

‘Private Label niet groter dan merkartikel’

03-12-2007 00:00

Huismerken zullen over het geheel genomen niet groter worden dan A-merken. Deze conclusie mag worden getrokken na het congres 'Private Label versus Merkartikel', afgelopen donderdag gehouden in Soestduinen.

Tijdens het congres stond de vraag of het huismerk het A-merk zal overstijgen centraal. Diverse sprekers uit wetenschap en praktijk gaven hun visie over deze kwestie, en ook de situatie rond Private Labels in het buitenland kwam ruimschoots aan bod. Zo zit Nederland met 24 procent marktaandeel van huismerken (nog) lang niet op het niveau van Groot-Brittannië, waar Private Labels veertig procent marktaandeel in handen hebben.

Het congres ving aan met een videoboodschap van de Nederlandse professor Jan-Benedict Steenkamp, werkzaam aan de University of North Carolina en auteur van het boek 'Private Label Strategy: how to meet the Store Brand Challenge'. Volgens Steenkamp is het zeer onwaarschijnlijk dat Private Labels over het geheel genomen groter zullen worden dan A-merken. "In een aantal categorieën is het goed mogelijk dat huismerken groter worden dan A-merken, maar over het geheel genomen zie ik dit niet gebeuren."

Ook Arie de Wit, unitmanager bij Schuitema, kwam in zijn betoog tot een dergelijke conclusie. Volgens hem spelen promotionele activiteiten een belangrijke rol bij de instandhouding van de status quo tussen A-merk en huismerk. "A-merken houden hun leidende positie vast door marketing", aldus de Wit. "Bij C1000 adverteren we meer voor producten van een A-merk dan voor producten van het huismerk. Hierdoor blijft het A-merk groter. Zouden we echter meer voor huismerken gaan adverteren, dan is het echter niet onmogelijk dat huismerken in heel veel categorieën groter worden dan het A-merk."