‘Verhouding merkfabrikant en afnemer danig uit balans’

31-01-2007 00:00

Veel merkfabrikanten weten onvoldoende hoeveel winst hun afzonderlijke klanten opleveren. Daarom lopen ze in het onderhandelingsspel met de grootwinkelbedrijven vaak achter de feiten aan. Dat zegt onderzoeker Onno Oldeman, principal consulting van Deloitte in een toelichting op een rapport van de adviesfirma over handelscondities in de retailsector.

De verhouding tussen merkfabrikanten en hun afnemers is de afgelopen jaren danig uit balans geraakt, stelt Deloitte. “Door nationale en mondiale consolidering in de retailsector, professionalisering van de inkoopafdelingen, de opkomst van huismerken en ‘harddiscounters’ zijn de klanten steeds machtiger geworden”, aldus Deloitte.