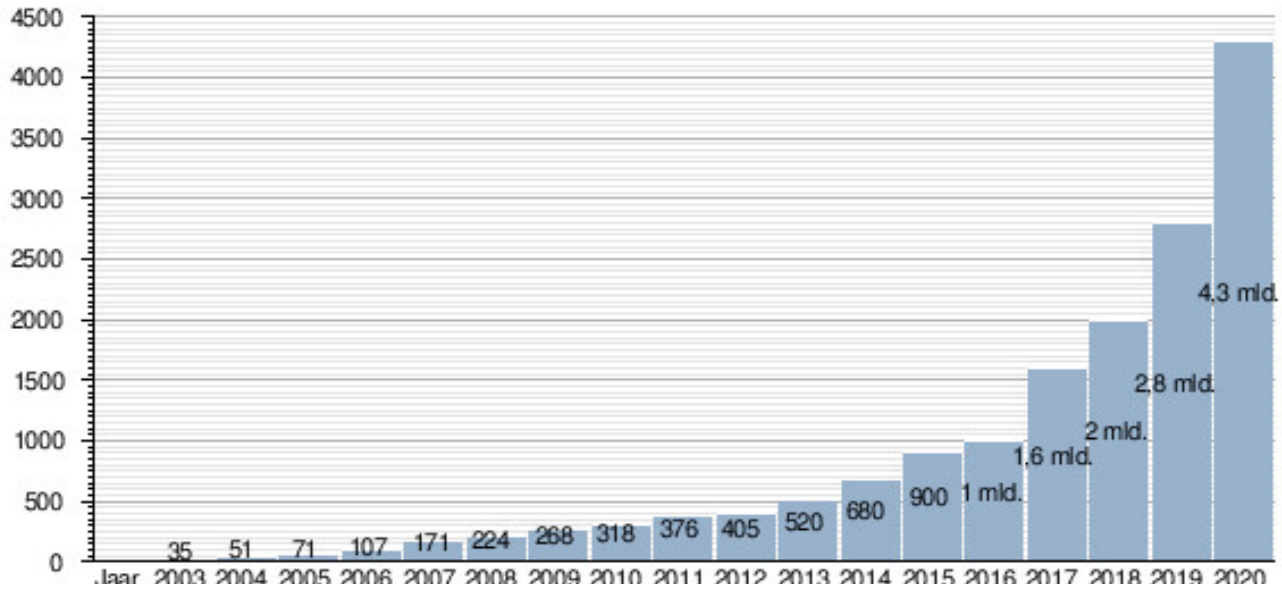


Bol.com: Nederland ging weer zelf winkelen. Maar hoe lang nog?

Posted on 17 augustus 2022 by Menno Tamminga

Webwinkel Bol.com had natuurlijk een fantastisch volksaandeel kunnen worden. Zo'n aandeel dat elke Nederlandse particuliere belegger wil bezitten. Vanwege de naamsbekendheid. Vanwege het gemak van online winkelen, dé hit in coronatijd. Vanwege de toekomstvisioenen van een digitale wereld.

Ahold, de supermarktketen die eigenaar is van Bol.com, had geschiedenis kunnen schrijven door de aandelen aan beleggers te verkopen via zijn eigen online-verkoopkanaal: datzelfde Bol.com. Dat was nog eens vernieuwend geweest. De gebruikelijke, prijzige rol van de banken passeren en rechtstreeks zakendoen met beleggers.

Wachten op betere tijden?

Maar, helaas. Ahold Delhaize houdt de aandelen van de webwinkel zelf. De koersen van vergelijkbare bedrijven in het buitenland zijn te ver gedaald. Ahold Delhaize had een hogere prijs in zijn hoofd. De beursnotering wordt uitgesteld. Hopen op

betere tijden klinkt in dit geval als een cynische uitspraak: hopen op een coronagolf, winkelsluitingen, maar wel een omzetexplosie van webwinkels.

Het afblazen van de beursnotering was al bijna geen nieuws meer omdat Het Financieele Dagblad dat al een week vóór de aankondiging van Ahold Delhaize had onthuld. De primeur was op zijn beurt voorafgegaan door een kleine, maar betekenisvolle wijziging bij een grote aandeelhouder van Ahold Delhaize.

De activistische Amerikaanse vermogensbeheerder Elliott had eind juli wat aandelen van Ahold Delhaize verkocht. Elliott was eerder juist dé aanjager van de beursgang van Bol.com. Dan zou de beleggerswereld, simpel gezegd, pas goed zien hoeveel geld de webwinkel waard was. De koers van Ahold Delhaize zou lekker omhoog gaan. Om daarvan de profiteren had Elliott medio november vorig jaar alvast ruim 3 procent van de aandelen van Ahold Delhaize gekocht. En dat was, wat een toeval, op dezelfde dag dat Ahold Delhaize aankondigde dat een aparte beursnotering van Bol.com zou worden onderzocht.

Maar het beursfeestje ging niet door. Kennelijk had Elliott dat eind juli al door. Dus begon de geldbeheerder z'n Ahold Delhaize aandelen maar te verkopen.

Hoe nu verder, Ahold Delhaize, Bol.com en winkelend Nederland?

Ahold Delhaize is niet de eerste eigenaar van een Nederlandse webwinkel die de beursplannen moet staken. Vorig jaar zou Cool Blue naar de beurs. Met het kapitaal van nieuwe aandeelhouders zou het bedrijf sneller expanderen in Duitsland. Maar ook toen gooiden lagere koersen van concurrenten roet in het eten. De beursgang werd uitgesteld, zoals dat toen heette, maar er is nadien niks meer van vernomen.

In andere bedrijfstakken zouden de eigenaren dan op elkaar afstappen en zeggen: de beursgang is passé, laten we onze bedrijven samenvoegen en in één keer een grote partij worden die ook internationaal meetelt. Bol.com en Cool Blue samen. Bol Cool. Meer inkomsten, kostenvoordelen en je hoeft niet allebei een distributiecentrum plus logistiek in bijvoorbeeld Duitsland te bouwen.

Ahold neemt gas terug bij de webwinkel

Een fusie geeft vast gedoe met concurrentiewaakhonden, maar er blijft keus genoeg (van Amazon tot Zalando). Wat houdt een krachtenbundeling in de praktijk echter nog wel eens tegen? Eigenaren en topmanagers kunnen het niet eens worden over wie de leiding krijgt en wie moet inschikken.

Nu de beursgang niet doorgaat zou je verwachten dat Ahold Delhaize zelf de expansie van Bol.com gaat versnellen. Niet. Het supermarktconcern neemt juist gas terug. Het investeringsprogramma wordt over een langere periode uitgesmeerd. Is men in Zaandam geschrokken van de daling van de omzet in het eerste en tweede kwartaal, toen consumenten de winkelstraten herontdekten en op Schiphol in de rij stonden voor vakantievluchten?

Vorige week meldde Ahold Delhaize trots dat het marktaandeel van Bol.com wél gestegen was. Ja, omdat de totale omzet van webwinkels in Nederland meer was gedaald dan die van Bol.com. Anders gezegd: de concurrenten deden het slechter, dus eigenlijk zijn we best goed bezig.

Wie goed bezig is, zet nu juist alles op alles om wél meer klanten te trekken en andere webwinkels te verslaan. Jeff Bezos, de oprichter van Amazon, zou juist meer investeren, niet minder.

Daar wreekt zich dat Ahold Delhaize met zoveel verschillende supermarkten in Europa en de VS, met zijn andere winkelformules (Etos, Gall & Gall) én met Bol.com een conglomeraat is, waarbij Albert Heijn en Delhaize vooraan staan als het investeringskapitaal wordt verdeeld. Voor de toekomst van Bol.com én voor de klanten was het een betere uitkomst geweest als het bedrijf wél een zelfstandige positie op de beurs had gekregen.

Corona, post-Corona en nu: de verarming van winkelend Nederland

De omzetdaling van de webwinkels maakt duidelijk dat hun eerder voorspelde glorieuze toekomst geen gegeven is. Integendeel. Klanten stemden de laatste tijd met de voeten: ze gingen de straat op naar ‘ouderwetse’ winkels. De vraag is of ze dat blijven doen. De inflatie jaagt de prijzen op, online én in de winkel, terwijl het

gasprijsmonster zijn tanden zet in de besteedbare inkomens.

De verarming van winkelend Nederland is hoofdpijnoorzaak nummer 1 in Zaandam. Ook daarom steekt Ahold Delhaize minder kapitaal in Bol.com. De prioriteiten zijn de laatste maanden radicaal gewijzigd. Dé vraag is nu: redt een 'dure' supermarkt als Albert Heijn zich als de pijn in de portemonnee schrijnend wordt.

*Economisch journalist **Menno Tamminga** schrijft iedere woensdag zijn column voor Wynia's Week. Over bedrijven, over economie en (soms) over politiek.*

*Wynia's Week wordt mogelijk gemaakt door de donateurs. **Doet u mee?** Hartelijk dank!*