

‘Superunie houdt supermarktbranche Nederlands’

05-12-2007 00:00

Zonder Superunie zou de Nederlandse supermarktbranche allang zijn overgeleverd aan buitenlandse bedrijven. Dat stelt vertrekkend directeur Frans Fredrix, die na vijftien jaar vertrekt bij de inkooporganisatie, in een interview met het Financieele Dagblad.

Fredrix staat bekend als een hard onderhandelaar en ging conflicten niet uit de weg. In 2006 kocht Superunie voor 5 miljard euro in. De aangesloten supermarkten zetten deze producten voor 7,7 miljard euro weer af. Fredrix laat zich in het interview geringschattend uit over het vermogen van merkfabrikanten te innoveren en zich te onderscheiden. De meeste dingen zijn eenvoudig na te maken, is zijn ervaring.

Om de Superunie-ketens in staat te stellen zich toch van elkaar te kunnen onderscheiden, zijn er inmiddels vier eigen merken van de inkoopcombinatie. De merkkracht van Superunie is goed voor de concurrentieverhoudingen op de Nederlandse markt, vindt de scheidend directeur, want ook Albert Heijn blijft op deze manier scherp. Omdat Superunie probeert beter en goedkoper te zijn dan Albert Heijn, is Ahold nog steeds niet opgekocht door een buitenlands concern, zo is Fredrix' overtuiging.