



12-03-2009

Ondanks crisis blijft helft van de consumenten merkproducten kopen

Ondanks de economische situatie, blijft de helft van de Belgische consumenten merkproducten kopen. 1 op 3 van de Belgische consumenten geeft aan dat ze in het komende jaar meer witte producten zal aanschaffen. De keuze voor een merk of wit product hangt af van de productcategorie. De helft van de Belgische consumenten koopt merken, vooral in de categorieën alcoholische drank, persoonlijke hygiëne en soft drinks. 17% koopt witte producten, vooral melk en diepvriesgroenten of conserven. Belgische consumenten vinden dat witte producten een goede prijs/kwaliteit bieden. Dit blijkt uit een onderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in België, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

Helft van de consumenten blijft merkproducten kopen

Ondanks de economische situatie, blijft de helft van de Belgische consumenten merkproducten kopen. 1 op 3 van de consumenten geeft aan dat ze in het komende jaar meer witte producten zal aanschaffen. In Nederland is dit aantal hetzelfde, in het Verenigd Koninkrijk geeft zelfs 44% van de consumenten dit aan.

Hun keuze voor een merk of wit product hangt af van de productcategorie. Vooral bij alcoholische drank, persoonlijke hygiëne en soft drinks kiezen ze voor merkproducten. Melk en diepvriesgroenten of conserven zijn eerder witte productcategorieën.

“In productcategorieën waar veel sterke merken zijn of waar er weinig aanbod van witte producten is zoals bijvoorbeeld bij bier, kiezen consumenten meestal voor de merkproducten. Ook in de categorieën waar de persoonlijke band groot is, zoals bij producten voor persoonlijke hygiëne als tandpasta en shampoo, grijpen mensen in de rayons naar merkproducten.” zegt Steven Van Belleghem, Director Branding & Communication en Managing Partner bij InSites Consulting.

De helft van de Belgische consumenten (52%) zijn echt merkproduct kopers. Op de 10 producten kopen ze 6 of meer merkproducten. 17% is eerder witte product koper, zij kopen op de 10 producten minder dan 4 merkproducten. 31% zijn onbesliste kopers en kopen een mix van beiden, vooral bij het aankopen van koekjes, snoepgoed, schoonmaakproducten, zuivelproducten, soft drinks en water.

Witte producten = goede prijs/kwaliteit, merkproducten= innovatief en authentiek

6 op 10 Belgische consumenten vindt dat witte producten een goede prijs/kwaliteit bieden. Ze worden gezien als goedkoop, maar ook van een eerder hoge kwaliteit. Merkproducten worden meer gezien als authentiek en innovatief.

“Het is duidelijk dat merkproducten vandaag sterk differentiëren via innovaties en verbondenheid tegenover de merkenloze producten”, zegt Steven Van Belleghem, Director Branding & Communication en Managing Partner bij InSites Consulting. “Het blijft met andere woorden meer dan ooit belangrijk voor merkfabrikanten om die voordelen uit te spelen en er te blijven in investeren. Net nu tijdens de crisis is de verleiding voor consumenten groot om voor het goedkopere alternatief te gaan, tenzij je als merk steeds blijft hameren op innovatie en de verbondenheid met de consument.”

Deze onderzoeksgegevens zijn het resultaat van een marktonderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in september 2008. Naast een aantal communicatie topics, werd het aankoopgedrag en attitude tov merken en witte producten in kaart gebracht. In totaal hebben 900 consumenten en 250 marketeers deelgenomen aan dit online onderzoek, verdeeld over België, Nederland en het Verenigd Koninkrijk. De cijfers zijn representatief voor de internetpopulatie van elk land, en dit naar leeftijd (18-65) en geslacht.

.....

Persbericht - 12-03-2009



Contact:

Steven Van Belleghem

Managing Partner – Director Branding & Communication

InSites Consulting

Steven.vanbelleghem@insites.eu

T +32 9 269 16 07 | M +32 497 473 444

InSites Consulting

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via een online panel bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden, verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketingonderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het hoofdkantoor in Gent telt 75 hooggeschoolde en ervaren medewerkers. InSites Consulting staat voor: expertise en consulting, door innovatie gedreven, excellente klantenservice en kwaliteit georiënteerd. Meer informatie op onze site www.insites.eu en onze blog <http://www.blog.insites.be>