

AH waardevolste retailmerk van Nederland

08-04-2014 00:00

Albert Heijn is het enige Nederlandse retailmerk in de top vijftig van meest waardevolle merken van Europa. De supermarktketen staat op de 26e plek met een waarde van 866 miljoen dollar (630,1 miljoen euro), ruim achter lijstaanvoerder H&M (18,2 miljard dollar). Dat blijkt uit het rapport [Best Retail Brands 2014](#) van merkenadviesbureau Interbrand.

Voor het bepalen van de merkwaarde bekijkt Interbrand de financiële prestaties van de retailer, zijn rol in het aankoopproces van de consument en het concurrentievermogen van het merk. De kracht van het Albert Heijn is opmerkelijk, stelt managing director Patrick Stal van Interbrand Amsterdam. "De hoge merkwaarde van AH is het resultaat van de sterke authenticiteit van het merk en de jarenlange investering in innovatie om relevant te blijven voor de doelgroepen."

De retailer moet volgens hem kijken naar een versterking van zijn onderscheidend vermogen in een steeds scherper concurrerende markt. "Dit moet gefundeerd zijn in een heldere en intern begrepen merkpropositie die ook in de toekomst het anker voor merkkracht zal vormen", aldus Stal.

Walmart is met een merkwaarde van 131,9 miljard dollar het meest waardevolle merk van zowel Noord-Amerika als de rest van de wereld. De ranglijst in Latijns-Amerika wordt aangevoerd door Natura (3,2 miljard dollar), terwijl Woolworths (4,9 miljard dollar) het meest waardevolle merk van de Aziatisch-Pacifische regio is.

Top tien meest waardevolle retailmerken van Europa:

#MerkLand van herkomstMerkwaarde in dollars
1H&MZweden18,2 miljard2IKEAZweden13,8 miljard3ZaraSpanje10,8 miljard4CarrefourFrankrijk10,3 miljard5TescoVerenigd Koninkrijk9 miljard6M&SVerenigd Koninkrijk5,6 miljard7AuchanFrankrijk3,7 miljard8BootsVerenigd Koninkrijk3,4 miljard9AldiDuitsland2,9 miljard10SephoraFrankrijk2,1 miljard