowinst, die daalde van 1,8 miljard euro in 2019 naar 1,4 miljard euro vorig jaar. Met valutaschommelingen meegerekend komt het nettoresultaat nog een stuk lager uit; dan blijft onder de streep 316 miljoen euro over.

Hoe de verschillende onderdelen van het bedrijf individueel precies presteren maakt Ahold Delhaize nooit bekend. Onduidelijk is bijvoorbeeld of, en zo ja, hoeveel winst Bol.com aan de sterk gegroeide omzet overhoudt. Datzelfde geldt voor de supermarkten binnen het concern. Om aan de enorme belangstelling voor thuisbezorgde boodschappen te kunnen voldoen moeten winkelbedrijven grote investeringen doen in logistiek, zoals webtechnologie, magazijnen en bestelbusjes, en in personeel. Tijdens de opening van een nieuw AH-distributiecentrum voor thuisbezorgen in Bleiswijk in september vorig jaar, vertelde Albert Heijn-baas Marit van Egmond dat ‘het online-kanaal nog een financiële uitdaging is’.

Of er winst wordt gemaakt met online winkelen is inderdaad nog altijd ‘heel erg vaag’, zegt Paul Moers. “Bij Albert Heijn zijn het vooral bestaande klanten die bij ah.nl shoppen terwijl supermarkten als Plus en Coop er door online veel nieuwe klanten bij hebben gekregen.” Moers denkt dat de kosten voor de logistiek wel omlaag kunnen door bijvoorbeeld robots in te zetten in distributiecentra: “Daarnaast zouden ze hun logistiek kunnen inzetten door ook voor andere bedrijven te leveren. Ik verwacht uiteindelijk dat Albert Heijn de eerste zal zijn die met online boodschappen winst gaat maken.”

Er lijkt geen weg terug

Een weg terug lijkt er bovendien niet te zijn. Webwinkelen is definitief ingeburgerd, het afgelopen jaar op topsnelheid, met dank aan Covid-19. Wie er niet in mee kan is gezien. Dinsdag nog kondigde regiosupermarkt Deen aan dat het zijn tachtig winkels verkoopt aan onder meer Albert Heijn omdat het de benodigde investeringen voor online niet kan dragen.

Zelfs een mondiale reus als Ahold Delhaize (380.000 medewerkers, 7000 winkels) moet dit jaar meer kosten gaan besparen dan gepland om zo extra geld vrij te maken voor investeringen in de logistiek achter webwinkelen. Verstandig, vindt Moers: “Ahold opereert rustig, ze denken goed na. Het is een hartstikke solide wereldspeler geworden.”

Hoewel het concern zijn wortels heeft in Nederland (Ahold) en Wallonië (Delhaize) wordt het meeste geld in de VS verdiend, waar het bedrijf aan de oostkant van het land zo'n 2000 supermarkten heeft. De Verenigde Staten zijn goed voor ongeveer 60 procent van alle verkopen van het concern. Ook daar de run op online: in het vierde kwartaal verdubbelden de Amerikaanse online verkopen.