

# Huismerk als nachtmerrie

In deze uitgave van Supermarkt Actueel krijgen huismerken behoorlijk wat aandacht. Zo laat Van Tol Retail weten in de loop van september of oktober het huismerk Everyday volop onder de aandacht te brengen. Commercieel directeur Michael van den Hurk benadrukt dat Van Tol Retail met de komst van het Everyday-merk geen andere merkenkoers gaat varen. De formules zijn en blijven vooral a-merkenverkopers stelt hij in deze uitgave. In een tijd dat de marge op a-merken onder druk is komen te staan, is een sterk huismerk met gezonde marges ook wel van harte welkom bij Van Tol Retail. Een begrijpelijke redenatie. Zeker voor de 'kleine' ondernemer.



Uit het tweede Supermarktonderzoek van ING Economisch Bureau blijkt dat commerciële organisaties - van klein tot groot - het huismerk als het belangrijkste wapen zien in de strijd voor een beter rendement. Zeker in deze economisch zware tijden. Organisaties verwachten namelijk dat de brutomarge de komende tijd niet zal stijgen. Huismerken zullen dus een nog groter onderdeel gaan uitmaken van het productassortiment in de supermarkt om marge te genereren. Klinkt logisch.

Hoewel de redenaties om huismerken meer naar voren te schuiven legitiem zijn, schuilt er toch een gevaar in. Een groot gevaar. Je kunt er namelijk op wachten dat supermarkten elkaar straks gaan bestrijden met het huismerk en de concurrentieslag ermee aangaan. Het is niet de vraag of dit gaat gebeuren, maar wanneer dit gaat gebeuren. Tenminste, zolang wij in Nederland prijs als het 'enige' wapen in de onderlinge strijd zien. En dat zou toch niet best zijn nu supermarkten zo afhankelijk zijn geworden van hun huismerk. Mocht de huismerkstrijd losbarsten, is het te hopen voor de organisaties dat zij andere mogelijkheden hebben ontdekt om geld te verdienen. Anders wordt het een lastig verhaal. Zeker nu de heilige koe in de supermarkt, de verscategorie, ook verworden is tot actieproduct. Dat scenario kwam enkele jaren geleden ook niet voor in onze grootste nachtmerries. Maar het is nu wel de realiteit.