

PERSBERICHT
19 december 2008
PB 08140

De Kerk meest waardevolle merk van België

30% van de Belgen vindt de Kerk een merk

Brandhome heeft onderzoek gedaan naar het merk de Kerk. Ruim 1.000 Belgen hebben hun mening gegeven over het merk de Kerk, over de waarden waar het merk voor staat en over commerciële diensten die het merk kan aanbieden. De resultaten van het onderzoek zijn opmerkelijk: maar liefst 50% van de Belgen zou overwegen een commerciële dienst af te nemen van de Kerk. Op basis van deze uitkomst zou het merk de Kerk een van de meest waardevolle merken in België zijn. De commerciële waarde van het merk schommelt dan tussen 300 en 500 miljoen euro.

Drie waarden, namelijk naastenliefde, broederlijkheid en hoop, worden het meest toegekend aan de Kerk. Mensen die zich verwant voelen met de Kerk zijn positiever over de Kerk dan mensen die zich niet verwant voelen met de Kerk. Deze laatste groep vindt waarden als hypocrisie, leugenachtigheid en geheimzinnigheid beter bij de Kerk passen. Opvallend is dat Vlamingen en vrouwen positiever zijn over de Kerk dan Walen en mannen.

Verwanten hebben ook positievere associaties bij de Kerk. Deze groep vindt de Kerk minder ouderwets, minder onverschillig en betrouwbaarder dan niet-verwanten. Niet-verwanten vinden de Kerk eerder ouderwets en rijk.

De Kerk is een sterk merk

Maar liefst 30% van de Belgen vindt dat de Kerk een merk is. Ze zijn die mening toegedaan omdat iedereen de Kerk kent, de Kerk al eeuwenlang bestaat en de Kerk sterke tradities heeft. Opvallend hierbij is dat onder de groep niet-verwanten zelfs 40% de Kerk een merk vindt, terwijl 25% van de verwanten de Kerk een merk vindt.

Kopen van de Kerk

Vervolgens werd de deelnemers gevraagd of ze een (commerciële) dienst van de Kerk zouden afnemen, zoals ziekenzorg, reizen, onderwijs of telecommunicatie. 50% van de Belgen staat daar positief tegenover. De zaken die de Kerk het best zou aanbieden zijn ziekenzorg, thuiszorg of boeken. Telecom, immobiëlen en verzekeringen sluiten de rij. Er is ook veel vraag naar thuismissen organiseren.

Imago van de Kerk sterker dan haar reputatie

Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat het imago van de Kerk sterker is dan haar reputatie. Dat blijkt bijvoorbeeld uit het positievere beeld dat verwanten hebben van de Kerk, of uit het feit dat de aankoopintentie om (commerciële) diensten van het merk Kerk te kopen veel hoger is bij verwanten.

Kerk is geen merk, maar 'une griffe'

Opmerkelijk is dat de Kerk als merk een soort superstatus geniet. Dat blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat verwanten de Kerk minder als een merk zien dan niet-verwanten. Ondanks dat hebben verwanten meer vertrouwen in de Kerk om meer diensten af te nemen. Dat heet een merkparadox. Een dergelijk merk noemen merkstrategen 'une griffe'.

Waarde van het merk

Op basis van de resultaten van het onderzoek heeft Brandhome de opbrengstwaarde berekend van het commercieel gebruik van het merk de Kerk in België. Omdat het eigendom van het merk de Kerk niet verkocht kan worden in de strikte zin van het woord, betreft het hier de zogeheten 'licentiewaarde' voor het commercieel gebruik van het merk de Kerk voor 5 jaar in België. Er is uitgegaan van de klantbereidheid om diensten te kopen die onder het merk 'de Kerk' op de markt worden gebracht. Voor de Belgische markt zou, in dat geval, die waarde liggen tussen de 300 en 500 miljoen euro. Dit bedrag is afhankelijk van variabelen zoals koopintentie, aanbodpotentieel en merkmargin. Hiermee is het merk 'de Kerk' een van de meest waardevolle merken van België.

Onderzoeksopzet

Het onderzoek is in de maanden november en december 2008 uitgevoerd onder ruim 600 Vlamingen en 400 Walen. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Brandhome. **Brandhome** is een **communicatiebureau** dat werkt volgens een unieke en effectieve methodiek om merken te bouwen, de Brandhome method[®]. Het bureau stelt zich onder andere tot doel om kennis over merken constant te vergroten. Brandhome is gevestigd in Antwerpen.

* * * * *

Noot voor de redactie / Niet voor publicatie:

Voor meer informatie over dit persbericht kunt u contact opnemen met Machteld Schierbeek, Brandhome, tel. +32 (0)487 60 65 65.