

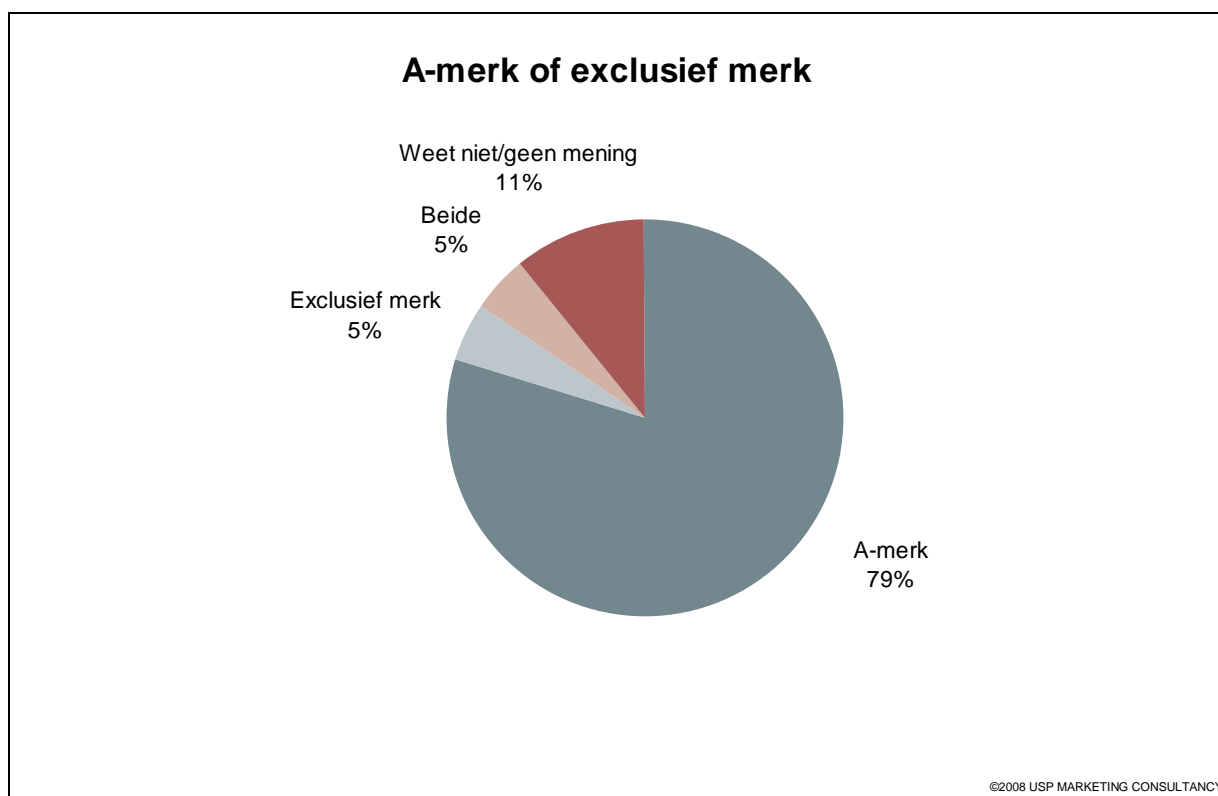
## Afbouwsector heeft voorkeur voor A-merk

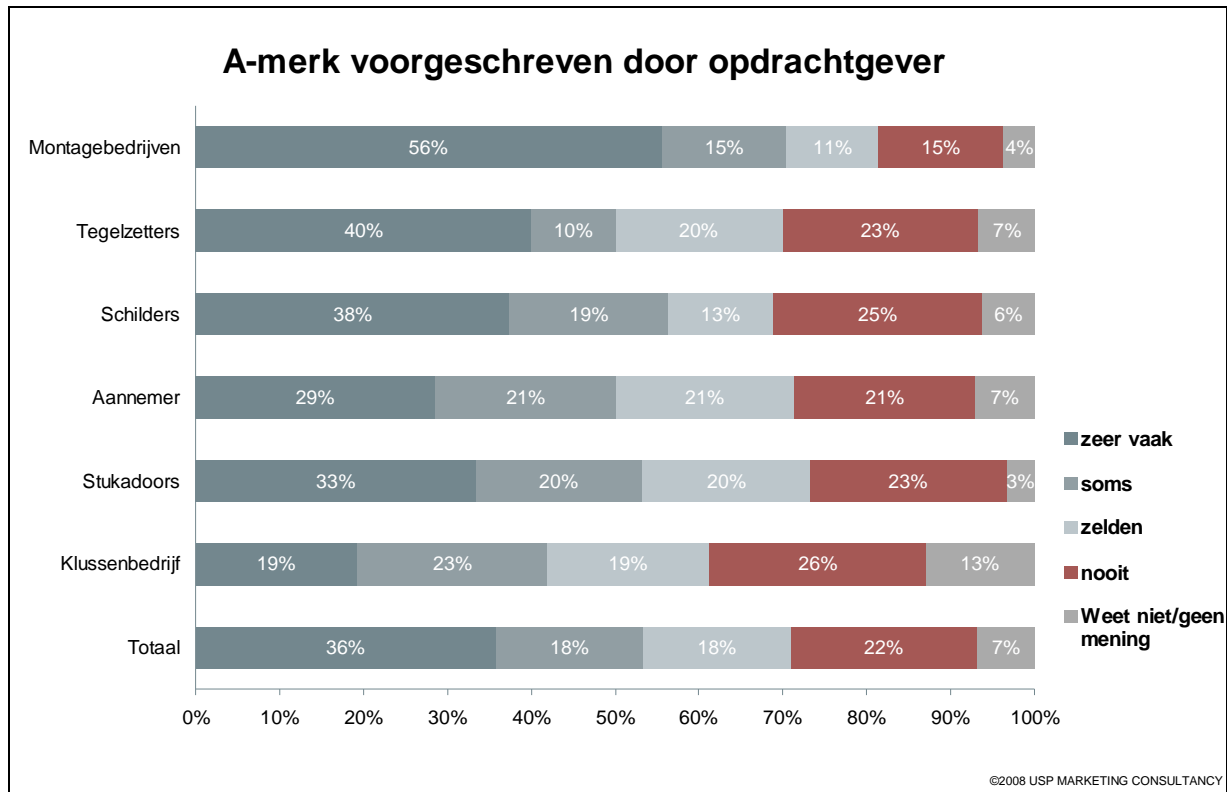
*Fabrikanten bieden voldoende ondersteuning aan verwerkers van hun product*

**Rotterdam – 22 september 2008. Partijen actief in de afbouwsector geven de voorkeur aan het gebruik van een A-merk ten opzichte van een exclusief merk. Daarnaast worden A-merken regelmatig door opdrachtgevers voorgeschreven aan de verwerkers. Met name de montagebedrijven hebben vaak te maken met voorgeschreven A-merken. Dit blijkt uit onderzoek van USP Marketing Consultancy onder ruim 150 bedrijven uit de afbouwsector.**

### *A-merk heeft voorkeur*

Van de ondervraagde partijen in de afbouwsector (klusbedrijven, tegelzeters, montagebedrijven, stukadoors, aannemers en schilders) geeft gemiddeld 80% hun voorkeur aan een vertrouwd A-merk ten opzichte van een exclusief merk. Hiernaast worden A-merken ook regelmatig voorgeschreven door de opdrachtgevers. Van de afbouwbedrijven geeft 36% aan dat het zeer vaak voorkomt dat een opdrachtgever een A-merk voorschrijft. Met name onder montagebedrijven is dit het geval 56%. Klusbedrijven en schilders bepalen vaker zelf het merk, respectievelijk 26% en 25% geeft aan dat een A-merk nooit wordt voorgeschreven door een opdrachtgever. Dit hoge percentage valt te verklaren uit het hoge aandeel ZZP bedrijven onder de schilders en klusbedrijven. De ZZP bedrijven werken veel in opdracht van particulieren en die schrijven minder vaak specifieke merken voor dan een professionele opdrachtgever die meer thuis is in de materie.

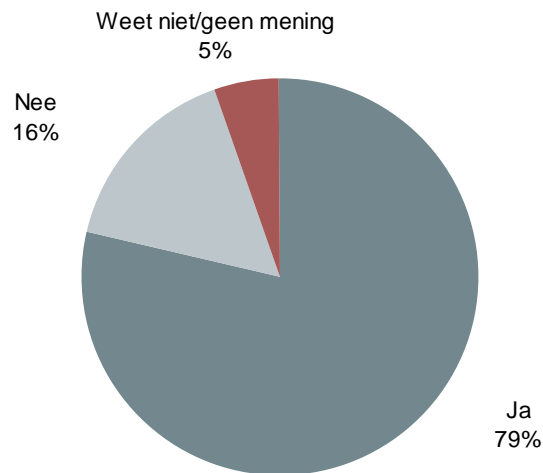




#### Ondersteuning fabrikanten voldoende

Partijen uit de afbouwsector is ook gevraagd of zij vinden dat de fabrikanten hen voldoende ondersteunen in hun werkzaamheden. Hieruit blijkt dat 79% vindt dat men voldoende wordt ondersteund door de fabrikanten van de producten die zij gebruiken. Toch vindt 16% van de bedrijven dat zij nog niet voldoende ondersteund worden. Dit duidt erop dat het voor bepaalde fabrikanten zeker nuttig zal zijn om de specifieke behoefte van zijn klanten te onderzoeken. Wanneer men beter weet wat de afnemer verwacht en verlangt, kan men zijn klanten immers beter bedienen. Dit leidt weer tot een hogere loyaliteit binnen de huidige klantenkring. In het algemeen gaven de afbouwbedrijven aan beter geadviseerd te willen worden door de verkoopkanalen en wenst men uitgebreidere productinformatie te ontvangen van de fabrikanten.

## Tevreden met ondersteuning fabrikanten



*Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:*

USP Marketing Consultancy

Reinier Zuydgeest M.Sc.

Telefoon: 010-2066900

E-mail: [zuydgeest@usp-mc.nl](mailto:zuydgeest@usp-mc.nl)

Internet : [www.usp-mc.nl](http://www.usp-mc.nl)

### *Technische verantwoording*

Voor het onderzoek van USP Marketing Consultancy zijn in september 156 telefonische enquêtes afgenomen onder het USP BouwPanel.nl.

De vraagstelling die ten grondslag ligt aan dit persbericht is als volgt geweest:

- Werkt u liever met een zeer bekend A-merk dat bekend staat om kwaliteit, of juist een exclusief merk dat u collega's niet gebruiken?
- Hoe vaak komt het voor dat de opdrachtgever u vraagt om een A-merk te gebruiken?
- Vindt u dat de fabrikanten van de producten die u gebruikt u voldoende ondersteunen in uw werkzaamheden?