

'Hardere houding van retailer zorgt voor meer conflicten met producent'

19-11-2019 15:48



Door de groeiende macht van retailers aan de onderhandelingstafel zijn er de laatste jaren vaker aanvaringen tussen supermarkt en producent. [Dat stelt Sara van der Maelen](#), die eerder onderzoek deed naar deze zogenoemde 'conflict delistings', in opdracht van de Katholieke Universiteit in Leuven.

Doordat supermarktketens tegenwoordig over meer informatie beschikken, zijn zij volgens Van der Maelen uit hun onderdanige positie tegenover producenten geklommen. Door bijvoorbeeld klantenkaartinformatie kennen retailers de klant goed. Ze weten wat hij koopt en wanneer hij dat doet. "De *source of power* van supermarkten is gegroeid", legt Van der Maelen uit. "Tien jaar geleden was het eigenlijk ondenkbaar dat een supermarktketen onenigheid met een producent zou laten uitlopen tot een daadwerkelijk conflict."

Retailers zijn zich volgens Van der Maelen bewust van die groeiende macht. Ze hebben een sterkere positie aan de onderhandelingstafel, bepalen meer zelf welke producten er in hun schappen liggen en hebben bovendien de beschikking over meer huismerken. "Hierdoor hebben supermarktketens eerder het 'lef' om op een bepaald moment de samenwerking met een producent te beëindigen en liggen conflicten eerder op de loer." Maar andersom kan natuurlijk ook het geval zijn, wanneer een producent besluit zijn producten niet meer bij een bepaalde retailer te verkopen.

RetailTrends [sprak met Van der Maelen](#) naar aanleiding van de ruzie tussen Unilever en de Duitse supermarktketen Kaufland die deze week werd bijgelegd. Eerder hadden onder meer Jumbo en Heineken, Superunie en Zuivelhoeve en Albert Heijn en Johma mot met elkaar.