

'Product uit de schappen voor niemand goed'

29-08-2016 13:00



Conflicten tussen retailers en merken die ertoe leiden dat producten uit de winkelschappen worden gehaald, zijn een 'no-win situatie'. Dat concluderen onderzoekers van de Katholieke Universiteit Leuven.

De zogeheten 'conflict delistings' komen volgens het onderzoek steeds vaker voor, omdat zowel producenten als retailers zich steeds harder opstellen in onderhandelingen. Aan de hand van een case waarbij meerdere merken betrokken waren, werden de gevolgen voor retailers en producenten onderzocht. Retailers lijden de grootste verkoopverliezen, constateren de onderzoekers.

Consumenten die van winkel veranderen omdat een bepaald product niet meer voorradig is, zorgen voor verlies bij de retailer. Andersom heeft de producent nadeel van klanten die binnen dezelfde winkel van merk switchen. Retailers kunnen zich het beste tegen de schade indekken in categorieën met een groot assortiment, terwijl producenten het moeten hebben van een sterk merk, waardoor consumenten bereid zijn naar een andere winkel te gaan.

Heineken en Jumbo kwamen deze zomer in conflict over de hoeveelheid kratten bier die werd geleverd. Tot een conflict delisting is het niet gekomen, al beschuldigde de supermarktketen Heineken wel van het 'boycotten' van Jumbo.