

### PERSBERICHT

Antwerpen, 19 mei 2015

Voor onmiddellijke vrijgave

### Huismerk rechts van A-merk gunstiger effect op verkopen

**Een studente van de KU Leuven deed voor haar masterproef Marketing Management (Handelswetenschappen) een experimenteel onderzoek naar de indeling van het winkelschap. Twee weken lang was een Carrefour Express-winkel in Kontich het onderzoeksterrein. Uit een enquête met 133 Vlaamse consumenten blijkt dat een huismerk beter rechts van een A-merk wordt geplaatst**

#### Het resultaat?

Wanneer het huismerk rechts van het A-merk staat, heeft dit een gunstiger effect op de aankoopintentie dan wanneer het links staat. Een mogelijke verklaring is dat consumenten voornamelijk rechtshandig zijn en dus ook eerder met die hand naar producten grijpen die zich aan de rechterkant bevinden. Het horizontaal of verticaal verplaatsen van het huismerk heeft geen effect op de aankoopintentie.

#### Onderzoeksopzet

Eerdere studies tonen aan dat producten die op oog- en handhoogte staan beter scoren. Uit nog recentere studies blijkt dat het huis- en A-merk best op hetzelfde schap gepositioneerd staan. Het onderzoek van de studente Handelswetenschappen gaat nog een stap verder. Ze onderzoekt of de precieze positionering van het huismerk tegenover het concurrerende A-merk een effect heeft op het koopgedrag. Meer specifiek onderzocht zij of het huismerk beter aan de linker of rechterkant van het A-merk wordt gepositioneerd. Uiteraard moesten deze huismerken verplaatst worden om zo langs links of rechts gepositioneerd te worden, deze verplaatsing kon gebeuren op hetzelfde schap (horizontale verplaatsing) maar ook op een verticale manier waarbij het huismerk effectief van schap veranderde.

#### Onderzoeksmethode

De studente ging aan de slag met vier huismerken uit de voedingscategorie, die ze langs links of rechts van het A-merk verplaatste, en deed een enquête bij 133 Vlaamse consumenten. Aan de deelnemers werd gevraagd welk product ze kochten voor de gewijzigde positionering van het huismerk en welk product erna. Zo werd onderzocht of het koopgedrag veranderde door de nieuwe positionering van het huismerk en welke positionering het grootste effect kende.

Kortom: een huismerk wordt best rechts van het leidend A-merk geplaatst – ongeacht of het huismerk ook verticaal of horizontaal verplaatst wordt.

---- EINDE BERICHT ----

Noot voor de redactie

Contactpersoon:

Nikki Somers | Student Master in de Handelswetenschappen – Marketing Management |

[nikki\\_somers@hotmail.com](mailto:nikki_somers@hotmail.com)