

Fabrikanten willen hun eigen winkels

31-03-2006 00:00

Steeds meer fabrikanten hebben het initiatief om retailer te worden. Zo kocht het Franse l'Oréal vorige week Body Shop. De plannen van fabrikanten belanden echter dikwijls op de schroothoop.

De behoefte van fabrikanten aan direct contact met de consument is groot. Ze krijgen namelijk steeds minder te vertellen in de supermarkt en drogist. Doordat supermarkten hun eigen huismerk steeds beter weten te positioneren, gaat dit ten koste van het merkartikel. Dat merkfabrikanten nauwelijks invloed hebben op de wijze waarop hun merk in winkels wordt gepresenteerd, levert frustratie op.

Maar ondanks de sterke aandrift komen de retailplannen van fabrikanten nauwelijks van de grond. "Het past niet in onze strategie. We hebben er de kennis en de mensen niet voor". Dat zei voormalig topman Burgmans van Unilever enkele jaren geleden al.

Fabrikanten van duurzame consumentengoederen hebben minder problemen. Fabrikanten als H&M en Ikea zijn voorbeelden van fabrikanten die ook winkels beheren. In deze branche is dan ook geen sprake van een kanaalstrijd. H&M verkoopt immers bij H&M, Ikea bij Ikea.