

Huis- of A-merk: wat wil de klant?

09-03-2003 01:00

Slechts 40% van de dhz-omzet komt uit de verkoop van A-merken becijferde GfK onlangs. En dus 60% niet. Winkelketens profileren zich dan ook maar wat graag met een eigen huismerk. Want dat geeft image en onderscheid. Maar levert het ook hetzelfde op als een range aan A-merken? En wat wil de klant nu eigenlijk? MIX liet ITW in een indicatief onderzoek analyseren welke keuze consumenten maken op de winkelvloer. Lees over harde dhz'ers met een focus op kwaliteit en over gelegenheidsklussers met een voorkeur voor prijs die huismerken ook 'best goed' vinden.

Marc Nelissen