

Spørgeramme til dagligvarekæder/grossister

Generelle spørgsmål til forhandlingsproces

Det overordnede tema for nedenstående spørgsmål er, hvordan forhandlingerne med leverandørerne foregår.

1) Beskriv hvordan priser og vilkår for leverandørerne fastsættes. Hvad forårsager ændringer?

[Tjek: Er der forskelle ift. leverandørens størrelse, brandstyrke, antal varer i produktportefølje, alternative salgskanaler m.v.]

2) Beskriv et forhandlingsforløb. Hvor ofte forhandler I med leverandørerne?

- a) Hvor lang tid strækker forhandlingerne sig typisk over?
- b) Hvem er med til forhandlingerne?

[Tjek: Er der forskelle ift. leverandørens størrelse, brandstyrke, antal varer i produktportefølje, alternative salgskanaler m.v.]

3) Hvilke ting er i spil til forhandlingerne?

[Tjek for:

- a) Priser, herunder markedsføringstilskud/-bidrag og rabatter*
- b) Mængder*
- c) Betalingsbetingelser*
- d) Leveringsdato (hvornår skal producenten levere en nærmere aftalt mængde varer)*
- e) Leveringsvilkår (hvordan skal varerne leveres, leveringssted m.v.)*
- f) Risikoansvar (hvornår overtager butikkerne ansvaret/ejerskabet af produkterne)*
- g) Andet]*

[Tjek: Er der forskelle ift. leverandørens størrelse, brandstyrke, antal varer i produktportefølje, alternative salgskanaler m.v.]

4) Hvilke elementer/redskaber indgår i forhandlingerne med leverandørerne?

[Tjek for:

Hvilke redskaber har I selv til rådighed?

- a) placering i tilbudsaviser
- b) hyldeplaceringer
- c) antal facings (antal facings er det overfladeareal som ens produkter fylder)
- d) Øget brug af private labels
- e) Øget brug af udenlandske produkter (mærkevarer/private labels)
- f) Andet

Hvilke redskaber oplever I, at leverandørerne bruger?

- a) Nå de danske forbrugere gennem andre kanaler. Hvilke?
- b) Satse mere på udenlandske markeder
- c) Producere private label for konkurrerende kæde
- d) Andet]

Er der forskelle ift. leverandørens størrelse, brandstyrke, antal varer i produktportefølje, alternative salgskanaler m.v.

5) Hvordan har forhandlingerne udviklet sig de sidste ti år?

- e) Har forhandlingerne ændret sig de seneste år? Hvordan?
 - a) Har leverandørerne ændret deres tilgang til forhandlingerne (i takt med I er blevet mere professionelle)? –Hvordan?
- f) Stiller I flere, færre eller uændrede krav til følgende:
 - a) Priser, herunder markedsføringstilskud og rabatter
 - b) Mængde
 - c) Betalingsbetingelser
 - d) Leveringsdato (hvornår skal producenten levere en nærmere aftalt mængde varer)
 - e) Leveringsvilkår (hvordan skal varerne leveres, leveringssikkerhed, hvornår overgår ejerskabet af produkterne til kæderne, leveringssted m.v.)
 - f) Risikoansvar (hvornår overtager butikkerne ansvaret/ejerskabet af produkterne)
 - g) Andet

[Tjek: Er der forskelle ift. leverandørens størrelse, brandstyrke, antal varer i produktportefølje, alternative salgskanaler m.v.]

Spørgsmål til effekten af forhandlingerne

Nedenstående spørgsmål relaterer til, hvordan forhandlingerne påvirker leverandørerne og de varer, som forbrugerne møder i butikkerne.

6) Er det muligt, at sige noget overordnet om, hvordan forhandlingerne påvirker forbrugerne?

[Tjek for:

- a) Priser i butikkerne
- b) Kvaliteten på varerne
- c) Varesortimentet i butikkerne
- d) Andet?]

- 7) Salget af dagligvarer har i mange år været meget præget af de husstandsomdelte reklamer (tilbudssaviser). Har tilbudssaviserne haft nogen betydning for jeres forretning, leverandørernes forretning og/eller samhandlen mellem jer og leverandørerne?

[Tjek for:

- a) Jeres omkostninger
- b) Kvaliteten på produkterne
- c) Listepriiserne (leverandørernes priser til jer)
- d) Andet]

[Tjek: Er der forskelle ift. leverandørens størrelse, brandstyrke, antal varer i produktportefølje, alternative salgskanaler m.v.]

Spørgsmål til fremtiden i forhandlingerne med dagligvarekæderne

- 8) Hvordan forholder I jer til en evt. regulering samhandlen mellem leverandører og dagligvarekæder? Uddyb.

- a) Hvis samhandlen reguleres, hvilke effekter vil det da have for forbrugerne:

[Tjek for:

- a) Priserne i butikkerne
- b) Kvaliteten på produkterne
- c) Varesortimentet ude i butikkerne
- d) Andet?]

- 9) Kender I til Kommissionens UTP (Unfair Trading Practises/illoyal handelspraksis)? Hvis ja: Hvad er jeres holdning til deres forslag?

Konkurrence fra andre producenter og private label-produkter

Indenfor de enkelte varekategorier er der som regel flere mærkevareproducenter, men dagligvarekæder tager i stigende grad også private label-produkter og udenlandske produkter ind i kæderne.

- 10) Kan I sige noget om, hvordan I forventer, at fordelingen af henholdsvis mærkevarer, private label-varer og udenlandske produkter vil udvikle sig i fremtiden? Her tænker vi hovedsageligt på markedsandele.

- a) Andre mærkevareproducenter (danske såvel som udenlandske)

- b) Private label-produkter (danske såvel som udenlandske)
- c) Udenlandske producenter af billige alternativer

11) Hvilken betydning har private label-produkter og udenlandske producenter for forbrugerne?

[Tjek for:

- d) Priserne i butikkerne
- e) Kvaliteten af produkterne
- f) Varesortimentet i butikkerne]

12) Er der nogen mærkevareprodukter som I som dagligvarekæde ikke kan undvære, fordi forbrugerne efterspørger produktet?

- g) Hvordan er forbrugernes loyalitet overfor mærkevarer i dagligvarehandlen? – er den ændret i den seneste tid? – Hvordan?

13) Hvordan er danskerne holdning til at købe dagligvareprodukter, der ikke er danske? – har den ændret sig? – Hvordan?

14) Hvilken indflydelse har tilkomsten af discountkæder fra Tyskland og Norge haft på konkurrencen i dagligvaremarkedet?

Mere generelle spørgsmål

15) Er der helt generelt nogen rammer, der hindrer jer i at have en effektiv drift?