



Winkelbeeld van het september 2022 heropende filiaal aan het Hoefbladplein in Pijnacker. Dit is de eerste Albert Heijn die geen tabak meer verkoopt, vooruitlopend op het verbod op de verkoop van tabak in supermarkten in 2024. Hier kijken we in een aantal traditionele gangpaden met houdbare producten.

## Klantprofiel Albert Heijn

Volgens het Whize-segmentatiemodel van adviesbedrijf Whooz zijn dit de twee belangrijkste doelgroepen van Albert Heijn:

### Doelgroep E: Stedelijke Dynamiek (index 124 landelijk)

- 20-40 jaar
- Hoog opgeleid
- Koopwoning (vaak appartement)
- Alleenstaand of klein gezin met jonge kinderen
- Bovengemiddeld inkomen
- Laat regelmatig boodschappen bezorgen
- Gebruikt vaak openbaar vervoer

### Doelgroep B: Jong en Hoopvol (index 119 landelijk)

- Jonger dan 35 jaar
- Hoog opgeleid
- Huurwoning (klein appartement)
- Stedelijke omgeving (nabij universiteit/hogeschool)
- Alleenstaand
- Beneden modaal inkomen
- Geen auto

## Online strategie

Albert Heijn is een omnichannel retailer en biedt een compleet supermarktassortiment online aan. Daarbij hanteert de formule variabele drempelbedragen en bezorgkosten. Thuisbezorging kan 'kosteloos' bij het afsluiten van een bezorgbundel.

## Albert Heijn

Provincialeweg 11, Zaandam  
088 - 659 91 11  
www.ah.nl

## Albert Heijn op de kaart



Albert Heijn is nog altijd de onbetwiste marktleider in supermarkland. De formule behoort tot Ahold Delhaize en het hoofdkantoor is gevestigd in Zaandam. Als grootste supermarktketen van ons land weet Albert Heijn nog steeds in aantal vestigingen te groeien. Zo nam het vorig jaar nog 38 Deen-filiaal over, toen die formule van het toneel verdween. In december 2022 werd bekend dat Jan Linders Supermarkten frachisenemer van Albert Heijn wordt. De voornamelijk in Limburg gevestigde winkels van Jan Linders worden in de loop van 2023 omgebouwd. Daarnaast is Albert Heijn sinds 2011 actief in Vlaanderen, waar het inmiddels meer dan 70 vestigingen heeft. De gegevens op deze pagina hebben betrekking op Albert Heijn (inclusief de XL-vestigingen) in Nederland. AH to go presenteren we separaat op bladzijde 7. Albert Heijn koopt zelfstandig in, maar ook via de inkoopallianties AMS en Coopernic.

## Ontwikkeling aantal vestigingspunten 2005-heden naar type winkelgebied en ontwikkeling totaal metrage wvo

	Centraal	Ondersteunend	Verspreide bewinkeling	Overig	Totaal	Totaal m <sup>2</sup> wvo
2005	322	277	71	3	673	780.300
2010	344	365	63	11	783	984.300
2015	402	406	60	17	885	1.182.300
heden	421	446	75	17	960	1.315.400

**CENTRAAL:** binnensteden, hoofdwinkelgebieden en kernverzorgende centra | **ONDERSTEUNEND:** stadsdeelcentra, wijk- en buurtwinkelcentra en boodschappencentra | **VERSPREID:** grootschalige winkelconcentraties en speciale winkelgebieden | **OVERIG:** alle overige winkelgebieden  
Bron: Locatus (bewerking Bureau van der Weerd)

## Ontwikkeling gemiddeld metrage wvo per filiaal

	Albert Heijn	Landelijk
2005	1.161	770
2010	1.257	860
2015	1.336	930
heden	1.370	963

- Indicatieve omzet per m<sup>2</sup> wvo: > € 200,-
- Grootste filiaal: AH XL Limburglaan, Eindhoven (4.450 m<sup>2</sup>)
- Kleinste filiaal: AH Marktstraat, Naarden (95 m<sup>2</sup>)
- Filialiseringsgraad: 76%

## Ontwikkeling marktaandeel Albert Heijn (Nielsen/IRI)

