

Britten moeten leren leven met Tescopoly

nieuws

Tesco is een van de grootste succesverhalen uit de recente Europese bedrijfsgeschiedenis. Wat tien jaar geleden nog de op twee na grootste supermarkt in het Verenigd Koninkrijk was, is nu de nummer drie in de wereld. Met 250.000 personeelsleden, 1.800 winkels en de omzet van een middelgroot land is Tesco druk bezig de Britse detailhandel te koloniseren.

🕒 3 NOVEMBER 2005 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:55

Tesco is een van de grootste succesverhalen uit de recente Europese bedrijfsgeschiedenis. Wat tien jaar geleden nog de op twee na grootste supermarkt in het Verenigd Koninkrijk was, is nu de nummer drie in de wereld. Met 250.000 personeelsleden, 1.800 winkels en de omzet van een middelgroot land is Tesco druk bezig de Britse detailhandel te koloniseren. Wanneer Britten het hebben over tescopoly, bedoelen ze eigenlijk monopolie.

Van iedere 8 pond die een winkelende Brit uitgeeft, komt er 1 pond bij Tesco terecht. Vorige maand bevestigde het bedrijf dat de jaarlijkse winst voor het eerst de 2 miljard pond (2,9 miljard euro) gepasseerd was, bij een jaaronzet van 37 miljard pond (54,5 miljard euro). Een belangrijk wapen in Tesco's strijd om dominantie is zijn database. Tesco kent niet alleen zijn klanten, het bedrijf kent alle klanten in het Verenigd Koninkrijk.

De supermarktgigant heeft zich tot taak gesteld iedere consument te profileren. Een dochteronderneming van Tesco die gedetailleerde gegevens van ieder huishouden in het land verzamelt, registreert verder hoe gevoelig de klant is voor reclame, hoe sterk hij aan merken hecht, of hij een avontuurlijke shopper is of iedere week zijn lijstje afwerkt en wanneer hij boodschappen doet. Tesco's klantenkaart wordt gebruikt om de consument te bombarderen met aanbiedingen die bij haar of hem passen.

Van een luidruchtige zegetocht is er bij Tesco evenwel geen sprake. De gigantische winstcijfers werden met een opvallend gebrek aan triomfantelijkheid gepresenteerd. Want van de aandeelhouders mag dan verwacht worden dat ze dolgelukkig waren, veel Britten zijn dat niet. Tesco genereert een bijzondere vorm van angst en afkeur.

Toen de Engelsen door Napoleon een natie van winkeliers genoemd werden, bedoelde hij daar middenstanders mee. Ketens die hun status voorbijstreven, hun afkomst verloochenen en zich als een bullebak gedragen, zijn niet geliefd.

Zo klagen landbouwbedrijven dat Tesco hun leven ondraaglijk maakt. De supermarktketen dwingt boeren voor alle producten, van rundvlees tot eieren, de laagste prijzen te accepteren. Tegelijkertijd worden de kwaliteitseisen steeds strenger. Middenstanders zeggen dat de groei van Tesco het voortbestaan kostte aan honderden winkels en bedrijven.

Meer informatie: [Tescopoly, every little hurts](#)

Bron: De Tijd

VILT vzw


Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact


M • info@vilt.be


Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

 screenreader.visit us on our bluesky page:
<https://bsky.app/profile/viltnieuwbsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)