

'Ahold-merken verliezen waarde'

16-08-2018 08:48



Albert Heijn, Etos en Gall & Gall zijn de afgelopen jaren uit de top twintig van sterkste Nederlandse merken gevallen. Ook het merk Ahold heeft aan waarde verloren, zo blijkt uit de lijst met vijftig waardevolste Nederlandse merken die door consultancybureau Brand Finance is opgesteld.

Shell voert die lijst al jaren aan, gevolgd door KPMG, ING, Philips en Heineken. Brand Finance berekent de merkwaarde op basis van het zou opleveren als het merk in licentie wordt gegeven aan andere partijen, schrijft [Het Financieele Dagblad](#). Shell wordt gewaardeerd op 33,5 miljard euro.

Albert Heijn is op de 23e plek de eerste retailer in de lijst. De supermarktketen stond vorig jaar nog op de negentiende plek. Ahold, Etos en Gall & Gall staan onder elkaar tussen plek 29 en 31. Voor die drie merken betekent dat een kleine stijging ten opzichte van een jaar eerder.

In 2011 stonden alle Ahold-merken nog in de top twintig, doordat de merkwaarde een stuk hoger lag. Albert Heijn zakte van een merkwaarde van 1,5 miljard naar 956 miljoen euro. Etos daalde van 860 naar 505 miljoen euro en Gall & Gall is nu nog 476 miljoen euro waard, tegenover 1,1 miljard in 2011. In dat jaar was ook een plek ingeruimd voor Sligro en Emté, maar in de nieuwste lijst staan buiten de ketens van Ahold Delhaize geen retailers meer genoteerd.