

"Huismerk is mogelijk hefboom voor sociaal engagement"

nieuws

Tijdens een conferentie van Comeos, de federatie van de handel in België, werd vorige week gediscussieerd over de toekomst van huismerken. Is de strategie van lage prijzen houdbaar of moeten huismerken opgewaardeerd worden? Chris Claes, expert landbouwketens bij Vredeseilanden, kiest in DeWereldMorgen.be voor de tweede optie.

🕒 17 MEI 2011 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:15

Lees meer over:
distributie

□

Tijdens een conferentie van Comeos, de federatie van de handel in België, werd vorige week gediscussieerd over de toekomst van huismerken. Is de strategie van lage prijzen houdbaar of moet men kiezen voor opwaardering? Chris Claes van Vredeseilanden kiest in DeWereldMorgen.be voor de tweede optie. “Huismerken kunnen een hefboom vormen voor supermarkten om hun maatschappelijk engagement na te komen.”

Huismerken vormen het belangrijkste wapen van supermarkten in hun strijd om de consument. De vijf grote ketens Colruyt, Delhaize, Carrefour, Lidl en Aldi voorzien in 77 procent van de totale voedselaankoop in België. Daarbinnen nemen huismerken een aandeel in van ongeveer 40 procent. Verwacht wordt dat dit percentage nog zal stijgen. Daarom werd tijdens een conferentie van Comeos vorige week de vraag gesteld: ‘Is het verstandig om nog meer onderlinge prijsconcurrentie te voeren via huismerken? Of moeten de merken juist meer opgewaardeerd worden?’

Volgens Chris Claes, expert landbouwketens bij Vredeseilanden, rijzen immers steeds meer vraagtekens bij de prijsstrategie van supermarkten. “Voor de consument lijkt deze strategie op het eerste zicht voordelig, want de prijzen zijn laag. Maar dit betekent ook dat de marges van supermarkten krimpen, de zogenaamde A-merken onder druk komen te staan en uiteindelijk de boeren de prijsdruk moeten dragen”, stelt hij in DeWereldMorgen.be.

Met de intrede van Albert Heijn in België is de verwachting dat de prijzenstrijd nog zal worden opgevoerd. “Maar zit daar nog wel toekomst in? Landbouwbedrijven worden tot de rand van het faillissement gedreven en wanneer de grondstoffen duurder worden, wordt het steeds moeilijker om

op lage prijzen te focussen. Bovendien blijkt uit onderzoek dat een meerderheid van de klanten meer in rekening neemt dan prijzen alleen”, stelt Claes.

“Consumenten willen dat supermarkten verantwoord omspringen met het milieu en aandacht besteden aan de werkomstandigheden bij toeleveranciers. En daar ligt volgens mij de kans voor supermarkten om hun eigen merken op te waarderen. Huismerken kunnen op deze manier een belangrijke hefboom vormen voor supermarkten om hun engagement rond 'Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen' na te komen.”

Supermarkten moeten daarom volgens Claes overschakelen op een model van huismerken die niet alleen een goedkoop alternatief vormen, maar meerwaarde creëren voor de klant, “met een eigen gezicht en unieke kwaliteiten”. Daarbij wijst hij niet alleen op milieuoverwegingen, maar ook op economische duurzaamheid voor alle schakels in de voedselketen. “En daarvoor is een nauwe samenwerking tussen producenten noodzakelijk, gebaseerd op een gedeeld belang, transparante voorwaarden en langetermijncontracten met rechtvaardige spreiding van kosten en risico’s.”

Claes erkent dat zo’n strategie niet van vandaag op morgen op poten staat, maar gelooft dat supermarkten vanuit hun kernactiviteit en via pilootprojecten een belangrijke rol kunnen spelen.

“Waarom niet rechtstreeks investeren in organisaties en coöperaties van boeren, zodat zij de gewenste standaarden en volumes kunnen realiseren?”, besluit hij.

Bron: DeWereldMorgen.be

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17

1030 Schaerbeek

Contact

T • 0473 59 41 39

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 twitter page: https://twitter.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>

© 2025 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)