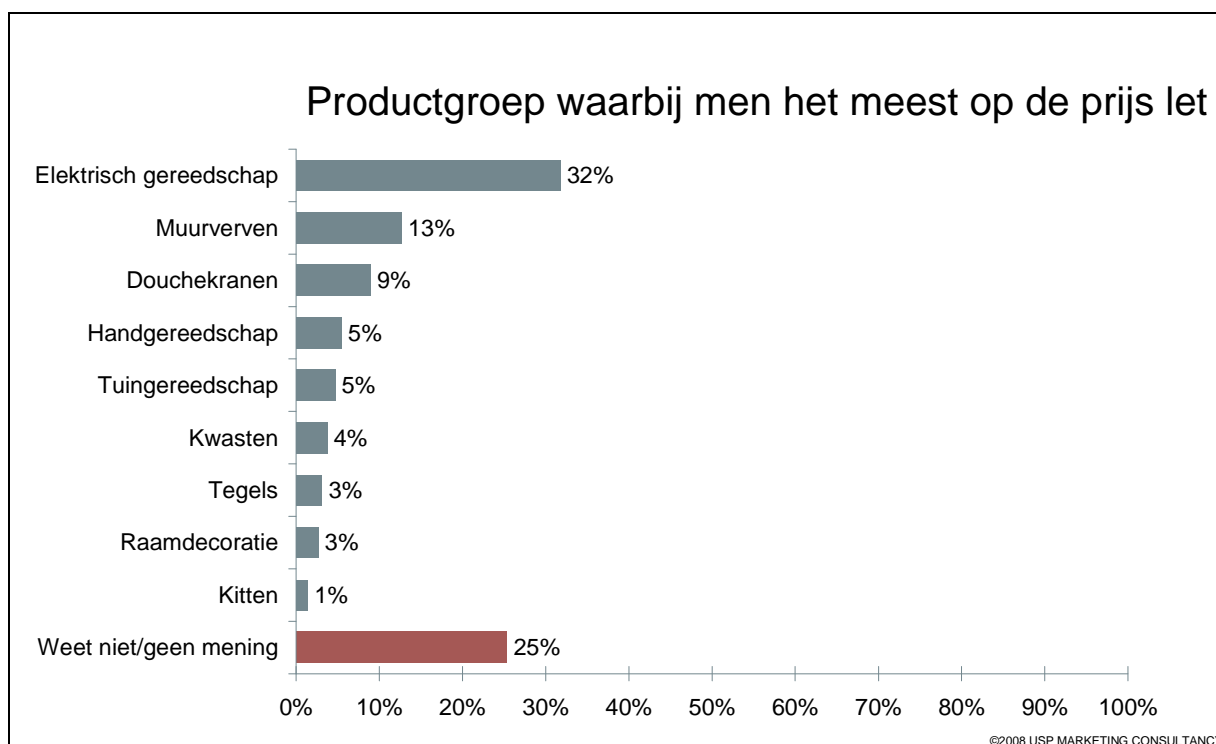


Aankoopbeslissing in DHZ kanaal pas gemaakt voor het schap door gebrek aan prijsbesef

Rotterdam – 2 Oktober 2008. Elektrisch gereedschap is hét product uit de DHZ-schappen waarbij de hoogte van de prijs bepalend is voor de uiteindelijke koop. Het prijsbesef van elektrisch gereedschap is echter het laagst van alle producten. Opvallend is daarnaast dat het prijsbesef bij DHZ-artikelen over het algemeen erg laag is. Aankoopbeslissingen worden blijkbaar pas gemaakt wanneer men voor het schap staat. Dit blijkt uit een onderzoek van USP Marketing Consultancy onder meer dan 600 consumenten die sporadisch of regelmatig een bouwmarkt bezoeken.

Meest op prijs gelet bij aanschaf elektrisch gereedschap

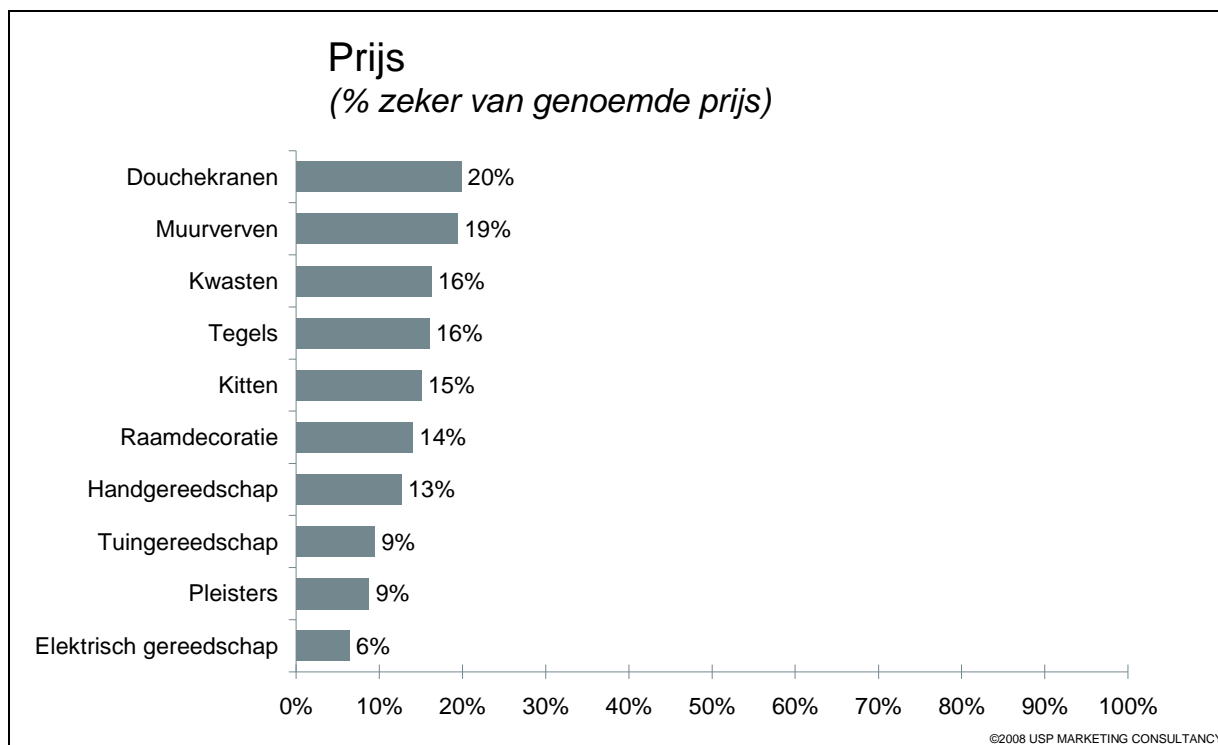
De consumenten die sporadisch of regelmatig een bouwmarkt bezoeken letten het meest op de prijs bij de aanschaf van elektrisch gereedschap (32%), op grote afstand gevolgd door muurverven (13%). Er kan geconcludeerd worden dat juist bij de aanschaf van duurdere producten meer op de prijs wordt gelet.



Prijsbesef elektrisch gereedschap het laagst

De consumenten is gevraagd wat zij denken dat verschillende producten uit de bouwmarkt kosten. De consumenten zijn het meest zeker van de prijzen van douchekeurane en muurverven. Ondanks dat men het meest let op de prijs bij de aanschaf van elektrisch gereedschap, is het prijsbesef van elektrisch gereedschap het laagst; slechts 6% is vrij zeker van de genoemde prijs. Als we alle productgroepen tezamen bekijken, zien we echter dat het prijsbesef van producten die in de bouwmarkt verkocht worden over het algemeen laag is; de consument kan moeilijk aangeven wat een product in de bouwmarkt kost. Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn dat in het doe-het-zelf kanaal geen alledaagse boodschappen

worden gedaan, waardoor de consument weinig kennis heeft van de prijzen. Het besef of een product duur of goedkoop is komt voor de meeste consumenten pas in de bouwmarkt, waar ze de merken met hun verschillende prijzen naast elkaar zien staan.



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 619 online enquêtes afgenomen onder leden van het consumentenpanel DeelUwMening.nl die sporadisch of regelmatig een bouwmarkt bezoeken. Er zijn vragen gesteld voor verschillende productgroepen: kwasten, muurverven, raamdecoratie, elektrisch gereedschap, kitten, handgereedschap, tuingereedschap, douchekranen, tegels en pleisters. Dit persbericht is gebaseerd op de rapportage 'Wanneer schrikt men voor het schap', deze kan worden opgevraagd bij Kitty Joosten (joosten@usp-mc.nl).

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

- Bij welk van de producten let u het meest op de prijs?
- Wat denkt u dat #product# kost?
- Is de genoemde prijs een schatting of bent u vrij zeker van uw zaak?