



# Merk van het jaar 2008

De kracht van levensmiddelenmerken



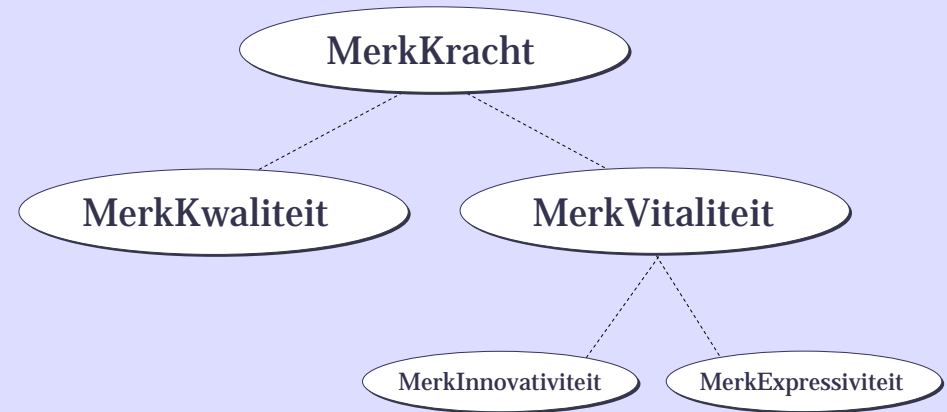
# Het onderzoek

EFMI Business School en GfK Panel Services hebben in samenwerking met de Federatie Nederlandse Levensmiddelenindustrie (FNLI) ook dit jaar weer een grootschalig merkenonderzoek verricht om te bepalen welk Nederlands levensmiddelenmerk anno 2008 de grootste MerkKracht heeft en daarmee aanspraak mag maken op de Merk van het Jaar 2008 Award. De eerste editie van de Award ging in 2007 naar het ijsmerk Hertog van Unilever.

Om te bepalen welk merk de 2008-editie van de FNLI Merk van het Jaar Award in ontvangst mag nemen zijn in totaal 90 A-merken beoordeeld door een panel van ruim 5800 primaire boodschappers op de criteria van het MerkKracht-model. Uiteindelijk heeft dit geresulteerd in meer dan 50.000 merkbeoordelingen. Voorwaarde voor een merkbeoordeling was dat de respondent het betreffende merk kent, ongeacht of hij/zij het wel of niet koopt.

Om per merk een goede afspiegeling te krijgen van de verhouding kopers en niet-kopers zijn de merkscores gecorrigeerd voor de daadwerkelijke merkpenetratie. Heeft een merk bijvoorbeeld een merkpenetratie van 75%, dan wordt de merkscore berekend als een gewogen gemiddelde van de score van de kopers (75%) en de niet-kopers (25%) van het betreffende merk.

## Het MerkKracht-model (bron: EFMI en GfK)



Uitgangspunt voor de FNLI Merk van het Jaar Award is het MerkKracht-model dat door EFMI Business School en GfK Panel Services Benelux is ontwikkeld. Dit model is gebaseerd op uitgebreid literatuuronderzoek en de markt- en consumenteninzichten van beide partijen. In het model wordt de mentale kracht van een A-merk bepaald door twee pijlers:

### 1. MerkKwaliteit

De MerkKwaliteit is een meer functionele factor die eigenlijk het fundament vormt van elk merk: de gepercipieerde 'waarde' van het productassortiment.

### 2. MerkVitaliteit

De MerkVitaliteit heeft betrekking op de extrinsieke, meer emotionele elementen van een merk. De MerkVitaliteit valt uiteen in twee subfactoren: (a) MerkInnovativiteit en (b) MerkExpressiviteit.



# Top 10 Merk van het jaar 2008




Op basis van de ruim 50.000 merkbeoordelingen op de criteria van het MerkKracht-model wint VERKADE de Merk van het Jaar Award 2008. Verkade is daarmee de opvolger van ijsmerk Hertog dat de prijs in 2007 in ontvangst mocht nemen.

Runner-up in de 2008-editie van de FNLI Merk van het Jaar Award is DOUWE EGBERTS. De Top 5 wordt gecompleteerd door PICKWICK, MONA en BOLLETJE. Andere conclusies zijn:

- De MerkKracht van de onderzochte levensmiddelenmerken is in het afgelopen jaar licht toegenomen
- De MerkKwaliteit van de onderzochte levensmiddelenmerken is nog altijd groter dan hun MerkVitaliteit. Binnen die MerkVitaliteit is het de MerkExpressiviteit die de meeste ruimte biedt voor verbetering
- Opvallend is dat de grote internationale merken ontbreken in de top van de Merk van het Jaar 2008 ranglijst. Booschappers kennen anno 2008 de grootste merkkracht toe aan (oer-) Hollandse merken.










## Top 10 Merk van het Jaar 2008

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 
6. 
7. 
8. 
9. 
10. 



# Categoriewinnaars Merk van het jaar 2008

Categorie	Onderzochte merken	Categoriewinnaar
Bier	Amstel, Bavaria, Grolsch, Heineken en Hertog Jan	
Non-alcoholische dranken (excl. zuivel)	Appelsientje, Coca-Cola, Coolbest, Crystal Clear, Douwe Egberts, Dubbelfrisss, Fanta, Hero, Karvan Cevitam, Lipton, Nescafé, Pepsi, Pickwick, Roosvicee, Spa en Wicky	
Zoetwaren, snacks, ontbijtproducten, brood en banket	Bolletje, De Ruyter, Duyvis, Kellogg's, Lay's, Liga, LU, M&M's, Mentos, Nestlé, Peijnenburg, Quaker, Redband, Smiths, Stimorol, Sultana en Verkade	
Kruidenierswaren overig	Bertolli, Calvé, Conimex, Grand'Italia, Heinz, Honig, Knorr, Koopmans, Maggi, Nutrilon, Olvarit, Remia, Unox en Versteegen	
Zuivel, kaas en geelvetten	Almhof, Alpro Soya, Becel, Beemster, BlueBand, Campina, Chocomel, Croma, Danone, Frico, Friesche Vlag, Maaslander, Milner, Mona, Uniekaas en Yakult	
Vers, salades, diepvries en verpakte groenten	Aviko, Bonduelle, Cêlavita, Chiquita, Dr. Oetker, Hak, Hertog, Iglo, Johma, Mora en Ola	
Persoonlijke verzorging en schoonmaak	Ambi-pur, Andrélon, Ariel, Dreft, Edet, Gillette, Nivea, Page, Pampers, Robijn en Sun	

BIJLAGE

# Merk van het jaar 2008

Informatie over EFMI Business School, GfK en FNLI



**EFMI** Business School  
*Academisch kennisinstituut voor de foodsector*





# Informatie over EFMI Business School, GfK en FNLI

## EFMI Business School

EFMI Business School is een academisch onderzoeks- en opleidingsinstituut dat zich volledig richt op managementvraagstukken van bedrijven uit de levensmiddelensector. Het EFMI is een zelfstandige business school van Academische Opleidingen Groningen (AOG). AOG is gelieerd aan de Rijksuniversiteit Groningen en maakt universitaire kennis toegankelijk voor bedrijven en individuen. Het EFMI vult binnen AOG die doelstelling in voor de foodsector.

Contactpersoon:

Marcel van Aalst – directeur onderzoek – [mvanaalst@efmi.nl](mailto:mvanaalst@efmi.nl)

**EFMI** Business School

*Academisch kennisinstituut voor de foodsector*

[www.efmi.nl](http://www.efmi.nl)

## GfK Panel Services Benelux

GfK is de grootste marktonderzoeker in de Benelux met vestigingen in Dongen, Brussel, Amstelveen en Hilversum. GfK Panel Services in Dongen/Brussel heeft de ambitie om met de ontwikkeling van kennis ondersteuning te geven bij het realiseren van (groei)doelstellingen.

Contactpersoon:

Jan Havermans – marketing manager – [jan.havermans@gfk.nl](mailto:jan.havermans@gfk.nl)



[www.gfk.nl](http://www.gfk.nl)

## Federatie Nederlandse Levensmiddelenindustrie (FNLI)

De FNLI is dé koepelorganisatie van en voor bedrijven en branches in de Nederlandse levensmiddelen industrie (food en non-food). De FNLI is spreekbuis voor bedrijven en brancheorganisaties en aanspreekpunt voor handelspartners, NGO's, overheid, politiek en media.

Contactpersoon:

Philip den Ouden – directeur – [pdenouden@fnli.nl](mailto:pdenouden@fnli.nl)



[www.fnli.nl](http://www.fnli.nl)

**EFMI** Business School  
*Academisch kennisinstituut voor de foodsector*

