

Albert Heijn en Lidl winnen marktaandeel

04-03-2009 00:00

Supermarktketens Albert Heijn en Lidl hebben vorig jaar marktaandeel gewonnen. Ook inkooporganisatie Superunie, waar verschillende supermarktketens zoals Jumbo, Plus en Deen bij zijn aangesloten, vergrootte zijn greep op de markt (van 30 naar 30,7 procent). Dat blijkt uit dinsdag gepubliceerde cijfers van marktonderzoeker Nielsen.

Albert Heijn is met 824 winkels de grootste supermarktketen in Nederland. De marktleider heeft een marktaandeel van 31,3 procent. C1000 is de nummer drie, na Superunie, met 374 winkels en een marktaandeel van 13,2 procent.

De winst van Albert Heijn en het verlies van C1000 zijn aan elkaar gekoppeld. De twee partijen kwamen vorig jaar overeen het belang van Albert Heijn in het moederbedrijf van C1000, Schuitema, te verkopen aan investeringsmaatschappij CVC Capital Partners. Ruim vijftig winkels gingen over naar Albert Heijn.

Discounter Lidl sloot 2008 af met 317 vestigingen in Nederland. Een jaar eerder waren er driehonderd Lidl-winkels. Het marktaandeel steeg dan ook van 4 naar 4,8 procent. Concurrent Aldi zag het marktaandeel dalen van 8,9 naar 8,5 procent. Er zijn 463 Aldi-vestigingen in Nederland. Super de Boer zag zijn marktaandeel dalen van 7,3 naar 6,8 procent. Het bedrijf heeft 305 winkels.

Lees ook: [Supermarkt ziet omzet twee procent stijgen](#)