

'A-merken zijn controle over supermarktschap kwijt'

24-04-2012 00:00

A-merken zijn de controle verloren over de manier waarop supermarkten hun producten op de schappen presenteren. De merken hebben te weinig hebben geïnoveerd en daar plukken ze nu de wrange vruchten van, menen analisten.

Veelzeggend is het voorbeeld van Spa, die vorige week zijn prijzen met vijftien procent verhoogde. Inkooporganisatie Superunie haalt de producten van Spa nu uit de schappen. "A-merken hebben nagelaten om te vernieuwen. Nu lopen ze te huilen dat ze de kostenstijgingen niet kunnen doorvoeren", vertelt supermarktspecialist Gerard Rutte. "Bovendien verdienen A-merken over het algemeen nog een veelvoud van wat supermarkten verdienen. Een goede super heeft een winstmarge van vier procent, terwijl een A-merk al snel op het dubbele zit."

"Wie vernieuwt, heeft iets te bieden waar men voor wil betalen", meent ook analist Patrick Roquas van Rabobank. "Daardoor kunnen merken makkelijker prijsverhogingen doorberekenen. Fabrikanten die dat nalaten, zullen steeds meer de huismerken in hun nek hebben hijgen", aldus Roquas.