



Captain of the Category

Het Captain of the Category-onderzoek 2009 heeft een aantal verrassende nieuwe 'kapiteins' opgeleverd. Wat te denken van FrieslandCampina in vlees (met vleesvervanger Valess) of sigarenfabrikant Agio in tabak. Maar de meest opvallende wisseling van de wacht is toch wel Grolsch, dat dit jaar het roer overneemt van Heineken.

Door: **Dave van Loon**

Jarenlang domineren bepaalde leveranciers door hun marktpositie, veelal het marktleiderschap, een categorie en komen zij bij wijze van spreken als vanzelf bovendrijven in een onderzoek als het Captain of the Category-onderzoek. Het bekendste voorbeeld is Douwe Egberts, dat met het gelijknamige koffiemerk én met theemerk Pickwick veruit marktleider is in de categorie 'koffie, thee, cacao en suiker en zoetstoffen'. En ook dit jaar is Douwe Egberts weer captain in die categorie. Bijna zo vanzelfsprekend is het dat Heineken die rol voor zich opeist in de categorie 'bieren'. Immers, Heineken domineert al jaren de biercategorie, met name met de merken Heineken, Amstel en Brand. En inderdaad, Heineken is ook al jarenlang een vaste waarde in het Captain of the Category-onderzoek. Tot dit jaar. Het in omvang veel kleinere Grolsch is namelijk uitverkozen tot 'bierkapitein'. En zo zie je maar dat je als marktleider nooit op je lauweren kunt rusten. Supermarktondernemers en bedrijfsleiders hebben geen boodschap aan een dominante marktpositie, zij eisen van hun captains prestaties, marktleider of niet.

Want hoe zit het ook alweer? Het jaarlijkse Captain of the Category-onderzoek wordt gehouden onder ondernemers en bedrijfsleiders van supermarkten. Het is dus nadrukkelijk geen beoordeling van fabrikanten en leveranciers op hoofdkantoorniveau, maar een waardering van de inspanningen van fabrikanten en leveranciers op winkelniveau, daar waar de uiteindelijke prestatie geleverd moet worden.

Een groep van 146 ondernemers en bedrijfsleiders (in totaal 776 beoordelingen) hebben hun medewerking gegeven aan dit onderzoek, waarvan

de uitvoering ook dit jaar weer in handen was van onderzoeksbureau VisionWorks, in samenwerking met IZero Data Facilities. De resultaten zijn representatief voor de Nederlandse supermarkten op basis van regio, metrage en de organisatie waar de ondervraagde ondernemer bij aangesloten is of waar de bedrijfsleider in dienst is. Evenals bij voorgaande edities van dit onderzoek behoren de hard discounters Aldi en Lidl niet tot het universum van de steekproef. Hun bedrijfsleiders hebben in de praktijk nauwelijks met A-merkfabrikanten te maken en bovendien wordt het hen doorgaans niet toegestaan aan dit en soortgelijke onderzoeken mee te werken.

Voor 34 categorieën is een captain bepaald. De categorieën worden bepaald aan de hand van de standaard CBL-productgroepindeling. Het bepalen van de afzonderlijke captains gebeurt doordat de respondenten per categorie een fabrikant kunnen nomineren. Deze nominaties worden vervolgens onderbouwd door het geven van rapportcijfers voor een zestal criteria, te weten:

1. Goede marges in combinatie een goed omloopsnelheid van producten in vergelijking met de andere producten in de categorie.
2. De uitvoering van de promoties in het afgelopen jaar.
3. De vernieuwing en innovatie die de producent/leverancier met zijn merk(en) in de categorie brengt.
4. De regelmaat waarmee succesvolle nieuwe of vernieuwde producten in de categorie worden gelanceerd.
5. De ondersteuning die de producent/leverancier zijn merk(en) in de media en op de winkelvoert geeft.

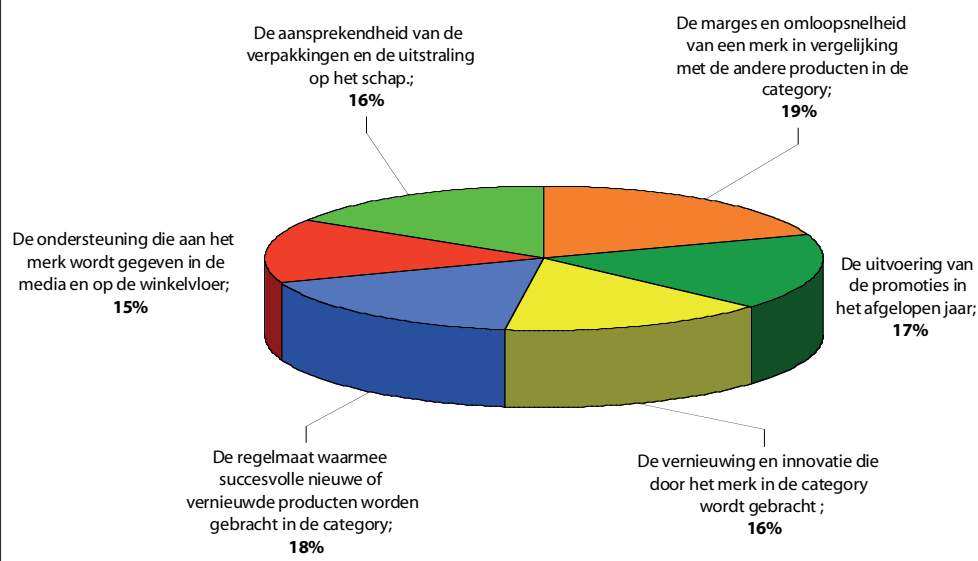
6. De aansprekendheid van de verpakkingen en de uitstraling op het schap.

De uitkomsten van het onderzoek kunnen gelezen worden als het antwoord op de centrale onderzoeksvraag 'welke leverancier heeft zich het afgelopen jaar het meest onderscheiden op het gebied van category management, en heeft hierdoor de beste ondersteuning gegeven op de winkelvloer'. De volledige onderzoeksopzet, evenals de onderzoeksresultaten van vorig jaar, zijn op internet te raadplegen via www.captainofthecategory.nl.

Opvallende nieuwe captains zijn dit jaar, naast het al eerder genoemde Grolsch:

- Granfood (rijst en deegwaren): Granfood wordt met name beloond voor de inspanningen rondom het merk Grand Italia. Waarom is dit opvallend? Eigenlijk vooral doordat de toon in deze categorie jarenlang werd gezet door Sara Lee/Douwe Egberts met het merk Lassie en sinds de verkoop van Lassie aan Grupo SOS door dat laatste bedrijf. De vraag die zich opdringt is of het relatief onbekende Grupo SOS wel voldoende 'power' heeft om Lassie op de kaart te houden. Ondernemers en bedrijfsleiders lijken die vraag in dit onderzoek in negatieve zin te beantwoorden.
- Nestlé Purina (diervoeding en dierbenodigdheden): Na jaren van Mars (Masterfoods) geven ondernemers en bedrijfsleiders dit jaar de hoogste waardering aan Nestlé Purina, van oudsher bekend van merken als Felix, Tompoes en Bonzo. De laatste jaren zijn het echter vooral merken als Beneful, Gourmet en One die het voor Purina doen. Het is ook met name de waardering voor de activiteiten rondom One waar Purina deze uitverkiezing aan te danken heeft. Dat, en het frequentie bezoek van de buitendienst.

Het gewicht van de verschillende aspecten in het totaaloordeel. Wat vinden ondernemers/bedrijfsleiders belangrijk?



- Lu General Biscuits (koek en koekjes, luxe koek, banket en tussendoortjes): Het marktleiderschap is geen garantie voor uitverkiezing tot captain, want Lu is weliswaar marktleider, maar krijgt voor zijn inspanningen dit jaar voor het eerst sinds jaren de hoogste waardering van ondernemers en bedrijfsleiders. Met name de onderscheidende innovaties zoals Time Out worden hoog gewaardeerd.

- Bacardi (wijnen en aperitieven): Voor Bacardi geldt dat er op winkelvloerniveau vooral waardering bestaat voor de marketinginspanningen van de leverancier. De share of voice van Bacardi in de media is dan ook dusdanig dat het moeite kost om je eraan te onttrekken. De uitverkiezing is ook opmerkelijk gezien de naweën die de supermarkt nog altijd ervaart van de Breezer-hype van jaren terug. Intussen gooit Bacardi het met wijnintroductions als Martini Prosecco en Martini Asti over een andere boeg. Bacardi volgt wijnhuis E & J. Gallo als captain op.

- Agio (rookwaren en -benodigdheden): Na BAT en Philip Morris is het dit jaar sigarenproducent Agio dat als captain aangewezen wordt. Het bijzondere aan deze categorie zijn uiteraard de wettelijke beperkingen waar de aanbieders mee te maken hebben. Waarom dan Agio? Vooral vanwege de uitstraling van de verpakkingen en vanwege de hogere marge ten opzichte van sigaretten.

- L'Oreal (cosmetica, lichaamsverzorging en medische verzorging): L'Oreal zoekt steeds nadrukkelijker de supermarkt op, daar waar het voorheen toch vooral een drogisterij- en parfumeriemark was. Waardering bestaat er vooral voor de vernieuwde

verpakkingen die L'Oreal heeft gelanceerd. In deze categorie is was vorig jaar Procter & Gamble nog captain, daarvoor Unilever.

- FrieslandCampina (vlees, vleesvervangers, wild en gevogelte): Dat een zuivelaanbieder captain wordt in de categorie vlees mag opmerkelijk heten. Maar laat je daarbij de naam Valess vallen, dan wordt het begrijpelijker. Vlees is weliswaar een veel grotere markt dan die van vleesvervangers, maar vlees is tegelijkertijd ook in hoge mate merkloos. Daar komt bij dat vleesvervangers als segment en daarbinnen Valess als merk veel aandacht nodig hebben om te groeien. Aandacht die FrieslandCampina er ook instopt en dat waarden ondernemers en bedrijfsleiders. En: ze waarden ook de nieuwe

Valess-smaken, want die lopen kennelijk goed.

Volgende maand staan we opnieuw stil bij het Captain of the Category-onderzoek. Dan gaan we verder in op de cijfers voor de afzonderlijke beoordelingscriteria en kijken we tevens naar de belangrijkste trends en ontwikkelingen volgens ondernemers en bedrijfsleiders.

Op de volgende pagina's vertellen achtereenvolgens Cono Kaasmakers, Lu, General Biscuits en PepsiCo waar zij hun uitverkiezing tot captain in resp. kaas, koek en ontbijtgranen aan te danken hebben en hoe zij denken die titel volgend jaar te prolongeren.

Categorieën	Category Captain 2009	6,8	Categorieën	Category Captain 2009	6,8
aardappelen, groenten en fruit	category total	6,9	boterhambeleg (zoet broodbeleg, spreads)	category total	7,0
	Aviko	7,6		H.J. Heinz	7,8
zuivel, eieren en ei producten, (houdbare) room en koffiemelk	category total	7,2	koek, koekjes, luxe koek, banket en tussendoortjes	category total	7,1
	FrieslandCampina	7,3		LU-General Biscuits	7,6
vleeswaren, vleesconserven en salades	category total	6,8	reform- en dieetproducten	category total	5,7
	Johma	7,3		Wessanen	6,5
ontbijtproducten, ontbijtgranen cereals	category total	6,9	bake-off en broodmixen	category total	6,8
	PepsiCo (Quaker)	7,5		Dr. Oetker	7,2
niet-alcoholische dranken (o.a. frisdranken, vruchtendranken, sappen en siropen)	category total	6,8	huishoudelijke artikelen,	category total	6,8
	FrieslandCampina	7,7		Sara Lee	7,4
maaltijden, maaltijdcomponenten (houdbaar en vers), groente- en fruitconserven	category total	7,2	wijnen en aperitieven	category total	5,8
	Hak	7,3		Bacardi	7,3
bakproducten en dessertingrediënten	category total	7,2	kaas (Nederlands en buitenlands)	category total	6,4
	Dr.Oetker	7,2		Cono Kaasmakers	6,5
smaakmakers (zuren, specerijen, mixen en aroma's) en maaltijdversierders	category total	6,7	soepen, soepproducten en bouillons	category total	7,1
	Unilever	7,1		Unilever	7,7
zoetwaren (snoep, drop, chocola en candy bars)	category total	7,3	baby- en kindervoeding	category total	6,7
	Leaf	7,6		Nutricia	7,0
schoonmaak- en onderhoudsartikelen; was- en reinigingsmiddelen, poetsmiddelen	category total	7,1	rookwaren en -benodigdheden	category total	5,1
	Unilever	7,3		Agio	6,4
bieren	category total	7,2	diepvriesproducten en -snacks	category total	7,4
	Grolsch	7,7		Iglo	8,2
rijst en deegwaren	category total	7,1	witvet, geelvet en olie (boter, margarine, olijf- en zonnebloemolie, frituurvet)	category total	7,1
	Granfood	7,1		Unilever	7,5
desserts, ijs en dessertingrediënten	category total	7,3	cosmetica, lichaamsverzorging en medische verzorging	category total	6,4
	Unilever	7,5		L'Oreal	7,8
brood en gebak	category total	6,4	zoutjes, chips, coctailsnacks en noten	category total	7,5
	Bakkersland	6,9		PepsiCo (Lay's)	8,0
verse vis, visconserven, schaal- en schelpdieren	category total	6,5	broodvervangers (ontbijtkoek, beschuit, crackers e.d.)	category total	6,8
	John West	6,6		Kon. Peijnenburg	7,5
diervoeding en dierbenodigdheden	category total	6,8	hygiënische en huishoudelijke papierwaren	category total	6,4
	Nestle Purina	7,3		Kimberly-Clark	7,3
koffie, thee, cacao, suiker en zoetstoffen	category total	7,3	(vers) vlees, vleesvervangers, wild en gevogelte,	category total	5,9
	Douwe Egberts	7,2		FrieslandCampina	7,6