

## PERSBERICHT

12 maart 2008  
nummer PB0830

### Nieuw onderzoek Brandhome naar herkenbaarheid beeldmerk

**Brandhome heeft nieuw onderzoek gedaan naar de herkenbaarheid van het beeldmerk van de 40 grootste adverteerders in Vlaanderen. Grote winnaars zijn Coca-Cola, BMW en Carrefour. Zij scoren zeer hoog met een herkenbaarheid van het beeldmerk van 97 – 99%. De beeldmerken die het minst herkend worden zijn Actimel, Eandis en 4FM. Het onderzoek is gehouden in de maanden februari en maart onder 480 respondenten in verschillende Vlaamse steden.**

De meest belangrijke conclusies uit het onderzoek zijn volgens Erik Saelens van Brandhome: 'De hoogte van de mediabestedingen en de herkenbaarheid van het logo hangen niet samen. Zo staan Coca-Cola en Knorr staat achteraan in de top 30 van mediabestedingen, maar zij staan in de top 10 van best herkende beeldmerk. Ook blijkt uit ons onderzoek dat de beeldmerken van drie grote supermarkten zeer goed scoren. Dat heeft natuurlijk alles te maken met het feit dat consumenten veel, misschien wel dagelijks, in aanraking komen met deze beeldmerken. Tenslotte zien we dat respondenten als ze een beeldmerk niet herkennen, het toch vaak toewijzen aan een concurrent in de betreffende sector. Een opvallend verschijnsel dat we al eerder in onderzoek hebben vastgesteld.'

De top 10 van best herkende beeldmerken van Vlaanderen

bruto media	ranking media besteding	merk	Categorie	score beeldmerk herkenning
€4,811,148	39	Coca-Cola	Fmcg	99.17 %
€12,983,393	7	BMW	Auto	97.50 %
€10,096,195	16	Carrefour	Supermarkt	96.67 %
€12,215,781	9	Delhaize	Supermarkt	96.67 %
€14,009,831	4	Lidl	Supermarkt	96.67 %
€9,034,477	20	Mercedes	Auto	93.33 %
€11,946,984	11	Volkswagen	Auto	93.33 %
€13,481,135	5	Fortis	Bank & verzekering	93.33 %
€11,949,611	10	Proximus	Telecom	91.67 %
€5,120,238	37	Knorr	Fmcg	90.83 %

## De top 10 van minst herkende beeldmerken

bruto media	ranking media besteding	merk	categorie	score beeldmerk herkenning
€9,448,147	19	MediaMarkt	Elektronica verkoop	48.33 %
€5,453,435	36	Nissan	Auto	31.67 %
€9,635,430	18	Spotter.be	Online	29.17 %
€8,790,424	21	Kia	Auto	25.00 %
€5,569,928	34	Citibank	Bank & verzekering	12.50 %
€5,750,530	32	Vitalinea	Fmcg	10.83 %
€5,558,505	35	Indi	Media	10.00 %
€4,926,660	38	4FM	Media	6.67 %
€5,720,061	33	Eandis	Energie	3.33 %
€7,381,703	26	Actimel	Fmcg	3.33 %

Volgens Saelens blijkt dat de merken die het best herkend worden, zich houden aan de gouden regels van merkenbouw. 'De merken die goed herkend worden, onderscheiden zich door een consistente en langdurige toepassing van het beeldmerk en een beeldmerk waarbij het woord- of beeldmerk onderdeel zijn van het logo. En het blijkt dat logo's die sterk afwijken van de andere logo's in hun sector ook beter herkend worden.'

Erik Saelens vindt dat dit onderzoek eens te meer aangeeft dat een goede en doordachte strategie staat aan het begin van het ontwikkelen van een merkbeeld. 'Een merk moet gebouwd worden vanuit een concept om langdurig mee te kunnen gaan en bijsturing moet zorgvuldig gedaan worden. Anders redt een beeldmerk het niet in deze informatiemaatschappij', aldus Saelens.

Brandhome is een bureau dat werkt volgens een unieke en effectieve methodiek om merken te bouwen, de Brandhome method<sup>®</sup>. Het bureau stelt zich tot doel om de kennis over merken constant te vergroten. Minstens 1 keer per jaar voert het bureau daarom onderzoek uit. Brandhome is gevestigd in Antwerpen.