

H&M waardevolste Europese retailmerk

24-03-2009 00:00

De Zweedse kledingretailer Hennes & Mauritz is in Europa het best presterende retailmerk. Dat blijkt uit onderzoek van consultancybureau Interbrand. Koploper H&M heeft een merkwaarde van elf miljard euro. De top-5 wordt gecompliceerd door respectievelijk Carrefour (merkwaarde negen miljard euro), IKEA (zeven miljard euro), Tesco (vijf miljard euro) en Zara (gewaardeerd op vier miljard euro).

De retailsector wordt gezien als representatieve barometer voor zowel het economisch klimaat als het consumentenvertrouwen. En hoewel de economische crisis veel bedrijven zwaar op de proef stelt, ontstaan er volgens Interbrand ook nieuwe kansen die de sector dwingen op een nieuwe manier na te denken over merkbeleid. "Retailers hebben nu ongekennde mogelijkheden om in contact te komen met de consument", zegt Jez Frampton, Global Chief Executive van Interbrand. "Via interactie binnen en buiten de winkel kunnen ze kopers een unieke merkbeleving bieden. Succesfactoren voor de langere termijn zijn aansturing van het merk als een asset, inzicht in de rol van het merk bij vraagontwikkeling en een duidelijke gerichtheid op uniciteit in plaats van prijsverlaging", aldus Frampton.

Het complete rapport van Interbrand, met daarin de top-50 Amerikaanse en top-25 Europese retailmerken, is online beschikbaar op interbrand.com.