

Consument heeft weinig gevoel bij dhz-merken

22-05-2009 02:00

Dat het de gemiddelde consument geen barst uitmaakt welk merk schroeven of ijzerdraad hij koopt, is zo helder als wat. Volgens Roland Mol van consumentenonderzoeksbureau GfK Panel Services zouden echter genoeg DHZ-merken zich steviger kunnen positioneren om bepaalde doelgroepen aan zich te binden. "Maar dan is alleen concurreren op prijs, wat dhz-merken hoofdzakelijk doen, niet voldoende."

Marc Nelissen