

'A-merken nemen risico met discounters'

23-06-2016 06:59



Het is voor A-merken een enorm risico om te leveren aan partijen als Aldi. "Er wordt veel waarde mee vernietigd", zegt managing partner Koen de Jong van huiskostenadviseur IPLC in [Het Financieele Dagblad](#).

Sinds deze week kunnen consumenten bij Aldi terecht voor merken van Unilever, maar merken als Mars, Nestlé en Nivea liggen al langer in de schappen van discounters. De retailers proberen daarmee het weglekken van klanten tegen te gaan, stelt De Jong. "Ze menen dat als ze bepaalde iconische merken niet hebben, hun klanten toch nog naar een andere supermarkt gaan."

De gevolgen voor het merk vallen volgens hoogleraar retailmarketing Laurens Sloot wel mee. Het gevaar is dat er prijserosie ontstaat, omdat 'reguliere ketens' hun prijzen naar beneden kunnen gooien. "Dan ontstaat er margeverlies voor de retailers en volgen er pittige gesprekken bij de prijsonderhandelingen en onderhandelingen over de opname van nieuwe producten."

De merkindustrie zegt zelf niet bang te zijn voor eventuele schade. Zo kijkt Unilever vooral naar de nieuwe doelgroep, die het concern nu via Aldi aanboort. Bovendien leveren merken andere producten – veelal grotere verpakkingen – aan discounters dan aan de luxere ketens. "Bij Aldi zijn we aanwezig met voor een groot deel onderscheidende verpakkingen", aldus een woordvoerder van Unilever.