nieuws

"Retail zit in een vicieuze cirkel"

nieuws

Het voorbije weekend ging er in de kranten veel aandacht uit naar de retail. De Standaard publiceerde een spraakmakend interview met de CEO van Delhaize en De Morgen sprak met professor Jonathan Reynolds, directeur van het Oxford Institute of Retail Management, over de moordende prijsconcurrentie in de sector. “De consument wil kwaliteit voor de beste prijs en wordt vandaag op zijn wenken bediend. Maar we zitten in een neerwaartse spiraal. Marges worden kleiner. Het aanbod verschraalt. Er dreigen barre winkeltijden voor de consument”, waarschuwt Reynolds.

31 MAART 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:25

Lees meer over:
handel



Het voorbije weekend ging er in de kranten veel aandacht uit naar de retail. De Standaard publiceerde een spraakmakend interview met de CEO van Delhaize en De Morgen sprak met professor Jonathan Reynolds, directeur van het Oxford Institute of Retail Management, over de moordende prijsconcurrentie in de sector. “De consument wil kwaliteit voor de beste prijs en wordt vandaag op zijn wenken bediend. Maar we zitten in een neerwaartse spiraal. Marges worden kleiner. Het aanbod verschraalt. Er dreigen barre winkeltijden voor de consument”, waarschuwt Reynolds.

De handelssector zit in zware problemen. De moordende concurrentie knaagt aan omzet, marges en werkgelegenheid. Daarom liet De Morgen de sector doorlichten door professor Jonathan Reynolds. Het interview met een echte retailspecialist levert beklijvende info op. Zo zegt Reynolds dat de consument gewend raakt aan lage prijzen. “Een gevaarlijke evolutie”, aldus de professor, “want het verplicht handelaars steeds weer opnieuw met promoties uit te pakken.” De retail zit volgens hem in een vicieuze cirkel, waarbij de focus volledig op de prijs is komen te liggen. Reynolds wrijft dat de consument aan. Die is vandaag beter op de hoogte van prijzen en kan via internet makkelijk vergelijken. De economische crisis zette de koopkracht onder druk en maakte de consument prijsbewuster.

De warenhuisketens zijn de consument daarin gevolgd en spelen met kortingen in op zijn verzuchtingen. “Op korte termijn doet de consument zijn voordeel met de prijzenoorlog”, analyseert Reynolds, “maar de vraag is, hoelang nog?”. Hij verklaart zich nader: “Door forse kortingen krijgt de consument het signaal dat het fout is om nog de volle prijs te betalen. Hij raakt gewend aan lage prijzen. Dat is een gevaarlijke evolutie want het verplicht handelaars steeds weer opnieuw met promoties uit te pakken." Op lange termijn vindt de retailspecialist dat onhoudbaar omdat de hele keten, van producent tot handelaar, onder druk komt te staan. Prijzen worden immers lager, maar de kosten dalen niet.

Een oplossing om te ontsnappen aan de prijsdruk, ziet Reynolds niet, ook niet in de huismerken die in het hyperconcurrentiële Groot-Brittannië de strijd van de gewone merkproducten gewonnen hebben. “De supermarktketens hebben hun inkomsten uit verkoop de voorbije jaren zien dalen. Ze verliezen marktaandeel, vooral aan discounters zoals Aldi en aan online verkoop. In Groot-Brittannië heeft online reeds een aandeel van tien procent en maken non-foodafdelingen in supermarkten daardoor geen winst meer." Bij de leveranciers ziet hij vele bedrijven sneuvelen omdat de limieten om prijzen te laten zakken stilaan bereikt zijn.
En de supermarkten zelf? Reynolds denkt dat misschien nog drie of vier grote groepen overblijven die alleen maar goedkope producten aanbieden. “Het resultaat zal zijn dat we straks enkel nog in zeer oninteressante winkels kunnen winkelen.” We sluiten graag af met een zeldzame positieve noot in het betoog van de retailspecialist: “Bedrijven die met nieuwe, verfrissende producten of een nieuwe aanpak op de markt komen, prikkelen de nieuwsgierigheid van de klanten. Voor hen is er altijd plaats in de markt.”

Bron: De Morgen

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/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada