

Schapverhuur nog in de kinderschoenen

29-06-2006 00:00

In tegenstelling tot andere landen is schapruimte verhuren aan fabrikanten hier niet gangbaar. Ondanks het feit dat er tegenwoordig meer nieuwe producten op de markt komen dan er überhaupt ruimte is in de supermarkten. In België is verhuur van schapruimte hierdoor inmiddels wel gangbaar. Daarbij kan de fabrikant de retailer die nog niet overtuigd is van een nieuw product, voor zich proberen te winnen.

Gino van Ossel, retailmarketingprofessor aan de Vlerick Leuven Gent Management School: "De situatie is in het geheel niet realistisch meer. Er komen veel te veel nieuwe producten op de markt." Hierdoor is volgens hem sprake van een 'pervers effect', waarbij de macht volkomen naar de retailer verschuift. "Getallen durf ik niet te noemen, maar de verhuur van schapruimte is eigenlijk al jaren een gangbaar gebruik in België."

Volgens André Doffer, onderzoeksdirecteur bij The SmartAgent Company, gebeurt het in ons land vooralsnog voornamelijk bij frisdrank- en snoepautomaten, sigarettenautomaten en bij sommige producten in doe-het-zelf-zaken. "In supermarkten speelt het nauwelijks. De standaardonderhandelingen worden nog steeds gevoerd op marge en op promotionele ondersteuning."

Supermarktdeskundige Gerard Rutte acht het niet ondenkbaar dat schapruimte verhuren in de toekomst alsnog een issue wordt in ons land. Maar hij vindt het niet wenselijk. "Voor de retailers kan schapverhuur dienst doen als een stuk risicospreiding bij introducties. Maar de hegemonie van de grote partijen aan fabrikantenzijde zal daarmee alleen maar worden vergroot. Zij hebben de middelen om geld te stoppen in huur en daarnaast te blijven investeren in productondersteuning met reclame."