

De ontluistering van Ahold

Hoe het ooit zo trotse Ahold de risée werd van de Nederlandse financiële wereld.

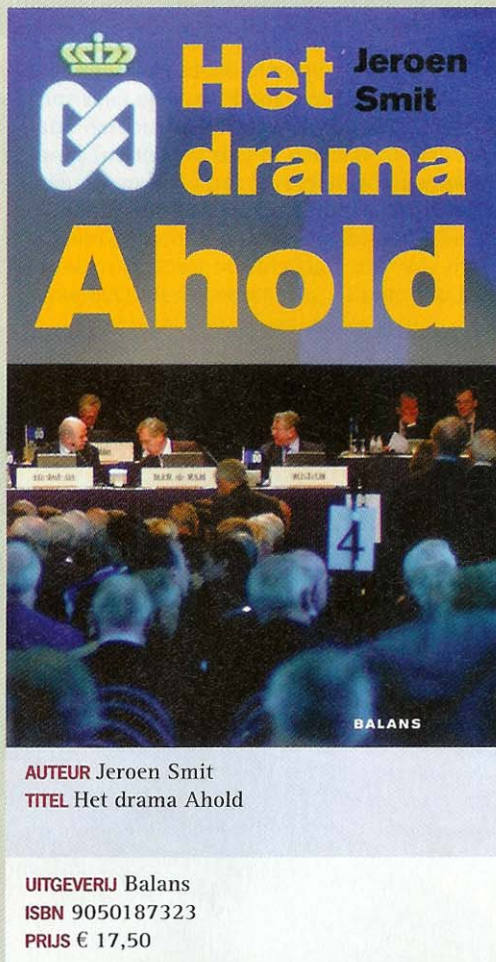
Het zou zo eenvoudig zijn om boekhoudschandalen clichématig te wijten aan de graaimentaliteit van grote bazen. Cees van der Hoeven zou in een simpel wereldbeeld een schurk zijn, die doelbewust de wereld heeft misleid enkel om zijn eigen bankrekening vol te laten lopen met miljoenen die hij zou verdienen op optieregelingen.

Maar zo simpel is het leven niet, bewijst Jeroen Smit in zijn boek *Het Drama Ahold*. Daarin ontfaelt de voormalige hoofdredacteur van dit blad na maanden van onderzoek en gesprekken met tientallen betrokkenen uit de hoogste regionen hoe al vroeg in de hoogtijdagen van Ahold de kiemen voor het verval ontsproten.

Nauwgezet reconstrueert Smit hoe de topmanagers van Ahold zich lieten verleiden tot simpele trucs die uitgroeiden tot een onbeheersbaar schandaal. Het is verbazingwekkend hoe financieel directeur Michiel Meurs zijn toevlucht zoekt in amateuristische briefjes om accountants om de tuin te leiden. Door deze *side letters* dachten zij dat Ahold de controle over de dochters in Scandinavië en Zuid-Amerika bezat. Alleen dan mocht Ahold de volledige omzet van deze joint ventures consolideren, waardoor het concern groter leek dan het feitelijk was.

Je kunt niet begrijpen dat de verantwoordelijke mensen dachten dat ze daarmee weg konden komen. Ontluisterend is de schrik die Meurs om het hart slaat als zijn interne accountant hem vertelt dat hij in de Verenigde Staten twintig jaar gevangenisstraf kan krijgen voor dit vergrijp.

En het is huiveringwekkend om te lezen dat al sinds de overname van US Foodservice in 2000 het hoogste Ahold-management een aantal keer is gewaarschuwd dat er iets mis was met de boeking van leveranciers-



kortingen. Alle waarschuwingen werden in de wind geslagen, totdat de bom barstte en uiteindelijk bleek dat de winst van Ahold door dit geintje bijna een miljard euro lager uitviel dan was gerapporteerd. De baas van

US Foodservice, Jim Miller, was een vriendje van Cees van der Hoeven geworden en deze geloofde heilig dat vrienden je niet belazeren. Na afloop van alle ellende moest hij aan zijn commissarissen huilend toegeven dat hij zich daarin ernstig had vergist.

Smit wil meer met dit boek dan het reconstrueren van het boekhoudschandaal. Hij beschrijft de ontluistering van een trots familiebedrijf dat *out of control* raakt door de ambities van zijn topman. Hij gaat helemaal terug tot 1959 om te beschrijven hoe de broers Albert en Gerrit-Jan Heijn, onder invloed van managers van buiten, Ahold al lieten uitgroeien tot een internationaal opererend supermarktconcern. Met een grote liefde voor het winkelvak.

Daarmee schetst hij de omgeving, waarin de jonge Shell-manager Van der Hoeven in 1985 binnenkomt als financieel directeur en zich opwerkt tot de onvermijdelijke topman. Smit maakt duidelijk dat er in de eerste jaren, als Van der Hoeven zich omringd weet door ervaren mensen, nog niet veel aan de hand is. Maar de drang om een grootmacht te worden, de aandeelhouders aanhoudend een feest te bezorgen en alle eerbewijzen gaan met Van der Hoeven en Ahold op de loop. Smit beschrijft nauwgezet hoe Van der Hoeven in een sluipend proces zich verliest en zijn omgeving meedoet en hem niet terugfluit.

Het is jammer dat Smit in een epiloog nog eens de moraal van zijn verhaal vertelt. Dat is niet nodig. De door hem opgeduikelde feiten en sfeertekeningen vertellen genoeg in een meeslepend verhaal dat kan dienen als waarschuwing voor iedere manager die zijn ambities niet in toom kan houden.

■ DAAN.VAN.LENT@reedbusiness.nl