

Aan: de voorzitter en de leden van de vaste commissie Sociale Zaken en Werkgelegenheid van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Bijdrage ten behoeve van het rondetafelgesprek 'Winsten & Lonen', 24 mei 2023

Ahold Delhaize

Van een lokaal supermarkt bedrijf in Nederland en België groeide Ahold Delhaize de afgelopen 155 jaar uit tot één van de grotere supermarkt bedrijven wereldwijd, met een portfolio van 19 lokale merken in 10 verschillende landen en zijn hoofdkantoor in Nederland. Vandaag de dag komt ruwweg 2/3^e van onze omzet uit de Verenigde Staten en 1/3^e uit Europa. In 2022 waren onze merken in de Verenigde Staten verantwoordelijk voor 70% van het onderliggend operationele resultaat. Onze merken, oorspronkelijk nagenoeg allemaal familiebedrijven met een lange historie, bedienen met ruim 7600 winkels en meer dan 414.000 medewerkers wekelijks zo'n 60 miljoen klanten. Als moederbedrijf zorgen we dat onze lokale merken gebruik kunnen maken van de schaal, kennis en ervaring van de groep, bijvoorbeeld op gebied van digitalisering, innovatie en verduurzaming, zodat zij duurzame en gezonde voeding voor iedereen toegankelijk kunnen maken.

Onze merken zijn altijd lokaal en dichtbij. Het gaat immers om die ene vertrouwde winkel om de hoek, die zorgt voor de beschikbaarheid van betaalbare, kwalitatieve, gezonde, gevarieerde en duurzame voedingsmiddelen en voor lokale werkgelegenheid. De winkel die vervlochten is met de lokale gemeenschap en zijn klanten.

In onze wereldwijde portfolio met 19 lokale merken, zijn onze Nederlandse merken Albert Heijn, Etos, Gall & Gall en bol.com nauw verweven met de levens van veel Nederlanders, dan wel omdat ze er klant zijn, dan wel omdat ze er werken of gewerkt hebben. In Nederland werken er meer dan 100.000 mensen bij onze merken¹. Jaarlijks investeren Ahold Delhaize en de lokale merken samen circa 600 miljoen euro in de Nederlandse markt, bijvoorbeeld ten behoeve van innovatie en verduurzaming. Onze bestedingen en investeringen zorgen op hun beurt weer voor circa 36 miljard euro omzet en 134.000 voltijd banen bij andere Nederlandse bedrijven, waaronder voor 2/3^e bij het Nederlandse midden- en kleinbedrijf.² Tot slot droegen wij in 2022 120 miljoen euro aan winstbelasting af, waarmee we één van Nederlands grotere belastingbetalers zijn.

¹ Dit staat gelijk aan 40.000 voltijd banen, [Ahold Delhaize Annual Report 2022](#) p.73.

² SEO Economisch Onderzoek in opdracht van Ahold Delhaize in 2021.

Stakeholderbelangen

Als onderneming houden we voortdurend rekening met de belangen van degenen die bij ons bedrijf betrokken zijn: medewerkers, klanten, aandeelhouders, leveranciers en lokale gemeenschappen.

De 414.000 medewerkers bij onze lokale merken zijn de kern van ons bedrijf. Wij zijn trots op hun inzet en het verschil dat ze dagelijks maken voor hun klanten en gemeenschappen. We vinden het belangrijk dat al onze medewerkers wereldwijd zich welkom voelen, de kansen en ondersteuning krijgen die ze nodig hebben om te groeien en hun volledige potentieel te bereiken. Onze merken bieden marktconforme primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden, gelijke beloning voor gelijk werk en doorgroei mogelijkheden.³ In Nederland, bieden onze merken bijvoorbeeld winstdelings- of bonusregelingen voor een groot deel van de medewerkers, en een goed pensioen. Andere voorbeelden van secundaire arbeidsvoorwaarden die onze merken bieden zijn medewerkerskortingen op boodschappen, opleidingen en examentrainingen.

Ahold Delhaize investeert wereldwijd jaarlijks circa 2,5 miljard euro om toekomstbestendig te blijven, in onder meer innovatie, digitalisering en verduurzaming van het voedselsysteem. Zo kondigden wij afgelopen november aan dat we 37% van de CO2-emissies in de waardeketen willen reduceren per 2030, als tussentijds doel op weg naar een keten met netto nul uitstoot in 2050. Onze klimaatdoelstellingen zijn in lijn met de *Net-Zero Standard* van het *Science Based Targets initiative* en de doelstelling van de Verenigde Naties om de opwarming van de aarde onder de 1,5°C te houden. In 2022 steunde onze merken in alle lokale markten goede doelen en maatschappelijke organisaties voor in totaal 218 miljoen euro.

De effecten van de oorlog in Oekraïne worden in ons bedrijf vooral in Europa gevoeld, waar we in 2022 een ongekende inflatie, stijgende grondstofprijzen en stijgende energieprijzen zagen. Onze merken zetten zich in om boodschappen zo betaalbaar mogelijk te houden voor hun klanten, onder andere door stevig te onderhandelen met grote leveranciers en door zelf een deel van de gestegen kosten voor energie, arbeid en transport te absorberen. In 2022 zorgde de inflatie voor een groei van de omzet, maar het effect op de winstgevendheid was negatief.⁴ In Europa leidde dit tot het teruglopen van onze marge naar 3,6% en een winstdaling van ruim 13%. Wereldwijd verdienen we in 2022 4 cent op een euro. Een marge van 4% is bescheiden te noemen, zeker vergeleken met de grote leveranciers in onze keten, met marges tussen de 10 en 20%. Zoals Rabobank concludeert in recent onderzoek: druk op de winstmarges bij supermarkten duidt er niet op dat zij de hoge inflatie hebben aangegrepen om hun

³ [Ahold Delhaize Human Rights Report 2022](#), p.20.

⁴ [Ahold Delhaize Annual Report 2022](#) p.59

winsten te verhogen door hun afzetprijzen méér te verhogen dan op basis van hun kostenstijging nodig zou zijn geweest.⁵

De winst die uiteindelijk na onder meer het betalen van de kosten van de producten, salarissen van onze collega's, investeringen en het voldoen van belastingen overblijft, wordt voor een deel gebruikt om dividend uit te keren aan onze aandeelhouders. Als een vorm van vergoeding voor geïnvesteerd kapitaal en bijdrage voor hun investeringsrisico, zodat zij ook in de toekomst willen blijven investeren in Ahold Delhaize. Alleen als financieel gezond bedrijf kunnen wij de juiste investeringen doen en een goede werkgever blijven en dat is belangrijk, omdat we graag ook de komende 155 jaar onze rol in de samenleving willen blijven spelen. Voor klanten, medewerkers en gemeenschappen.

⁵ <https://www.rabobank.nl/kennis/d011366704-is-in-nederland-sprake-van-graaiflatie>