

Nieuwe Ahold-ceo houdt kaarten tegen de borst

Boer: '2011 wordt lastig jaar'

FORMULES Peter Smit

AMSTERDAM - Geen grote overname, de Amerikaanse ketens hebben het zwaar, in Nederland gaat het prima, maar 2011 wordt nog een lastig jaar. Zo luidde donderdag kort gezegd de boodschap van de kersverse Ahold-topman Dick Boer.

Boer trad bij de presentatie van de jaarcijfers voor het eerst op als Ahold-ceo, de functie die hij sinds dinsdag officieel bekleedt. Voorafgaande waren de verwachtingen hoog gespannen. Al maanden wordt Ahold gekoppeld aan Hema dat in de etalage staat. Geen onlogische gedachte, want het supermarktconcern heeft met een reserve van 2 miljard euro een riant kaspositie en het heeft hoge ambities binnen de categorie non-food.

De kersverse topman had op het overnamevlak niets aan te kondigen. Verder dan dat er wordt gekeken naar 'mogelijkheden die passen bij onze strategie', wilde hij niet gaan. Wel gaat het concern weer eigen aandelen terugkopen. Hiervoor wordt in de komende anderhalf jaar 1 miljard euro uitgetrokken.

De totale omzet van Ahold groeide met 5,7 procent tot 29,5 miljard euro, maar de winst daalde met 4,5 procent tot 853 miljoen euro. Ondanks die winstdaling uitte Boer zich tevreden. "We realiseerden volumegroei en hebben ons marktaandeel vergroot in onze



Klanten blijven ook dit jaar op de prijzen letten, verwacht Ahold-ceo Dick Boer.

belangrijkste markten, ondanks opnieuw lastige omstandigheden voor de levensmiddelensector." De marktomstandigheden in de Verenigde Staten zijn op dit moment moeilijker dan in Nederland, zegt Boer. Consumenten letten er nog meer op prijs dan hier het geval is. In Tsjechië en Slowakije bedroeg de netto-omzet over heel 2010 1,7 miljard euro, een daling van 3,5 procent na correctie van de wisselkoersen en de extra verkoopweek in 2009. De identieke omzet steeg er in de super- en hypermarkten met 0,7 procent. De omzet werd negatief beïnvloed door winkelsluitingen en afslanking in verband met

het in 2009 ingezette herstructureringsprogramma.

Prijsverhogingen

Prijs blijft een issue voor de consument. 2011 wordt daarom opnieuw een lastig jaar, verwacht Boer, die zich afvraagt of Ahold de kostenstijgingen door zal kunnen berekenen naar de winkelprijzen. "We zien inflatie opkomen in het laatste kwartaal van vorig jaar. Leveranciers proberen dat door te belasten via ons naar de klant. We moeten de prijsverhogingen wel zorgvuldig doen en zorgen dat er een juiste balans is tussen de prijsverhogingen van producten en de echte inflatie."

AH krijgt zijn zin met groen en blauw logo

Ik Kies Bewust en Keuze Klavertje gaan samen verder

LOGO'S Peter Smit

DEN HAAG - Ik Kies Bewust en het Keuze Klavertje van Albert Heijn gaan samen op in twee nieuwe logo's. Aan de totstandkoming van de nieuwe keurmerken gingen twee jaar durende onderhandelingen vooraf.



De nieuwe logo's verwijzen naar een gezonde of een bewuste keuze.

Voortaan wordt bij de aanbevolen producten onderscheid gemaakt tussen 'gezond' en 'bewust'. Het groene logo met de tekst 'gezondere keuze' staat voor een gezondere keuze binnen een groep van basisproducten die veel nuttige voedingsstoffen bevatten. Hieronder vallen onder meer brood, melk, groente en fruit. Het blauwe logo met de tekst 'bewuste keuze' duidt op producten die niet tot de basisvoeding behoren zoals soepen, sauzen en tussendoortjes, maar vergeleken met andere producten in de categorie een betere samenstelling hebben.

De komst van een tweede Keuze-logo mag op het conto van Albert Heijn worden geschreven. Bij het Klavertje-systeem - geïntroduceerd in 2005, een jaar voor Ik Kies Bewust - maakte de marktleider ook al het onderscheid tussen een gezonde en een bewuste keuze. AH wil het Klavertje zo snel mogelijk vervangen door het nieuwe Keuze-logo, zegt woordvoerder Dagna Hoogkamer. "Maar het kan nog wel twee jaar duren voordat alle producten om zijn. Het tempo is afhankelijk van het

product en de hoeveel verpakkingsmateriaal dat onze leveranciers nog op voorraad hebben. Je kunt je voorstellen dat het bij dagverse melk sneller zal gaan dan bij diepvriesgroenten."

Inventarisatie

Een aantal producten dat voorheen wel een Klavertje had, krijgt door aanscherping van de criteria geen nieuw logo meer op de verpakking. Om hoeveel producten het gaat is nog onduidelijk. Op het hoofdkantoor van AH wordt momenteel hard gewerkt aan een inventarisatie. "De nieuwe systematiek achter de logo's is in samenwerking met Stichting Ik Kies Bewust ontwikkeld. Uitgangspunt is dat het de consument helpt om voor het schap een goede keuze te maken. Daarnaast wilde AH graag onderscheid maken tussen basis- en niet-basisproducten."

Met de samenvoeging van beide logo's en de toetreding van Albert Heijn tot de Stichting Ik Kies Bewust, krijgen nu zo'n 6.600 producten de nieuwe voedselkeuzelogo's.

Onderzoeker: 'Soms hebben ze simpelweg niet het juiste briefje verstuurd'

Supermarkten laten kansen voor zondagopening liggen

ACHTERGROND Joost Agterhoek

NIEUWVEEN - Ondanks de recente aanscherping van de Winkeltijdenwet zijn er nog steeds gemeenten waar supermarkten gemakkelijk een zondagvergunning kunnen krijgen. In 14 procent van de gemeenten bestaan hiervoor nog concrete uitbreidingsmogelijkheden. "Gemeenten staan meer open voor de argumenten van ondernemers in de huidige economische situatie."

Raoul Meester, specialist in horeca, civiel en bestuursrecht, is verbaasd over de resultaten uit het onderzoek dat hij met zijn eigen kantoor Meester Advocaten uitvoerde. Via vragenlijsten, persoonlijk overleg en telefonisch contact is bij alle 418 Nederlandse gemeenten gevraagd wat de huidige en toekomstige mogelijkheden zijn voor avond- en zondagopenstelling. Hierop hebben 180 gemeenten inhoudelijk gereageerd. Meester: "Meer dan 10 procent van de gemeenten ziet concrete kansen om zondagopenstelling te verruimen."

Verder blijkt uit het onderzoek dat 93 procent van de gemeenten die tot nu toe reageerden op Meesters vragen op dit moment over een verordening winkeltijden beschikken en 43 procent bezig is een nieuwe verordening op te stellen. "Daarbij zijn er nog veel supermarkten die onder de huidige verordening op zondag open mogen, maar gewoonweg niet het juiste briefje naar de gemeente hebben gestuurd."

In een voorbeeld licht Meester deze situatie toe. "Een middelgrote gemeente kent deels een toeristisch gebied. Buiten dat gebied komen twee supermarkten in aanmerking om op zondag open te gaan. De regeling lijkt echter onbekend bij de ondernemers.



Raoul Meester, eigenaar van advocatenbureau Meester Advocaten: "Er zijn veel supermarkten die onder de huidige verordening op zondag open mogen, maar gewoonweg niet het juiste briefje naar de gemeente sturen."

In dit gebied zijn Albert Heijn, C1000, Jumbo en andere supermarkten actief. Ook in een andere gemeente, waar uitsluitend Albert Heijn en C1000 een supermarkt hebben, maakt geen van beide formules gebruik van de plaatselijke verordening om als avondwinkel op zondag open te mogen. Supermarkten moeten niet een te algemene aanvraag doen tot zondagopening, maar heel specifiek aangeven wat ze willen en waar ze recht op hebben onder bijvoorbeeld de ontheffing voor avondwinkels."

Zondagopening verdwijnen

Doordat de Winkeltijdenwet is aangepast zijn gemeenten verplicht hun verordening aangaande zondagopening te herzien. Ook worden er strengere eisen gesteld om te bepalen

of er sprake is van een toeristisch gebied in een gemeente. Volgens Meester valt het niet uit te sluiten dat de zondagopening hierdoor in enkele gebieden zal gaan verdwijnen.

"Verschillende steden en gemeenten zullen het moeilijk vinden om te bewijzen dat er daadwerkelijk een toeristisch gebied aanwezig is. Daarbij ben ik ervan overtuigd dat gemeenten die nu al geschillen hebben met ondernemers over het toeristisch gebied deze regeling wel kwijt willen."

Het verdwijnen van een toeristische bepaling hoeft supermarkten die nog een vergunning voor zondagopening willen regelen niet te belemmeren, meent Meester. "Vanuit strategisch oogpunt kan het voor een supermarkt in die bewuste gemeenten op dit moment juist aantrekkelijk zijn om



De zondagloterij leidt in sommige marktgebieden tot scheve concurrentieverhoudingen. Zo heeft in Apeldoorn Lidl in drie wijken een vergunning tot zondagopening verkregen waar Albert Heijn achter het net viste.

alsnog een aanvraag in te dienen voor een ontheffing voor een avondwinkel. Het is in strijd met de verscherping van de Winkeltijdenwet, maar ik merk dat gemeenten nu meer openstaan voor argumenten van ondernemers om zondagopenstelling te verkrijgen. Het gaat dan wel puur om supermarkten die op zondag open zijn. Het bepalen van een toeristisch gebied heeft heel wat meer voeten in de aarde, aangezien dan alle winkels in dat gebied op zondag open mogen."

Boetes

In de gemeente Westland heeft de regering recent gemeld dat het huidige besluit van de gemeente betreffende zondagopening vernietigd kan worden. De gemeenteraad had bepaald dat er sprake was van een

toeristisch gebied en bood winkels onder die regeling de kans op zondag de deuren te mogen openen. Volgens Meester kunnen supermarkten die zich in deze positie bevinden het beste zo snel mogelijk een ontheffing tot avondwinkel aanvragen.

De Albert Heijn-vestiging in Haarlem van de gebroeders Vos en Albert Heijn en Coop-winkels in Apeldoorn grepen onlangs mis bij de loting van vergunningen voor zondagopening. Meester: "Supermarktondernemers kunnen in zo'n geval navraag doen bij de gemeenteraad en vervolgens in beroep gaan, maar meer is hier in feite niet aan te doen. Mochten ze toch besluiten om op zondag hun deuren te openen, dan is er sprake van een economisch delict en is beboeting toegestaan."