

ONZEKERHEID BLIJFT TROEF

TEKST: FLORIS HERS; FOTO'S: TIJMEN BALLIEUX

Positieve geluiden uit de reële economie werden op de 32^{ste} Dag van de Belegger overschaduwde door sombere financiële perspectieven.

Weer markeerde de Dag van de Belegger een mijlpaal in de affaire World Online. Kwam vorig jaar het bericht dat de Hoge Raad de knock-out had uitgedeeld, dit jaar kon de VEB bekendmaken dat met de betrokken banken een schikking van 110 miljoen euro is overeengekomen. Terecht memoreerde directeur Jan Maarten Slagter dat “generaties VEB'ers” keihard aan deze tien jaar slepende zaak hebben gewerkt. Met als resultaat een schikking voor gedupeerden die de VEB trouw zijn gebleven. Wie geen lid is, heeft pech gehad. Maar, zo troostte Slagter de pechvogels, “het lidmaatschap van de VEB staat nog steeds voor iedereen open, dus bij een volgende actie kunt u er gewoon bij zijn. Bijvoorbeeld de actie Fortis”.

REËEL OPTIMISME

In de parade van bestuursvoorzitters had de financiële sector de overhand, maar vanuit de reële economie kwamen de meest beemoedigende berichten. Dick Boer, die per 1 maart John Rishton zal opvolgen als ceo van Ahold, beloofde een rimpelloze wisseling van de wacht. De strategie voor de komende jaren is al vastgesteld door het huidige bestuur en die gaat Boer uitvoeren, gericht op groei met het accent op non-food. Maar expansie naar Azië is zijns inziens voorlopig nog een brug te ver.

“In Aziatische landen zijn de grote hypermarkten, de Walmarts, de eerste die binnenstormen. Dat model is niet echt iets wat wij heel goed kunnen, dan moet je hele ster-

ke non-foodcapabilities hebben, grote winkels kunnen runnen. De markten worden daar nu volwassen en dat betekent wellicht weer nieuwe kansen voor groeimogelijkheden daar. Wij denken dan niet in specifieke landen, maar wij bekijken of wat wij goed kunnen, ook kunnen toepassen in andere markten, of die nou in Azië, Zuid-Amerika of Afrika zitten. Maar belangrijker is of er in onze thuismarkten nog groeimogelijkheden zijn, in Europa en Amerika.”

Op de vraag of Ahold in dat perspectief inderdaad belangstelling heeft voor de Hema, bleef Boer professioneel mistig.

“Als wij kijken naar groeimogelijkheden, dan willen wij groeien in de sfeer van de dagelijkse behoeften van onze klanten. Dan

moet je denken aan non-foods, die passen in hun dagelijkse boodschappenpakket. Dat zie je ook in onze grote winkels nu, dat zijn we vorig jaar en dit jaar gaan uitrollen. In de grotere winkels zie je vijf-, zeshonderd vierkante meter echt puur non-foodartikelen, eigen design, helemaal ontwikkeld door onszelf met een eigen supplychain daarachter. Dan kun je denken aan services die je kunt toevoegen, zoals fotoalbums maken, services die in het gemak van de klant liggen, dat is waar we naar zoeken. Bij het groeien van ons bedrijf is onze eerste insteek dat zelf te doen. Natuurlijk kun je kijken naar overnames, naar mogelijke andere opportuniteiten, maar die zijn er overal in Europa en de wereld. Dus zijn er vele.”

Het stokje van het groeioptimisme werd soepel overgenomen door Ben Noteboom, ceo van Randstad. Extra interessant om te horen wat hij ziet gebeuren, want de uitzendbranche is toch een soort barometer van de economische weersgesteldheid.

“Wat we zien gebeuren in onze markten is dat we groeien, we zitten over de hele wereld. Het is heel hoopgevend, we groeien 19 procent waarvan 17 procent autonoom. Wereldwijd 550.000 mensen en het worden er snel meer. Ondertussen zou er iets mis kunnen gaan in de financiële wereld en dat heeft een onwaarschijnlijk grote impact op de economie als dat gebeurt. Dat hebben we vorig jaar ook meegemaakt: we zijn van 36.000 naar 25.000 medewerkers gegaan, maar we zijn winstgevend gebleven.”

Randstad is onder andere marktleider op het Iberisch schiereiland. Vandaar de vraag

