‘Merkfabrikanten voorkomen race to the bottom’

28-09-2016 14:21



Het is niet per definitie een slechte zaak dat fabrikanten hun macht vergroten en de verkoopprijzen opdrijven. Dat stelt marketingprofessor Gino Van Ossel van de Vlerick Business School tegenover De Tijd.

Doordat het voor consumenten makkelijker is om snel de goedkoopste aanbieder te vinden dreigt volgens Van Ossel een race to the bottom. “Dat is nadelig voor de producenten én voor ketens die meerdere merken verkopen.”

Retailers als Media Markt en Schoenen Torfs dreigen daardoor te verdwenen, aldus de retailexpert. Fabrikanten zouden dan zelf winkels moeten openen, maar dat zien de meeste volgens hem niet zitten. “Dan moeten ze zelf instaan voor het transport tot bij de winkel, en dat kost wat.”

De Europese Commissie concludeerde eerder deze maand dat één op de vijf retailers in de EU contractueel is verboden om een merk via online marktplaatsen te verkopen, terwijl twee op de vijf met een vorm van prijsbeperking kampt. “Met winkels die niet meedoen, werken ze niet meer samen”, weet Van Ossel.

Brancheorganisatie Comeos vindt de eisen die fabrikanten winkeliers opleggen onaanvaardbaar en roept Europa op om hen restricties op te leggen. De situatie is nu nog onder controle, stelt ceo Dominique Michel. “Maar naarmate fabrikanten machtiger worden, zullen ze de handel meer aan banden leggen en dan betaalt de consument de rekening.”