

Delhaize en Ahold rond de tafel over fusie

nieuws

De supermarktbedrijven Delhaize en Ahold bevestigen dat ze de eerste gesprekken - "verkennende of preliminaire gesprekken" - begonnen zijn met het oog op een mogelijke fusie. De twee bedrijven zouden, volgens de huidige situatie, samen bijna 380.000 personeelsleden hebben en zowat 6.600 winkels in onder meer België, Nederland en de VS. De aandeelhouders reageren enthousiast, bij de vakbonden klinken de reacties minder positief.

12 MEI 2015 - LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:30

Lees meer over:

distributie

handel



De supermarktbedrijven Delhaize en Ahold bevestigen dat ze de eerste gesprekken - "verkennende of preliminaire gesprekken" - begonnen zijn met het oog op een mogelijke fusie. De twee bedrijven zouden, volgens de huidige situatie, samen bijna 380.000 personeelsleden hebben en zowat 6.600 winkels in onder meer België, Nederland en de VS. De aandeelhouders reageren enthousiast, bij de vakbonden klinken de reacties minder positief.

Delhaize en Ahold bevestigen de geruchten dat beide supermarktketens aan het onderhandelen zouden zijn over een eventuele fusie. "Deze gesprekken zouden al dan niet kunnen leiden tot een toekomstige transactie. Het bedrijf zal eventuele, belangrijke informatie communiceren volgens de geldende regulering", laat Delhaize weten.

De beurzen reageerden gisteren erg positief op de mogelijkheid dat de Nederlandse groep Ahold, eigenaar van Albert Heijn, zijn Belgische concurrent Delhaize zou overnemen. Terwijl er zo goed als geen informatie circuleert over de transactie, sloot de aandelenkoers van Delhaize 14,5 procent hoger op 82,9 euro, wat de marktwaarde van Delhaize 1,08 miljard euro opdreef tot 8,6 miljard. Ahold sloot 5,5 procent hoger af en is nu 16,3 miljard euro waard.

Bij de vakbonden daarentegen heerste allerm minst een feeststemming. De socialistische bediendebond BBTK hekelt in een open brief aan Delhaize-topman Frans Muller de onzekerheid voor het personeel en eist klare taal of er zouden spontane acties tijdens het verlengde Hemelvaartweekend kunnen komen. "Als de geruchten waar zijn, heeft heel die herstructurering alleen gediend om van Delhaize een mooiere bruid voor een aanstaand huwelijk te maken. De aandeelhouders zijn vandaag weeral een miljard rijker geworden", zegt BBTK-secretaris Jan De Weghe.

Een combinatie van beide bedrijven zou voor de Belgische markt weinig problemen moeten kennen. Albert Heijn heeft immers maar een dertigtal winkels in ons land. Maar de combinatie Delhaize-Albert Heijn zou Colruyt wel van de troon stoten als marktleider. In Nederland is Ahold overigens al marktleider. Bovendien zijn beide bedrijven actief in de VS, aan de oostkust, al is daar weinig

overlapping. De twee retailers praten overigens niet voor het eerst over een fusie. In 2006-2007 zouden de vergevorderde gesprekken nog afgesprongen zijn. Het grotere Ahold zou zich destijds niet kunnen vinden hebben in een constructie waarbij de bedrijven een gelijk aandeel in het fusiebedrijf zouden krijgen.

Een combinatie van de twee bedrijven zou sowieso een van de grootste supermarktbedrijven ter wereld opleveren. Ahold is nu de grootste van de twee. Het bedrijf telt 227.000 medewerkers en heeft 3.200 winkels in Nederland, België, Duitsland, Tsjechië en de Verenigde Staten. In 2014 was er een omzet van 32,8 miljard euro en 594 miljoen euro nettowinst. Delhaize telt zowat 150.000 medewerkers en 3.410 winkels in België, de VS, Luxemburg, Griekenland, Roemenië, Servië en Indonesië. Vorig jaar was er 21,4 miljard euro omzet en 89 miljoen euro nettowinst.

Voor de consument zou er volgens onder meer Gino Van Ossel (Vlerick Management School) niet veel veranderen. "De impact mag niet overschat worden. Verwacht niet dat de voordelen van deze deal zomaar doorstromen naar de consument onder de vorm van lagere prijzen. Albert Heijn is wel de Belgische markt binnengekomen met een sterk prijsimago, maar uit recentere prijsvergelijkingen van Test-Aankoop blijkt dat ze helemaal niet meer zo prijsagressief zijn. Waarom zou je ook, als dat niet nodig is om succes te hebben? Bovendien ontsnappen ze ook niet volledig aan de Belgische kosten. Colruyt blijft de goedkoopste en de kloof met Delhaize is niet zo groot."

Ook volgens de Groningse hoogleraar retail en marketing Laurens Sloot zal er niet veel veranderen voor de consumenten in Nederland en België. "Grote ombouwoperaties zijn niet nodig", aldus Sloot, die niet verwacht dat er merknamen zullen verdwijnen. "Beide ketens zijn zogenoemde service-supermarkten en beide zijn in eigen land 'King of Food'. Ze passen goed bij elkaar", stelt Sloot vast. "Als Delhaize of Albert Heijn als merken zouden verdwijnen, zou dat totaal nutteloos zijn."

Volgens Sloot zou Delhaize de grote winnaar zijn van een eventuele fusie: "Delhaize staat in België al zo'n tien jaar onder druk van Colruyt, de grootste supermarktketen in het land. Albert Heijn is door de Belgische consument goed ontvangen en heeft in België ook een beter prijsimago. Op dat vlak valt voor Delhaize op de langere termijn nog een en ander te doen", aldus de hoogleraar. "De organisatie bij Delhaize kan efficiënter en de keten kan leren van de manier waarop Ahold de online activiteiten heeft geregeld. Schaalgrootte bij online activiteiten is voor supermarkten nog van groter belang dat voor andere retailbedrijven."

Wat de leveranciers betreft denkt Van Ossel nog dat de leveranciers zich zullen moeten aanpassen aan de "Benelux-realiteit". "Dat doen ze nu al, maar Delhaize en Albert Heijn zullen stelselmatig kijken waar ze de beste prijzen kunnen krijgen. Het prijsverschil tussen Nederland en België zal verder afnemen. De leveranciers zullen efficiënter moeten werken", aldus Van Ossel, die gelooft dat beide spelers vooral baat zouden hebben bij een fusie, meer dan bij een overname.

Bron: Belga/De Standaard

VILT vzw


Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles


Contact


M • info@vilt.be


Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

 screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra