

'Consument kiest vaker voor luxe merk' #8217;

21-01-2008 00:00

Luxe en duurzaamheid, dat zijn de wensen van consumenten voor het komend jaar. Dat blijkt althans uit 'Brand Magnetism', een wereldwijd onderzoek naar de kracht van merken uitgevoerd door marketingbureau DDB.

"In tijden van economische recessie zien we dat consumenten massaal teruggrijpen op wat oud, vertrouwd en dichtbij is", legt DDB-directeur Herberth Samson uit. "Als het goed gaat met de economie vertaalt het consumentenvertrouwen zich in een voorkeur voor merken die op de een of andere manier spannend zijn, zoals buitenlandse merken of merken met een maatschappelijke boodschap."

Ondanks de onverminderde populariteit van Hollandse klassiekers als Albert Heijn, Kruidvat, Blokker en HEMA is een duidelijke opmars waar te nemen van luxere en duurdere merken. Zo werden volgens DDB het afgelopen jaar onder meer Apple, HP, Diesel, Tommy Hilfiger, Philips, Dell en G-Star veel populairder.