

Verschil A-merk en huismerk niet te proeven

nieuws

De doorsnee consument smaakt geen verschil tussen voedingsproducten van een A-merk en hetzelfde voedingsproduct van een huismerk. Eén van de verklaringen zou kunnen zijn dat er vroeger vaak wel degelijk een verschil was maar huismerken in kwaliteit bijgebeend hebben, aldus onderzoek van de UGent. De proefpersonen verwachtten dat ze de yoghurt van een A-merk lekkerder zou vinden dan die van een huismerk, maar uiteindelijk bleek het omgekeerde waar: yoghurt van A-merken werd minder lekker bevonden.

13 DECEMBER 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:31

Lees meer over:

consument

onderzoek

voedingsindustrie



De doorsnee consument smaakt geen verschil tussen voedingsproducten van een A-merk en hetzelfde voedingsproduct van een huismerk. Eén van de verklaringen zou kunnen zijn dat er vroeger vaak wel degelijk een verschil was maar huismerken in kwaliteit bijgebeend hebben, aldus onderzoek van de UGent. De proefpersonen verwachtten dat ze de yoghurt van een A-merk lekkerder zou vinden dan die van een huismerk, maar uiteindelijk bleek het omgekeerde waar: yoghurt van A-merken werd minder lekker bevonden.

Huismerken zijn producten die de naam van een supermarkt dragen en ook onder die naam in de rekken liggen. A-merken daarentegen zijn bekende merken die reclame maken voor hun producten. UGent-onderzoeker Joachim Schouteten wilde weten of consumenten echt het verschil proeven tussen beide, of dat de merknaam hen er onbewust toe aanzet om het product als kwalitatiever te beoordelen. “Toen huismerken opkwamen, was de kwaliteit van deze producten aanzienlijk lager dan die van de A-merken”, aldus Schouteten. “En daardoor denken veel mensen nu dat die producten nog altijd minderwaardig zijn. Toch hebben huismerkproducten een enorme evolutie doorgemaakt op vlak van kwaliteit, vaak zelfs tot op het niveau van A-merken.”

De onderzoekers lieten een honderdtal testpersonen drie keer yoghurt proeven: één keer zonder het merk te zien, één keer nadat ze eerst hun verwachting over de smaak hadden aangegeven, en een laatste keer met het merk duidelijk zichtbaar. De proefpersonen verwachtten dat ze de yoghurt van een A-merk lekkerder zouden vinden dan die van een huismerk. Maar dat draaide anders uit: in de test bleken ze bij A-merken zelfs sterkere negatieve emoties te ervaren als ze het merk kenden. Bovendien bleek dat ze de yoghurt van A-merken minder lekker vonden dan verwacht.

Hun verwachting over de smaak van huismerken daarentegen was lager. In de smaaktest gaven ze aan dat ze de yoghurt van huismerken even lekker vonden als die van de A-merken. “Als je een product regelmatig consumeert, ontstaat er een band tussen jou en het product”, aldus Schouteten. “Dat is wat A-merken aan de hand van reclame proberen te versterken. Voor huismerken daarentegen wordt er geen of heel weinig reclame gemaakt. In deze test zien we dat je smaak vaak beïnvloed wordt door de band die je met een bepaald merk hebt, eerder dan door je band met het voedingsproduct zelf.”

Bovendien bleken de proefpersonen smaken ook anders te beoordelen op verschillende locaties: als er thuis getest werd, was er een groter effect van merkinformatie dan wanneer er in het labo werd geproefd. “Dat is logisch: door in de thuisomgeving te testen zal men vaak ook beïnvloed worden door de meningen van bijvoorbeeld huisgenoten”, aldus nog Schouteten. “Dat kan een effect hebben op de smaakbeleving.”

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1030 Schaerbeek

Contact

T • 0473 59 41 39
M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

© 2025 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)