



Fusie tussen de Aldi's: Logische partners, maar ze moeten het wel willen

Door: [Ryan Baij](#)

Gepubliceerd op 13 juni 2025 om 14:31

Laatst gewijzigd: 13 juni 2025 om 15:17

RetailTrends belt iedere week met een expert over een opvallende actuele ontwikkeling. Deze keer: retailexpert Erik Hemmes, over een mogelijke fusie tussen Aldi Nord en Aldi Süd.

De geruchten over een fusie tussen Aldi Nord en Aldi Süd laaien weer op. Na een familievete in 1961

Fusie tussen de Aldi's: Logische partners, maar ze moeten het wel willen

RetailTrends belt iedere week met een expert over een opvallende actuele ontwikkeling. Deze keer: retailexpert Erik Hemmes, over een mogelijke fusie tussen Aldi Nord en Aldi Süd.

De geruchten over een fusie tussen Aldi Nord en Aldi Süd laaien weer op. Na een familievete in 1961 splitste het bedrijf op, maar in het huidige supermarktlandschap in Europa lijken ze elkaar toch weer nodig te hebben.

Wat is de belangrijkste reden voor de Aldi's om weer te fuseren?

"Bij alle organisaties is er op dit moment sprake van besparen, besparen, besparen. Groter worden is het adagium, zeker ook in de supermarktwereld. Na corona is er flinke inflatie geweest, zijn de salarissen gestegen en ondertussen worden de marges alsmaar kleiner. Met groter worden kan je de kosten drukken en dat is wat het hele landschap nu nodig heeft. Als je dan op zoek gaat naar een fusiepartner is dit voor allebei de partijen wel een logische partner."

Is een fusie tussen Aldi Nord en Aldi Süd ook haalbaar?

"De formules hebben zich op een verschillende manier ontwikkeld. Süd is qua uitstraling een warme formule met een groter assortiment en A-merken. De Aldi Nord, die wij in Nederland hebben, is wat kouder en echt een discountsupermarkt.

Het gaat er denk ik vooral om of de verschillende managementlagen en daarna alle lagen eronder er echt voor openstaan en hoe ze de processen gaan invullen. Het belangrijkste is dat ze het eens worden over dingen als de koers."

Wat hebben de Nord en Süd variant aan elkaar?

"Er zal verschillende kennis aanwezig zijn en die kennis kan worden gedeeld. Maar dan moet je elkaar die informatie wel gunnen. Denk daarbij bijvoorbeeld aan technische ontwikkelingen. Concurrent Lidl heeft al elektronische schapskaarten en communiceert ook al in de winkel met zijn klanten via verschillende technieken. Dat hebben allebei de Aldi's niet. Dus op die manier kan je daar meer in investeren met 1 fabrikant.

Maar ook op inkoop, winkelinrichting, magazijngebruik en transport kunnen de 2 bedrijven goed samenwerken en naast kostenbesparingen kunnen ze op die manier ook kennis uitwisselen op alle gebieden."

Zitten er ook nadelen aan die fusie?

"Een fusie is nooit zonder risico's. Alles moet goed gemanaged worden en je moet goed kijken wie de overhand krijgt en of dat wenselijk is. Een fusie kan echt vechtpartijen opleveren en dat is niet goed voor het merk.

Maar ik denk vooral dat de nadelen van deze fusie bij fabrikanten liggen. Er blijven minder partijen over om mee te onderhandelen en ze worden afhankelijker van een grote speler. Zeker de lokale producenten moeten zo'n vergroting allemaal maar aankunnen."

Even inzoomen op Nederland, waar Aldi Nord is gevestigd. Wat kan er mogelijk voor onze markt veranderen?

"Ik zeg eigenlijk al jaren dat de Nederlandse markt veel geschikter is voor Aldi Süd dan voor Aldi Nord. Eigenlijk had Aldi Süd hier al in 1972 moeten beginnen. Dat is niet gebeuren en je ziet nu langzaam dat Aldi het in Nederland wel goed doet. De winkels zijn inmiddels qua uitstraling al beter en het assortiment is ruimer. En Aldi wint op dit moment zelfs marktaandeel.

Op korte termijn zal er denk ik niet veel veranderen, want om nu al die net omgebouwde winkels dan Aldi Süd te maken is ook wel veel geldverspilling."

Hoe kijken de concurrenten op de Europese markt naar deze fusie? Gaat dit het landschap veranderen?

"Alle andere supermarkten zijn ook druk met allianties sluiten en groter worden. In heel Europa zie je dat de discounter meer en meer een full service supermarkt wordt, net zoals Aldi Süd nu is. In thuisland Duitsland heb je nog een Edeka die aan de bovenkant zit en in Nederland zit daar Albert Heijn. Ze groeien verder naar het midden om zich hier al tegen te wapenen."