

Kracht van merk het sterkst bij elektrisch gereedschap

Lips sterkste merk in productgroep sloten

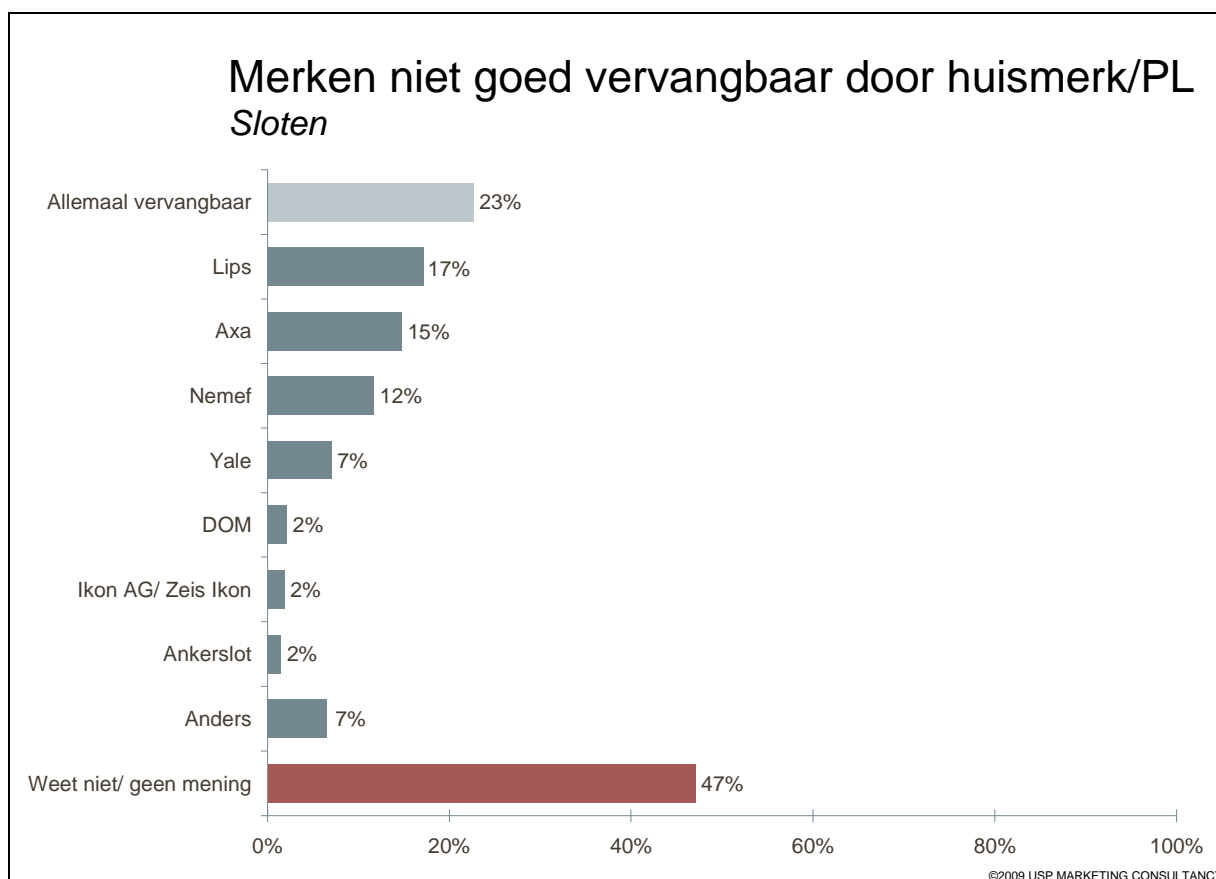
Rotterdam - 24 maart 2009. De laatste jaren worden private labels en huismerken een steeds belangrijker onderdeel van het assortiment in het dhz-kanaal. Dat private labels een belangrijke concurrent voor de A-merken in het dhz-kanaal vormen mag duidelijk zijn; dit geldt met name voor fabrikanten van verlichting, handgereedschap en bouwmaterialen. Dit blijkt uit het WoonOmnibus onderzoek van USP Marketing Consultancy onder 516 consumenten.

Om te bepalen wat het belang is van een merk en wat voor de consumenten de belangrijkste dhz-merken zijn, is voor de belangrijkste groepen uit het dhz-kanaal gevraagd welke merken niet goed vervangbaar zijn door een private label (PL) of huismerk. Een groot deel van de consumenten geeft aan dat alle A-merken vervangbaar zijn door een private label of huismerk. Dit is vooral het geval bij de productgroepen verlichting, handgereedschap en bouwmaterialen; bij deze productgroepen geeft respectievelijk 41%, 40% en 40% van de consumenten aan dat alle A-merken in principe vervangbaar zijn door een private label of huismerk.



Lips, Axa en Nemeef sterkste merken sloten

Voor wat betreft de productgroep sloten geeft bijna een kwart (23%) van de consumenten aan dat alle merken vervangbaar zijn door een huismerk of private label. Het merk Lips is het sterkste merk in de productgroep sloten; 17% van de consumenten geeft aan dat Lips niet vervangbaar is door een huismerk of private label. Andere merken die relatief vaak volgens de consumenten niet vervangbaar zijn door een huismerk, zijn Axa (15%) en Nemeef (12%).



Voor nadere informatie kunt u contact opnemen met:

USP Marketing Consultancy

K. Joosten M.Sc.

Telefoon: 010-2066900

E-mail: joosten@usp-mc.nl

Website: www.usp-mc.nl

Technische achtergrond/verantwoording:

Voor het onderzoek van USP Marketing Consultancy zijn 516 online enquêtes afgenomen onder leden van het consumentenpanel DeelUwMening.nl. De enquêtes zijn afgenomen in de maand maart 2009. Deze vragen waren onderdeel van de WoonOmnibus, waarin elke maand woontrends en woongedrag worden gevolgd. Organisaties hebben elke maand de mogelijkheid vragen in de WoonOmnibus mee te laten lopen, om zaken van tactische aard in kaart gebracht te krijgen. Van dit onderzoek is ook een rapportage beschikbaar met daarin de resultaten



Marketing Consultancy bv

van alle productgroepen (hout- en plaatmateriaal, sanitair, verf, lijmen en kitten, tuinartikelen/tuingereedschap, elektrisch gereedschap, handgereedschap, sloten, verlichting en bouwmaterialen). Normaliter kost deze rapportage € 500, maar deze is tot en met 15 april 2009 verkrijgbaar voor € 295. Voor meer informatie over de WoonOmnibus of het bestellen van de rapportage over merken in het dhz-kanaal kunt u contact opnemen met Kitty Joosten (joosten@usp-mc.nl/010-2066900).

Voor een A-merk wordt in dit onderzoek de volgende definitie gehanteerd: een A-merk is een merk dat een hoge naamsbekendheid en goede reputatie heeft en toonaangevend is qua prijs en kwaliteit van dat specifieke goed. Een private label is een concept waarbij producten worden geproduceerd door een bepaald bedrijf, om op de markt te worden gebracht door een ander bedrijf onder eigen merknaam.

De vraagstelling die ten grondslag ligt aan dit persbericht is als volgt geweest:

- Welke merken van #productgroep# zijn volgens u niet goed vervangbaar door een private label of huismerk?