

DETAILHANDEL

Steeds minder merkentrouw

Nederlandse consumenten zijn steeds minder trouw aan winkels en merken. Ongeveer 50% van de Nederlandse consumenten geeft aan steeds minder dezelfde merken te kopen, terwijl 13% de laatste tijd zelfs van merk gewisseld is vanwege de prijs. Vrouwen blijken prijsbewuster dan mannen en vinden een merk ook minder belangrijk. Slechts 7% van de respondenten is echt trouw aan merken. De afnemende merkentrouw hangt samen met de financiële situatie van de consument.

SOMBERE VERWACHTING

In 2003 is bijna 60% van de ondervraagden er financieel op achteruit gegaan. Ook de verwachtingen voor de toekomst zijn vrij somber. Als gevolg van de verslechterde financiële situatie oriënteren consumenten zich veel bewuster voordat ze tot koop overgaan. Zo stelt 62% de aanschaf van een duurder product uit totdat deze in prijs daalt en koopt circa 77% voornamelijk als er een opruiming is.

 **ITM International, Onderstroom**
(een onderzoek naar merken en media van mediabureau Stroom)
tel. (020) 616 09 05, www.itmsite.com