

# Prijzen in supers niet hoger na Jumbo-overname

16-12-2015 08:32

De integratie van Jumbo, C1000 en Super de Boer heeft niet geleid tot hogere productprijzen. Dat concludeert de Autoriteit Consument en Markt (ACM) na [onderzoek](#) naar de fusies uit de periode tussen 2009 en 2012.

Bij deze grote supermarktfusies waren honderden vestigingen van Jumbo, C1000 en Super de Boer betrokken. De ACM stelde daarbij als voorwaarde dat supermarkten in bepaalde plaatsen moesten worden verkocht aan een concurrent. Daardoor konden consumenten blijven kiezen en bleef de onderlinge concurrentie en het prijsniveau in stand, aldus de kartelwaakhond. Meer dan twintig winkels werden verkocht als gevolg van deze maatregel.

In vrijwel alle supermarkten is de variatie in het assortiment na de overname gestegen, concludeert de ACM verder. De variatie zit vooral in een groter aanbod van producten uit één categorie. In plaatsen waar het aantal verschillende supers daalde, nam de variëteit in het aanbod minder toe. Dat effect is deels teniet gedaan doordat in een aantal van deze plekken een supermarkt moest worden verkocht.

Jumbo nam in 2009 en 2011 respectievelijk Super de Boer en C1000 over. De supermarkten van beide formules zijn inmiddels volledig omgebouwd tot Jumbo-vestigingen. De laatste C1000-vestiging ging afgelopen zomer over. "Het verdwijnen van C1000 doet pijn, veel pijn. Het was één van de mooiste en sterkste merken in de supermarktbranche", zei huidig Plus-ceo Jan Brouwer toentertijd. Hij was tussen 1981 en 2006 werkzaam bij C1000 en zag de formule uitgroeien tot een keten van ruim vierhonderd supermarkten, zo'n vier miljard euro omzet en een marktaandeel van vijftien procent.

Bekijk op [RetailWatching](#) een infographic over de fusies en de gevolgen.