

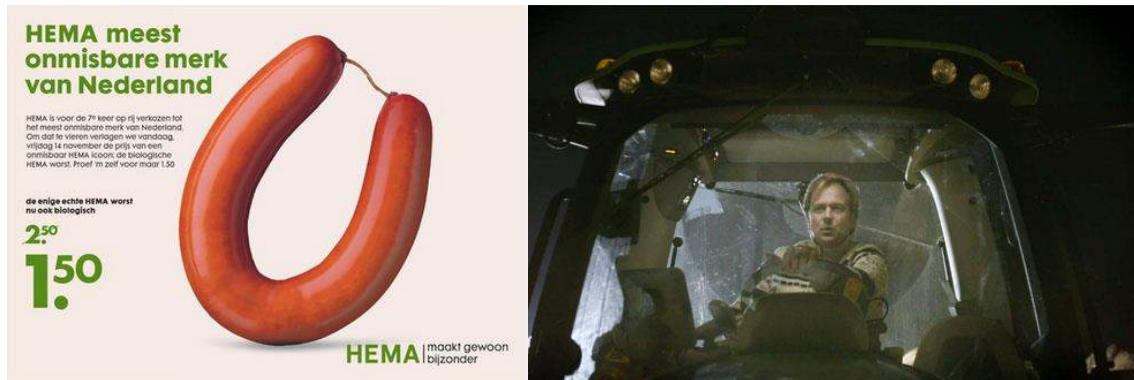
# EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015

dr. Rik Riezebos  
Janneke Verhorst BCom

**EURIB**



In 2014 werd HEMA voor het zevende jaar op rij door consumenten gekozen tot het meest *onmisbare merk* van Nederland. Dit liet HEMA niet ongemerkt voorbijgaan, zo blijkt uit onderstaande communicatie-uitingen.



Advertentie en tv-commercial



Rookworst 'gaancirkel' bij Schiphol



Winkelsticker op alle ramen van HEMA-filialen

## Highlights EURIB Top-100 Onmisbare Merken® 2015

Welke merken wilt u absoluut niet missen? Zo luidt de centrale vraag die wij dit jaar voor de achtste keer hebben voorgelegd aan 1.211 Nederlandse consumenten. Op grond van deze vraag stelden wij van 1.490 merken onmisbaarheidsscores vast; een percentage dat aangeeft hoeveel procent van de Nederlanders een bepaald merk absoluut niet willen missen. Merken beperken zich niet tot consumentengoederen die je in de supermarkt vindt; ook dienstverleners, online aanbieders, winkelketens, goede doelen, musea, dierentuinen, omroepen, tv-zenders enz. zijn op te vatten als merken. In dit onderzoek zijn al dit soort merken opgenomen. Het onderzoek naar onmisbare merken is in 2008 voor het eerst uitgevoerd en sindsdien jaarlijks herhaald. Dit jaar hebben we het onderzoek naar onmisbare merken voor de *achtste* keer uitgevoerd. Daardoor kunnen we beter dan bij de eerste metingen letten op langetermijntrends; niet alleen voor individuele merken, maar ook voor clusters van merken (bijvoorbeeld banken en dierentuinen).

In de voorgaande rapportages stelden we drie algemene bevindingen over de door consumenten ervaren onmisbaarheid van merken vast. Deze bevindingen zijn samengevat in onderstaand tekstkader.

### Drie algemene bevindingen over de onmisbaarheid van merken

Een merk wordt door consumenten als onmisbaar ervaren als:

1. Het bij onze cultuur past. Een communicatiecampagne roept de meeste sympathie op als deze aansluit bij Nederlandse waarden en normen. Zoals de commercials van Jumbo die vaak op een ludieke manier inspelen op 'Hollandse zuinigheid'.
2. Het merk – in lijn met het gedachtengoed van Byron Sharp – zichtbaar is (*visibility*) en opvalt in de productklasse (*distinctiveness*). Goede voorbeelden hiervan zijn merken die aan een langdurig herkenbare beeldvorming werken. Zoals Calvé pindakaas, dat al jaren bekend staat om haar karakteristieke tv-reclames: Calvé pindakaas: 'Wie is er niet groot mee geworden?'
3. Consumenten 'deel' van het merk kunnen uitmaken (*immersion*); zoals merken die ruimte bieden voor interactie en *engagement*. Denk aan Lego, waarbij met Lego-films en pretparken het merk nog meer een beleving wordt.





Naast het gegeven dat we ook dit jaar de drie in het tekstkader beschreven algemene bevindingen kunnen bekrachtigen, krijgen we met deze achtste meting ook steeds meer inzicht in specifieke vraagstukken. De belangrijkste punten die we in deze rapportage vaststellen zijn de volgende:

- Als voor een merk een langdurig *communicatiethema* wordt losgelaten, heeft dit een negatief effect op de onmisbaarheidsscore. Eerder stelden we dit effect voor Cup-a-Soup vast, een merk dat in 2008 een meer dan goed ingeburgerd communicatiethema losliet. Maar nu lijkt ook Albert Heijn, dat met ingang van 2015 voor haar tv-commercials afscheid nam van supermarktmanager 'meneer Van Dalen' (Harry Piekema), last te hebben van deze breuk in consistentie. De onmisbaarheidsscore van AH daalt nu met 4%.
- *Innovaties* leveren een kortstondig effect op (een 'opleving' in de onmisbaarheidsscore die ongeveer één jaar duurt). Massa-mediale communicatie is nog steeds van essentieel belang voor de *visibility* en *likeability* van een merk, en daarmee voor de ervaren onmisbaarheid. Dit effect treedt echter niet direct op.
- Merken die een *lage prijs* benadrukken, verdienen de voorkeur van de consument. Zo stijgt de onmisbaarheidsscore van IKEA met 4% en die van Action met 1%. Ondanks dat de onmisbaarheidsscore van Lidl met 2% is gedaald, is het merk relatief gezien wel gestegen (van positie 10 naar 7). Geen enkele retailer kan bijna meer om het koopmotief 'de laagste prijs' heen.
- *Merkrevitalisatie* (denk aan Ranja, Oranjeboom en Exota) levert over het algemeen geen langdurig positief effect op. Deze exercities profiteren weliswaar van de bekendheid die het merk vroeger had, maar het opnieuw uitvinden van de relevantie van het merk, is lang niet altijd geslaagd.
- *Naamswijzigingen* hebben een grote negatieve impact (zie ook onze rapportage EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2014, p.14). Dit jaar kunnen we daar aan toevoegen dat in een afnemende markt, dit negatieve effect sterker optreedt. In augustus 2014 – in een tijd waarin het tv-kijken via de traditionele zenders al aan het afbrokkelen was – veranderde men in Hilversum de namen van de tv-zenders naar NPO (NPO 1, NPO 2, NPO 3.). Met een gemiddelde daling van de onmisbaarheidsscores van 17% van deze zenders, kun je niet anders dan concluderen dat de naamswijziging te laat is ingezet. De les die we hieruit kunnen trekken is dat het onverstandig is een merknaam te veranderen als de markt onder druk staat.
- *Organisatiemerken/producenten* worden nog niet door consumenten als écht onmisbaar ervaren. Alleen Unilever heeft – met een score van 25% – weet tot nu toe enig gevoel van onmisbaarheid op te roepen. Andere organisatiemerken (Henkel en Procter & Gamble) spelen qua onmisbaarheid nog geen rol van betekenis.

© 2015 EURIB te Rotterdam.

Ⓓ EURIB behoudt zich uitdrukkelijk alle rechten voor die voortvloeien uit de Richtlijn 96/9/EG van 11 maart 1996 betreffende de rechtsbescherming van databanken.

® EURIB TOP-100 ONMISBARE MERKEN is een in de Benelux geregistreerde merknaam (inschrijvingsnummer BBIE/Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom: 0947933).

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. *No part of this report may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.*

EURIB  
Postbus 4407  
3006 AK Rotterdam

[www.eurib.net](http://www.eurib.net) / [info@eurib.net](mailto:info@eurib.net)

## Inhoudsopgave

1. Over onmisbare merken	6
2. EURIB Top-100 Onmisbare Merken <sup>®</sup> 2015	8
3. Verschillen tussen doelgroepen	24
4. Onmisbare merken per categorie	26
5. Onderzoeksverantwoording	48
Bijlage	50

## EURIB Top-10 Onmisbare Merken 2015

1



2

**bol.com**<sup>go</sup>

3



4



5



6



7



8



9



10

**BLOKKER**



## 1. Over onmisbare merken

Welk merk vindt de Nederlandse consument absoluut onmisbaar? Voor de achtste keer deed EURIB dit jaar onderzoek naar deze vraag. In deze rapportage presenteren we de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015 en verbinden we conclusies aan de onmisbaarheidsscores die merken door consumenten toebedeeld krijgen. Ook rapporteren we de relatieve positie van alle merken die in dit onderzoek zijn meegenomen.

### *Hoe dit rapport te lezen?*

Het onderzoek naar onmisbare merken is online afgenomen. Centraal in het onderzoek staat de zogenoemde *onmisbaarheidsscore*, het percentage respondenten dat bij een merk aangeeft het jammer te vinden als het van de markt zou verdwijnen. Hoe hoger het percentage, des te meer een merk als onmisbaar wordt ervaren. Van alle in het onderzoek opgenomen merken zijn onmisbaarheidsscores berekend (zie bijlage, tabel B18). In paragraaf 2 presenteren we de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015. We bespreken daar de sterkste stijgers en dalers en signaleren opvallende trends. In paragraaf 3 gaan we in op verschillen tussen mannen en vrouwen, sociale welstandsklassen en leeftijdscategorieën. Bij deze opdelingen kijken we alleen naar verschillen in top-10 posities.

In paragraaf 4 presenteren we een selectie van merken per productklasse. De volgorde binnen een productklasse is van belang, omdat veel merken niet in de top-100 voorkomen vanwege het vele aantal concurrerende merken in hun productklasse. Bij auto's bijvoorbeeld, heeft het best verkochte merk in Nederland circa 10% marktaandeel. Als consumenten bij de vraag naar onmisbaarheid een automerk aankruisen, is de kans groot dat dit het merk is dat ze zelf rijden. Het is dan haast onmogelijk voor een automerk om een onmisbaarheidsscore van 32% te behalen (de ondergrens van de top-100). In markten waar het aanbod groot is en consumenten exclusieve keuzes maken (i.e. de keuze voor één merk betekent dat de keuze voor een ander merk grotendeels is uitgesloten, zoals bij een auto of krant), is de relatieve positie van een merk in de eigen productklasse dus van groter belang. In paragraaf 4 presenteren we daarom onmisbaarheidsscores per categorie; we doen dit voor 68 productklassen.

In paragraaf 5 van dit rapport is de onderzoeksverantwoording terug te vinden. In de bijlage is onder andere de tabel opgenomen van alle in dit onderzoek onderzochte merken.

Alvorens dit jaar tot uitvoering van het onderzoek is overgegaan, is de lijst van

merknamen geüpdatet. Nieuwe merken zijn toegevoegd en enkele (van de markt verdwenen) merken zijn uit de lijst verwijderd. Daarnaast zijn er twee productcategorieën<sup>1</sup> verwijderd en is de categorie Organisatiemerken/producten (van levensmiddelen) toegevoegd. Deze organisatiemerken zijn aan de lijst toegevoegd omdat zij zich steeds meer richting consumenten profileren, denk bijvoorbeeld aan Unilever. De totale lijst omvat nu 1.490 merknamen (2014: 1.446 namen). Het aantal respondenten dat dit jaar aan het onderzoek deelnam bedraagt 1.211.

Voor uitgebreidere analyses en/ of specifieke uitsplitsingen tussen groepen consumenten kunt u contact opnemen met EURIB ([info@eurib.net](mailto:info@eurib.net) / 010-440.1130).

---

1: De categorieën 'Keukens' en 'Uitzendbureaus' zijn uit het onderzoek verwijderd.

## 2. EURIB Top-100 Onmisbare Merken® 2015

Sinds 2008 vraagt EURIB aan Nederlandse consumenten welke merken ze absoluut niet willen missen. De gemiddelde onmisbaarheidsscore – berekend over alle in het onderzoek opgenomen merken – is dit jaar ten opzichte van 2014 licht gedaald (met 2%). Na onze eerste meting in 2008, zagen we in 2009 al een daling van de gemiddelde score (toen met maar liefst 8%). Dit was het gevolg van de kredietcrisis, waardoor consumenten meer op de prijs gingen letten dan op het merk. Na 2009 was er steeds een lichte daling in de gemiddelde scores; in 2014 leek deze daling ten einde. De huidige daling van de gemiddelde score is mogelijk een laatste 'stuiptrekking' van de crisis. We verwachten dat in 2016 de gemiddelde onmisbaarheidsscore stabiliseert en mogelijk weer aantrekt.

"Apple; is een heel goed merk, waar ik van hou!"

Op de volgende bladzijde is in tabel 1 de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015 weergegeven. Hieronder beschrijven we de *highlights* van deze top-100.

### Top-5 Onmisbare Merken



In 2015 is HEMA opnieuw door de consument uitgeroepen tot het meest onmisbare merk van Nederland. Dit is de achtste keer op rij dat HEMA op nummer 1 staat. Wist HEMA de afgelopen jaren zijn hoge onmisbaarheidsscore redelijk goed vast te houden, dit jaar is deze score sinds het begin van de metingen in 2008 het sterkst gedaald (met 6%). De onmisbaarheidsscore bedraagt nu 69%.

HEMA	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Positie in ranglijst	1	1	1	1	1	1	1	1
Onmisbaarheidsscore	81%	77%	76%	73%	74%	76%	75%	69%

Het afgelopen jaar had HEMA – net als het jaar daarvoor – te maken met een dalende omzet. Oorzaken waren volgens HEMA gelegen in lagere consumentenbestedingen, het lage consumentenvertrouwen en onverkochte partijen goederen. In het najaar van 2014 werd ingezet op een nieuwe winkelinrichting. Ook besloot HEMA haar prijzen aan te passen en voorraadreducties door te voeren<sup>2</sup>. In maart 2015 liep de campagne 'Nederland helpt HEMA, HEMA helpt Nederland'. Hierbij werd aan consumenten gevraagd welke producten ze graag

2: [www.retailnews.nl/nieuws/g7a4GvzcQO67MJD6AH6fsg-0/hema-komt-met-groot-veranderplan.html](http://www.retailnews.nl/nieuws/g7a4GvzcQO67MJD6AH6fsg-0/hema-komt-met-groot-veranderplan.html) (geraadpleegd op 23 september 2015).

Tabel 1: EURIB Top-100 Onmisbare Merken<sup>®</sup> 2015 (N=1.211)

Rang	Merk	Categorie	Onmisbaarheidsscore	
			2015	2014
1	HEMA	warenhuis	69%	75%
2	Bol.com	webwinkel	68%	70%
3	IKEA	meubelzaak	67%	63%
4	Kruidvat	drogist	66%	68%
5	iDEAL	betaalmiddel	63%	67%
6	Albert Heijn	supermarkt	63%	67%
7	Lidl	supermarkt	59%	61%
8	NOS Journaal	tv programma	59%	64%
9	Action	warenhuis	59%	58%
10	Blokker	huishoudwinkel	59%	58%
11	Google	zoekmachine	58%	64%
12	Buienradar.nl	weer website	55%	61%
13	NOS	omroep	54%	54%
14	PostNL	postbedrijf	54%	52%
15	Marktplaats	internetveiling	54%	57%
16	YouTube	video website	51%	55%
17	NS	spoorwegen	51%	47%
18	Pickwick	thee	50%	51%
19	Schiphol	luchthaven	50%	53%
20	Aldi	supermarkt	50%	51%
21	Calvé	pindakaas	48%	47%
22	Douwe Egberts	koffie	48%	50%
23	KLM	luchtvaartmaatschappij	47%	42%
24	Efteling	pretpark	47%	56%
25	RTL 4	tv zender	47%	46%
26	Philips	elektronische apparatuur	47%	43%
27	Xenos	cadeauwinkel	45%	46%
28	Facebook	vriendennetwerk	45%	51%
29	V&D/ Vroom & Dreesmann	warenhuis	44%	47%
30	Lego	speelgoed	44%	39%
31	Jumbo	supermarkt	44%	45%
32	Microsoft	software	44%	40%
33	Gamma	bouwmarkt	44%	44%
34	Coca-Cola	frisdrank	44%	49%
35	Nivea	persoonlijke verzorging	43%	45%
36	Verkade	chocolade	42%	43%
37	ANWB	automobilvereniging	42%	51%
38	Uitzending Gemist	tv uitzendingen	42%	49%
39	Windows	software	42%	46%
40	Praxis	bouwmarkt	42%	36%
41	C&A	kleding	41%	39%
42	Media Markt	elektronicawinkel	41%	39%
43	Gmail	e-mail	40%	40%
44	Samsung	audio/ video	40%	41%
45	Unox	rookworsten	40%	42%
46	McDonald's	fastfood restaurant	40%	42%
47	Outlook.com	e-mail	40%	39%
48	Magnum	ijs	39%	43%
49	Wegenwacht	pechhulp	39%	41%

50	Rabobank	bank	39%	41%
51	Bruna	boekwinkel	39%	39%
52	Lay's	chips	39%	44%
53	Anne Frank huis	museum	38%	37%
54	RTL Nieuws	tv programma	38%	44%
55	Bolletje	beschuit	38%	40%
56	De Ruijter	broodbeleg	38%	36%
57	Dr. Oetker	bakproducten	38%	42%
58	Ola	ijs	38%	41%
59	Wikipedia	internet encyclopedie	38%	39%
60	Rijksmuseum	museum	38%	38%
61	NU.nl	nieuwssite	37%	44%
62	VVV	toeristenvereniging	37%	39%
63	Hertog	ijs	37%	37%
64	NPO 1	tv zender	37%	54%
65	Etos	drogist	37%	37%
66	ING	bank	36%	36%
67	Chocomel	chocolademelk	36%	38%
68	Consumentenbond	consumentenorganisatie	36%	35%
69	Iglo	diepvriesproducten	35%	30%
70	TomTom	navigatiesystemen	35%	36%
71	Radar	tv programma	35%	36%
72	Campina	zuivel	35%	36%
73	Koopmans	bakproducten	35%	31%
74	Smiths	chips	35%	37%
75	Ziggo	internet	35%	28%
76	Kassa	tv programma	34%	37%
77	Intratuin	tuincentrum	34%	34%
78	Miele	huishoudelijke apparatuur	34%	30%
79	Ouwehands Dierenpark	dierentuin	34%	31%
80	Heinz	tomatenketchup	34%	38%
81	Walt Disney	entertainment	34%	38%
82	M&M's	chocolade	34%	39%
83	Dierenpark Emmen	dierentuin	34%	32%
84	Artis	dierentuin	34%	38%
85	Zeeman	kleding	34%	32%
86	Hak	groenteconserven	34%	36%
87	Knorr	voedselproducten	34%	36%
88	Mona	toetjes	34%	33%
89	Burgers' Zoo	dierentuin	33%	36%
90	Gazelle	fietsen	33%	32%
91	Android	besturingssysteem	33%	33%
92	Mora	diepvriesproducten	33%	31%
93	Voedselbank	charitatieve instelling	33%	33%
94	Raket	ijs	33%	32%
95	Hansaplast	pleisters	32%	34%
96	Zwitsal	huidverzorging	32%	26%
97	Peijnenburg	ontbijtkoek	32%	33%
98	Venz	hagelslag	32%	29%
99	Apple	computers	32%	27%
100	KPN	telecom	32%	31%

in prijs verlaagd zouden willen zien. Al deze maatregelen hebben tot nu toe niet weten te voorkomen dat de door consumenten ervaren onmisbaarheid van HEMA afneemt. Bijzonder is dat het verschil met Bol.com nog maar 1% bedraagt; het is dus de vraag of in 2016 HEMA haar nummer 1 positie weet vast te houden.



**HEMA helpt Nederland**  
Verlaag de prijs van  
jouw meest onmisbare  
HEMA producten.

stem nu >

Bol.com staat op nummer 2 in de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015. 68% van de Nederlanders wil dit merk niet graag missen. De onmisbaarheidsscore van Bol.com is ten opzichte van 2014 iets gedaald (van 70% naar 68%). De 'dreiging' van Amazon (nieuwe speler op de online boekenmarkt) is niet zichtbaar in onze metingen; Amazon heeft een onmisbaarheidsscore van slechts 11%. Rond de feestdagen had Bol.com twee succesvolle tv-commercials draaien ('Kijk: zwarte piet!' en 'Flappie') en stond daarmee in de top-5 van de Ster Gouden Loeki (respectievelijke posities: 5 en 2). In 2015 heeft Bol.com aangekondigd steeds meer slimme algoritmes te gaan gebruiken om het gedrag van



de klant nog beter te voorspellen en hen daarmee een beter aanbod te bieden. Afhankelijk van de vraag of HEMA zich weet te herpakken – en of er nieuwe spelers in de top-10 verschijnen – maakt Bol.com een goede kans om in 2016 het meest onmisbare merk van Nederland te worden.

IKEA staat op nummer 3 in de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015. In de top-5 is dit het enige merk waarvan de onmisbaarheidsscore is gestegen (van 63% naar 67%). In het boekjaar 2014-2015 groeide de totale omzet van IKEA met 11,2%. De omzet in vergelijkbare winkels steeg met 5,1%<sup>3</sup>. Volgens IKEA is de hogere omzet, met name in Europa, mede te danken aan de economische crisis. Door de crisis zoeken consumenten laaggeprijsde meubels en zijn ze bereid om die zelf bij de winkels af te halen en in elkaar te zetten<sup>4</sup>. Voor de brochure van 2015 maakte IKEA met een [tv-commercial](#) een parodie op de bekende Apple productpresentaties. Het filmpje is op YouTube bijna 18 miljoen keer bekeken.



Pre-installed with  
thousands of home  
furnishing ideas

328 hi-definition pages  
Less than 400 grams

Never before has so much inspiration been crammed into such a sleek package. Experience the unparalleled clarity of inkjet printed paper as you navigate your way through exciting home furnishing ideas.



3: [www.rtlz.nl/business/bedrijven/ikea-verkoopt-nederland-voor-1-miljard-aan-billys-en-zweedse-gehaktballetjes](http://www.rtlz.nl/business/bedrijven/ikea-verkoopt-nederland-voor-1-miljard-aan-billys-en-zweedse-gehaktballetjes) (geraadpleegd op 5 oktober 2015).

4: [www.rtlnieuws.nl/economie/home/ikea-ziet-omzet-stijgen-door-crisis](http://www.rtlnieuws.nl/economie/home/ikea-ziet-omzet-stijgen-door-crisis) (geraadpleegd op 5 oktober 2015).





Kruidvat staat op nummer 4 in de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015, en is daarmee uit de top-3 gevallen. De onmisbaarheidsscore is iets gedaald: van 68% naar 66%. Dus niet alleen een kleine relatieve, maar ook een kleine absolute terugval qua onmisbaarheid. Op zich is dat opmerkelijk, te meer als je realiseert dat Kruidvat een echt *value for money* merk is en garen zou moeten spinnen bij de crisis (net als IKEA). Sinds 2014 biedt Kruidvat bijna zijn gehele assortiment online aan. Gezien de aanwezigheid van het merk 'op straat' en in communicatie, is het niet te verwachten dat Kruidvat verder terrein zal verliezen.



iDEAL behoudt zijn vijfde positie met een onmisbaarheidsscore van 63%. iDEAL was in 2014 het meest gebruikte betaalmiddel voor online aankopen; meer dan de helft van de aankopen werd ermee betaald. Aankopen via mobiel werden voorheen meer met een creditcard betaald; nu wordt ook hier eerder iDEAL voor gebruikt<sup>5</sup>.

#### *Significante verschuivingen buiten de top-5*

Albert Heijn is voor het eerst sinds 2008 buiten de top-5 gevallen. De onmisbaarheidsscore van deze supermarktketen is gedaald van 67% naar 63%. In de eerste helft van 2015 wist AH twee succesvolle spaaracties te voeren:

- AH Moestuintjes: van 22 verschillende soorten groenten en fruit werden in totaal 44 miljoen bakjes met potgrond en zaadjes uitgedeeld (en werden er 340.000 moestuinbakken verkocht). Op deze actie werd massaal ingehaakt door tuincentra, bloggers en onder meer het merk HAK.
- AH Dierenplaatjes met weetjes over wilde dieren. Bioloog Freek Vonk speelde de hoofdrol in deze actie. Dit soort spaaracties zijn vaak populair onder kinderen omdat ze graag de collectieplaatjes (in dit geval 160) compleet willen hebben.



5: [www.ideal.nl/actueel/ideal-betalingen-via-smartphone-winnen-aan-populariteit](http://www.ideal.nl/actueel/ideal-betalingen-via-smartphone-winnen-aan-populariteit) (geraadpleegd op 23 september 2015).



De daling van de onmisbaarheidsscore van Albert Heijn van 4% komt hoogstwaarschijnlijk doordat Harry Piekema niet langer als supermarktmanager 'meneer Van Dalen' in de tv-commercials van dit merk figureert. Hij was na 1 januari 2015 alleen nog te horen als stemacteur in de radio- en tv-reclame. Als persoon heeft Piekema niet alleen veel voor de *visibility* van het merk betekend, maar ook voor de *likeability*. De reclameherinnering lag veelal op een hoog niveau ("Hamburgers met korting, oh, oh oh, oh!") en Piekema scoorde hoog qua sympathie. De commercials die Albert Heijn dit voorjaar heeft uitgezonden (zoals 'Groente en Fruit van het Seizoen' en 'Iedereen is er gek op!') roepen een minder herkenbaar beeld op. Dit gebrek aan een consistente beeldvorming is hoogstwaarschijnlijk de oorzaak van de daling van de onmisbaarheidsscore. In het rapport EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2014 (p.18) constateerden we een soortgelijk gebrek aan consistentie in communicatie bij Cup-a-Soup. Als gevolg daarvan halveerde over een periode van zes jaar de onmisbaarheidsscore van dit merk van 62% (2008) naar 32% (2014) (nu heeft Cup-a-Soup op positie 116 een onmisbaarheidsscore van 30%). Dit 'Cup-a-Soup'-effect lijkt dus nu ook bij Albert Heijn op te treden; het is zaak dat deze grootgrutter op korte termijn met een nieuwe campagne komt die *campaignable* is; een campagne die met afwisselende thema's voor een langere periode mee kan gaan.

De onmisbaarheidsscore van Lidl is met 2% gedaald naar 59%; ondanks dit is het merk relatief gezien, wel gestegen. Het staat nu op positie 7 (2014: positie 10). De onmisbaarheidsscore van Lidl is slechts 4% lager dan die van Albert Heijn. Lidl weet zijn successen



goed te communiceren, zoals producten die als beste bij de Consumentenbond zijn getest en ook dat ze vijf jaar lang (tot 2014) de beste supermarkt in groente in fruit waren. Het succes van Lidl heeft mede te maken met een verandering in imago van discounter naar supermarkt<sup>6</sup>.



De onmisbaarheidsscore (59%) van NOS Journaal is 6% gedaald en staat nu op positie 8. Twee jaar geleden beleefde NOS Journaal als merk haar *finest hour*, toen het op positie 2 eindigde in de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2013. Die hoge positie van toen was toe te schrijven aan de vernieuwende manier van presenteren (staand in plaats van zittend).



Nieuwkomer in de top-10 is het merk Action. Sinds 2010 is dit merk opgenomen in onze metingen en met uitzondering van een klein 'dipje' in 2013, is de onmisbaarheidsscore van Action alleen maar toegenomen. Dit jaar staat het merk in de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015 op positie 9 met een onmisbaarheidsscore van 59%. Action zet hiermee haar stijgende lijn voort. In 2014 nam de omzet met 30% toe tot € 1,5 miljard, en de formule wordt ook steeds winstgevender<sup>7</sup>. Tevens blijft het aantal filialen stijgen; Action heeft nu meer dan 500 winkels in Nederland, België, Duitsland en Frankrijk.

Action	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Positie in ranglijst	--	--	85	59	30	37	11	9
Onmisbaarheidsscore	--	--	35%	39%	46%	44%	58%	59%



Blokker is een merk dat van oorsprong in de top-3 van onmisbare merken stond; in 2010 stond het merk met een onmisbaarheidsscore van 72% zelfs op positie 2. Daarna ging het langzaam bergafwaarts met Blokker; in 2014 was de onmisbaarheidsscore gedaald tot 58% en viel het merk buiten de top-10 (positie 12). De afgelopen jaren rommelde het in de top van Blokker, waardoor de focus op het veranderende koopgedrag van de consument ontbrak. In februari 2015 startte de huishoudketen met een nieuwe

6: [www.trouw.nl/tr/nl/4492/Nederland/article/detail/3827939/2015/01/12/In-de-Lidl-mag-je-gezien-worden.dhtml](http://www.trouw.nl/tr/nl/4492/Nederland/article/detail/3827939/2015/01/12/In-de-Lidl-mag-je-gezien-worden.dhtml) (geraadpleegd op 8 oktober 2015).

7: [www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/3990097/2015/04/30/Budgetwinkel-Action-verovert-Nederland.dhtml](http://www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/3990097/2015/04/30/Budgetwinkel-Action-verovert-Nederland.dhtml) (geraadpleegd op 23 september 2015).

aanpak; zo onderging een aantal winkels een metamorfose. Het nieuwe interieur is misschien het best te omschrijven als een goed en gezellig ingericht ‘magazijn’, hetgeen een positief effect heeft op de prijsperceptie (‘niet te duur’). Met deze nieuwe winkelformule wil Blokker beter aansluiten bij de consument. En – voor het eerst sinds 2012 – is Blokker weer een tv-campagne gestart met de pay-off: “Fijn dat we er zijn”. Dit resulteerde er volgens Blokker in dat de omzet van Nederlandse winkels boven budget steeg<sup>8</sup>. De online-activiteiten van Blokker laten nog wel te wensen over.



Google en Buienradar.nl zijn uit de top-10 van onmisbare merken gevallen. De onmisbaarheidsscore van Google daalde van 64% naar 58%; daarmee staat het merk nu op positie 11. De onmisbaarheidsscore van Buienradar.nl daalde van 61% naar 55% en staat nu op positie 12. Hoewel Google enorm innovatiegedreven is, nemen consumenten dit waarschijnlijk niet waar en/of zien ze de relevantie van deze innovaties niet in.

#### *Positie 11 tot en met 50: stijgers en dalers*

Een van de stijgers in de categorie ‘positie 11 tot en met 50’ is NS, dat qua onmisbaarheid met 4% steeg van positie 47

Waar ga jij naartoe vandaag? 

naar 27. In het najaar van 2014 bracht NS International onder het thema ‘De mooiste Europese bestemmingen’ de commercials ‘De Wals’ op de buis (met muziek van Leonard Cohen: *Take this Waltz*), gevolgd door ‘Pianoman’ (met muziek van Billy Joel: *Piano Man*). Om het ‘treingevoel’ wat minder een ‘ver van mijn bed show’ te maken, zette NS haar *feel-good* campagne eind april 2015 voort met de commercial ‘Waar ga jij naartoe vandaag?’<sup>9</sup>. Duidelijk is dat deze campagnes goed hebben uitpakkt voor het merk NS.

Hoewel Jumbo dit jaar met 1% onmisbaarheid is gedaald (van 45% naar 44%), is het toch gewenst dit merk hier uit te lichten. Enerzijds omdat Albert Heijn – mede door de wijziging in haar mediacampagne – in onmisbaarheid is gedaald en Jumbo een reële bedreiging voor Albert Heijn vormt. Anderzijds omdat Jumbo zich in 2014/2015 communicatief sterk op de kaart heeft gezet met commer-

8: [www.retailnews.nl/nieuws/u5-ZcQ\\_cQ9Wrh92\\_D54DXw-3/blokker-directeur-is-vertrokken.html](http://www.retailnews.nl/nieuws/u5-ZcQ_cQ9Wrh92_D54DXw-3/blokker-directeur-is-vertrokken.html) (geraadpleegd op 23 september 2015).

9: [www.marketingtribune.nl/bureaus/nieuws/2015/04/\[commercial\]-ns-en-n=5-stellen-treinreiziger-centraal/index.xml](http://www.marketingtribune.nl/bureaus/nieuws/2015/04/[commercial]-ns-en-n=5-stellen-treinreiziger-centraal/index.xml) (geraadpleegd op 4 november 2015).



cials waarin Frank Lammers en Maike Meijer de hoofdrol spelen (een campagne die overigens al sinds 2013 loopt). In 2015 werd de Jumbo beloond met een Gouden Effie voor haar merkcampagne en een Zilveren Effie voor haar gedragscampagne<sup>10</sup>. Je zou dus mogen verwachten dat de onmisbaarheid van Jumbo in 2014-2015 zou zijn gestegen. De verwachting is dat met de huidige mediastrategie, de onmisbaarheidsscore van Jumbo zal stijgen.



Een opvallende stijger in de Top-100 Onmisbare Merken 2015 is Praxis. In 2013 en 2014 zakte het merk langzaam qua onmisbaarheid weg, maar nu is het weer terug op positie 40 (41 posities gestegen t.o.v. 2014). De onmisbaarheidsscore van Praxis steeg van 35% naar 42%. Mogelijk komt dit door de vele prijsacties en het feit dat deze formule in maart 2015 een aantal kleine winkels in binnensteden opende om zo dichterbij de klant te komen<sup>11</sup>. Een opvallende keuze voor een megastore, maar een die wel past bij de consument die alles bereikbaar en snel beschikbaar wil hebben.



Twee andere opvallende stijgers zijn KLM en Lego, van beide steeg de onmisbaarheidsscore met 5%. Beide merken voeren een actief social media-beleid en weten daarmee klanten en niet-klanten aan te spreken. Social media versterken de band die mensen met een merk voelen en hebben een positieve impact op de reputatie<sup>12</sup>. Bij KLM kan ook een 'niet te willen missen'-effect meespelen; mogelijk zijn consumenten bang dat het merk in Air France opgaat.

Verder vallen in de top-50 de volgende dalers op: Efteling (-9%; 10 posities gedaald), Facebook (-7%; 8 posities gedaald), Coca-Cola (-5%; 9 posities gedaald), ANWB (-9%; 15 posities gedaald), Uitzending Gemist (-7%; 12 posities gedaald). Voor wat betreft Efteling moeten we opmerken dat de meting die aan dit onderzoek ten grondslag ligt, plaatsvond net vóór de opening van de nieuwe attractie 'Baron 1898'. De kans is groot dat deze 'dive coaster' (zie bovenaan volgende pagina) een nieuwe impuls aan de onmisbaarheid van Efteling geeft.

10: [www.effie.nl/nieuws/12-effie-awards-goud-voor-jumbo-supermarkten-en-alfred-international](http://www.effie.nl/nieuws/12-effie-awards-goud-voor-jumbo-supermarkten-en-alfred-international) (geraadpleegd 4 november 2015).

11: [www.ad.nl/ad/nl/5597/Economie/article/detail/4092880/2015/07/02/Megastores-openen-kleine-winkels-in-de-binnenstad.dhtml](http://www.ad.nl/ad/nl/5597/Economie/article/detail/4092880/2015/07/02/Megastores-openen-kleine-winkels-in-de-binnenstad.dhtml) (geraadpleegd op 23 september 2015).

12: [www.eurib.net/fileadmin/user\\_upload/Documenten/PDF/Digital\\_branding/e\\_-\\_Vergeet\\_je\\_niet-klant\\_niet\\_.pdf](http://www.eurib.net/fileadmin/user_upload/Documenten/PDF/Digital_branding/e_-_Vergeet_je_niet-klant_niet_.pdf) (geraadpleegd op 6 oktober 2015).



De onmisbaarheidsscore van Facebook staat onder druk; met een daling van 51% naar 45% staat het merk nu op positie 28. In 2014 bereikte dit merk haar hoogste positie: op nummer 20 (onmisbaarheidsscore: 51%). In 2011 en 2012 zagen we bij het vriendennetwerk Hyves dat het zeer snel bij de consument uit de gratie raakte. Facebook moet er alles aan doen om de komende jaren voor de consument relevant en aantrekkelijk te blijven.



Coca-Cola is begin 2015 met een één-merkstrategie gestart. Met één campagne voor vier varianten (reguliere cola, Life, Zero en Light) staat het merk, en niet langer de vier productvarianten centraal<sup>13</sup>. We kunnen concluderen dat deze communicatiestrategie tot nu toe geen positief effect heeft gehad op de onmisbaarheidsscore van het merk. De score daalde van 49% naar 44%.



#### *Positie 51 tot en met 100: stijgers en dalers*

De grootste stijgers in het onderste deel van de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015 zijn Ziggo, Zwitsal, Apple, Iglo en Miele. De onmisbaarheidsscore van Ziggo is met 7% gestegen (van 28% naar 35%); doordat Ziggo in april 2015 is gefuseerd met UPC, komt het merk nu bij meer mensen de 'huiskamer' binnen (hoewel door de fusie er ook klanten zijn vertrokken). In 2014 stond Ziggo nog op positie 151; nu staat het op positie 75.



<sup>13</sup>: [www.evmi.nl/marketing-sales/coca-colavarianten-voortaan-onder-een-noemer](http://www.evmi.nl/marketing-sales/coca-colavarianten-voortaan-onder-een-noemer) (geraadpleegd op 6 oktober 2015).





In 2014 stelden we voor Zwitsal een onmisbaarheidsscore vast van 26% (positie 191). Dit jaar bedraagt deze score 32% waardoor Zwitsal de top-100 is binnengedrongen, (positie 96). In de zomer van 2014 introduceerde Zwitsal op verzoek van 350.000 Facebook-fans samen met Robijn een wasmiddel met de herkenbare Zwitsal-geur. Dit product was in 2014 – op basis van omzet – de beste innovatie in het supermarktkanaal<sup>14</sup>.



Opmerkelijk was dat het merk Apple tot nu toe niet in de top 100 van onmisbare merken voorkwam. Waarschijnlijk komt dit omdat het merk – vanwege de relatief hoge prijs – een selecte doelgroep aanspreekt. In 2014 bedroeg de onmisbaarheidsscore van Apple ‘slechts’ 27% en eindigde het merk op positie 161. Dit jaar weet het met een onmisbaarheidsscore van 32% de top-100 te bereiken; Apple is daar terug te vinden op positie 99.



De onmisbaarheidsscore van Iglo steeg van 30% naar 35%. Het merk staat nu op positie 69 (2014: 129). Iglo heeft de stijging mede te danken aan de succesvolle introductie van Iglo Ocean Cuisine Lekkerbekjes, Visfiletburgers en Lekkerbekjes Sticks. Niet alleen hebben deze producten een positief effect voor het merk gehad, maar ook voor de (groei van de) categorie.



Ten slotte kunnen we melden dat ook de onmisbaarheidsscore van het merk Miele is gestegen; met 4%. Daarmee staat het merk nu op positie 78. De grootste dalers in het onderste deel van de top-100 zijn Lay's (-6%; positie 52), Nu.nl (-6%; positie 61), RTL Nieuws (-6%; positie 54), NPO 1 (-17%; positie 64) en M&M's (-5%; positie 82). Op pagina 21 besteden we specifiek aandacht aan de onmisbaarheidsscores van tv-zenders.

14: [www.distrifood.nl/fabrikanten/nieuws/2015/4/robijn-zwitsal-beste-introductie-2014-10187752](http://www.distrifood.nl/fabrikanten/nieuws/2015/4/robijn-zwitsal-beste-introductie-2014-10187752), (geraadpleegd op 24 september 2015).

*‘Winkelmuseum’*

In retailland is er het afgelopen jaar veel onrust geweest. Grote winkelketens worstelen met hun positionering en zoeken naar manieren om de steeds meer op prijsgeoriënteerde (online) consument te bereiken. In 2014-2015 verdwenen de volgende formules uit het straatbeeld: Schoenenreus, C1000 en Promiss.



Halfords en Mexx dreigden ook te verdwijnen (met onmisbaarheidsscores van resp. 11% en 9%), maar hebben een doorstart weten te maken. In onderstaande tekstkader zijn namen van winkelformules opgenomen die in de afgelopen decennia uit het straatbeeld naar het ‘winkelmuseum’ zijn verhuisd.

4=6 – Bas van der Heijden – BasisMarkt – Bentex – Centra – Chill Out – Coster – Digros – Edah – Expo – Free Record Shop – Giraffe – Groenwoudt – Hans Textiel – Harense Smid – Henk – It’s – Jac. Hermans – Kien – Konmar – Kreymborg – Lukas Klamer – Mac & Maggie – Marca – Maxis – Megapool – Piet Kerkhof – Primafoon – Saturn – Schlecker – Schoenenreus – Super de Boer – Superconfex – SuperStore – T for Telecom – Torro - Van Leest – Végé – Vendet – Vivo

Begin 2015 had V&D moeite om het hoofd boven water te houden. Niet alleen ondervindt het bedrijf last van de opkomst van internet- en discountwinkels, maar ook de hoge huurlasten van de winkelpanden hingen als een molenstein om de nek van V&D. Begin 2015 stelde de directie voor de lonen met 6% te verlagen, maar na protesten van de medewerkers en vakbonden is voor een reorganisatie gekozen waarbij 300 arbeidsplaatsen verdwijnen. Door op deze manier de loonkosten te verlagen en door nieuwe kapitaalinjecties, kon V&D zijn deuren openhouden. In de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015 staat V&D op positie 29; de onmisbaarheidsscore volgt echter wel een dalende lijn.

“In elke grote stad in Nederland is er wel een V&D. Een lange historie als familiebedrijf, maar bestaat gelukkig nog steeds.”



V&D	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Positie in ranglijst	15	14	15	14	12	24	28	29
Onmisbaarheidsscore	62%	56%	57%	56%	56%	49%	47%	44%

*Samsung vs. Apple*

Samsung heeft sinds 2012 een positie in de top-100. Anno 2015 heeft het merk een onmisbaarheidsscore van 40% en komt daarmee uit op positie 44. Dit jaar



heeft Apple voor het eerst de top-100 gehaald (zie tabel hieronder). De onmisbaarheidsscores van beide merken zijn in de periode 2008-2015 flink gestegen. Samsung is voor een breder publiek toegankelijk en kan door een groter marktaandeel makkelijker een hogere onmisbaarheidsscore bereiken. Wat smartphones betreft bijvoorbeeld, is Samsung met een marktaandeel van 43% marktleider. Apple heeft in die categorie in Nederland een marktaandeel van 25%<sup>15</sup>. Voor Apple is de stijging van 5% in de onmisbaarheidsscore, ondanks het kleinere marktaandeel, dus opmerkelijk. Beide merken hebben het afgelopen jaar nieuwe producten op de markt gebracht: Apple introduceerde iPhone 6 en Apple Watch. Samsung introduceerde de Galaxy S6 en de 'curved' S-UHD TV.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Positie <b>Samsung</b>	303	237	159	177	73	63	47	44
Onmisbaarheidsscore	28%	24%	28%	27%	37%	38%	41%	40%
Positie <b>Apple</b>	468	495	340	227	136	173	161	99
Onmisbaarheidsscore	21%	15%	19%	24%	29%	27%	27%	32%

### *Merkrevitalisatie*

Het afgelopen jaar zijn diverse merken opnieuw op de markt gebracht. Meest recent voorbeeld is Ranja dat in het voorjaar van 2015 werd geherintroduceerd<sup>16</sup>. Feitelijk is dit een vorm van *merkrevitalisatie*, waarbij een reeds van de markt verdwenen merk opnieuw leven wordt ingeblazen<sup>17</sup>. Het lijkt een trend dat ter ziele gegane merken weer in het schap terugkeren. Twix zorgde in september 2015 nog voor een marketingstunt waarbij de reep tijdelijk onder de oude merknaam (uit de jaren '80: Raider) als 'limited edition' werd verkocht.



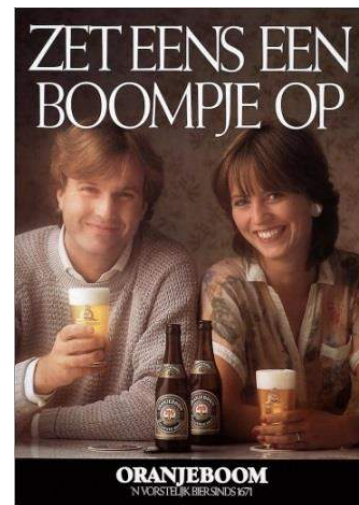
15: [www.shareforce.eu/nl/blog/marktaandelen-smartphones-2015](http://www.shareforce.eu/nl/blog/marktaandelen-smartphones-2015) (geraadpleegd op 25 september 2015).

16: Zie: [www.rikriezobos.nl/details/columns/zij-sdronks-drinkt-ranja-met-een-rietje-kopie-1.html](http://www.rikriezobos.nl/details/columns/zij-sdronks-drinkt-ranja-met-een-rietje-kopie-1.html).

17: Bron: EURIB Kenniscentrum / Lexicon / Merkrevitalisatie.

Hieronder is een lijstje opgenomen van geherintroduceerde merken en hun onmisbaarheidsscore. Melkunie is al langer terug op de markt en heeft een onmisbaarheidsscore van 30%. Ranja (siroop) is dit jaar geïntroduceerd en heeft een onmisbaarheidsscore van 13%. De andere gerevitaliseerde merken (zie tabel hieronder) hebben een veel lagere onmisbaarheidsscore. Voor Ranja verwachten we dat de onmisbaarheidsscore volgend jaar weer zal dalen door verminderde media-aandacht en omdat het niet om een dagelijks product (zoals melk) gaat. Al met al zou je op grond van deze cijfers kunnen concluderen dat bij dit soort exercities het gerevitaliseerde merk een (zeer) beperkte kracht heeft om tot een hoge onmisbaarheidsscore te komen.

Merk (jaar van herintroductie)	Onmisbaarheidsscore 2015
Ranja (2015)	13%
Oranjeboom (2015)	5%
Exota (2015)	2%
Tjolk (2014)	2%
Melkunie (2012)	30%
Lätta (2012)	2%



### *Tv-zenders*

De publieke omroep heeft in augustus 2014 de naamgeving van haar zenders gewijzigd, van Nederland 1 naar NPO 1 etc. In de rapportage van 2014 gaven we aan dat deze naamswijziging een negatief effect zou kunnen hebben op de onmisbaarheidsscores. De nuance die we daarbij maakten was dat de nieuwe naam mogelijk snel ingeburgerd zou raken, omdat veel mensen dagelijks met de tv-zenders worden geconfronteerd. Uit de metingen van dit jaar blijkt echter dat deze naamswijzigingen toch een forse daling in onmisbaarheid tot gevolg hebben gehad (zie tabel); vooral bij NPO 1. Terugkijkend op deze naamswijziging zou je kunnen stellen dat het motief te verdedigen was: namelijk één gezicht naar buiten toe kunnen tonen om de concurrentie met nieuwkomers – zoals Netflix e.a. – goed aan te kunnen. In *hindsight* zou je ook kunnen concluderen dat de naamswijziging te laat is ingezet. Als er minder naar NPO tv-zenders wordt gekeken, is de confrontatiekans met de nieuwe naam kleiner, waardoor deze minder snel vertrouwd kan raken. Opmerkelijk is dat de naamswijziging nauwelijks effect heeft gehad op de on-

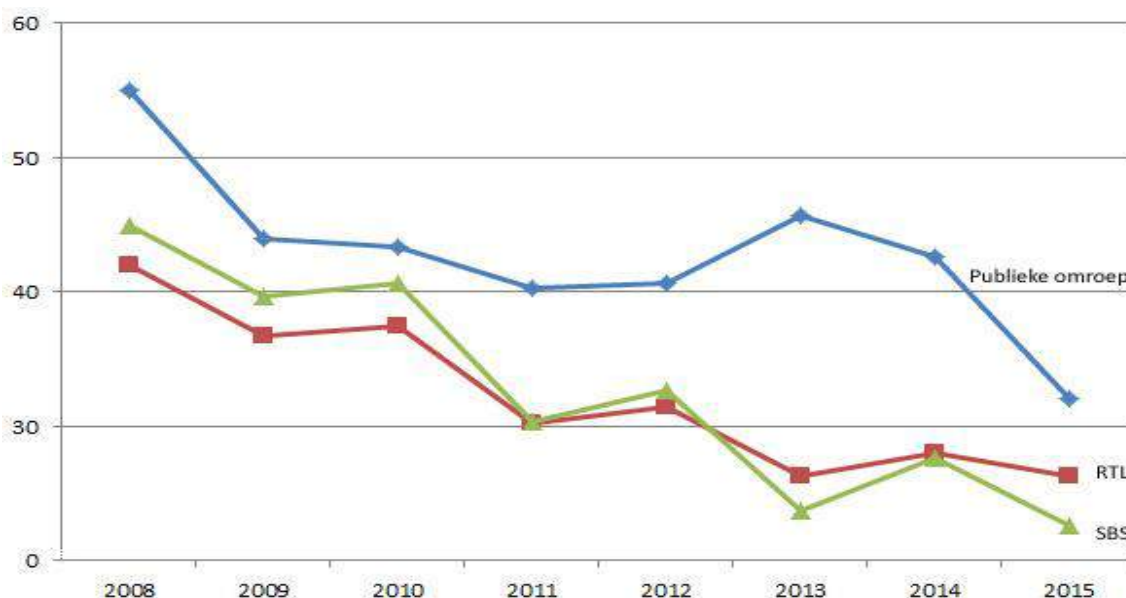


misbaarheidsscore van NPO Radio 1 en NPO Radio 2. Waarschijnlijk komt dit omdat radioluisteraars ‘honkvaster’ zijn dan tv-kijkers.

De onmisbaarheidsscores van alle tv-zendergroepen zijn gedaald, maar die van de publieke omroep het sterkst (zie figuur 1). De RTL-zenders (RTL 4, 5, 7 en 8) dalen licht, en de SBS-zenders (SBS 6, Net 5 en Veronica) verliezen de winst weer die ze in 2014 wisten te maken.

	2014	2015	daling
NPO 1	54%	37%	-17%
NPO 2	37%	28%	-9%
NPO 3	37%	31%	-6%

De algehele daling van tv-zenders heeft natuurlijk ook te maken met het feit dat tv-zenders *an sich* minder populair zijn geworden. Netflix heeft al een onmisbaarheidsscore van 19%; 3% hoger dan Veronica en 4% hoger dan RTL 8.



**Figuur 1:** Gemiddelde onmisbaarheidsscores Nederlandse tv-zenders

De stijging van de onmisbaarheidsscore van RTL werd vorig jaar in de rapportage toegeschreven aan de totale make-over van onder andere de huisstijl en het logo, en de populariteit van RTL Late Night. Deze vernieuwing heeft nu geen effect meer op de door consumenten ervaren onmisbaarheid. RTL Nieuws daalt zelfs redelijk sterk; van 44% naar 38% (ofwel van positie 37 naar positie 54). RTL Late Night is voor het eerst meegenomen in de meting en heeft een onmisbaarheidsscore van 27% (positie 154). Het zit daarbij in de categorie tv-programma’s één plekje onder De Wereld Draait Door met een onmisbaarheidsscore van 28% (zie tabel 53).



### *Dierentuinen*

Dierentuinen hebben (sinds dat ze opgenomen zijn in de merkenlijst in 2011) een prominente positie in de EURIB Top-100 Onmisbare Merken. Ouwehands Dierenpark, Dierenpark Emmen en Artis staan alle drie in de top-100 met onmisbaarheidsscores van resp. 34%, 34% en 33%. In 2014 zijn de



twalf grootste dierentuinen van Nederland goed bezocht: in totaal 9,8 miljoen bezoekers en dat is 3,7% meer dan in 2013<sup>18</sup>. Dierentuinen zijn veel bezig met vernieuwingen door nieuwe verblijven, attracties en dieren in hun park te introduceren. Ook worden bezoekers bij de dieren betrokken doordat ze bijvoorbeeld live de geboorte van een nieuwe dierentuinbewoner kunnen volgen; zoals bij Ouwehands Dierenpark waar de geboorte van drie jonge ijsberen via de webcam was te zien.

### *Verschuivingen in de top-100*

De volgende merken zijn uit de EURIB Top-100 Onmisbare Merken 2015 gevallen: NPO 2, NPO 3, NOS Studio Sport, Duyvis, H&M, Milka, Diergaarde Blijdorp, Cornetto, Conimex, Honig, Chiquita, SBS 6, Andrélon en 9292.

Ten slotte belichten we nog enkele opmerkelijke noteringen buiten de top-100:

- In nieuwe categorie Organisatiemerken/producenten (tabel 52), staat Unilever met 25% op nummer 1 (gevolgd door P&G, 5% en Henkel, 4%). Deze merken zijn in het onderzoek opgenomen omdat met name Unilever zich steeds sterker als merk profileert.
- Nieuw opgenomen merk Tony's Chocolonely heeft een onmisbaarheidsscore van 18% (tabel 58) waaruit we mogen concluderen dat het merk nog niet in staat is een grote doelgroep aan te spreken.
- 'Nieuwkomers' Uber (3%) en Airbnb (4%) hebben het afgelopen jaar veel media-aandacht gehad, maar moeten als merk nog onmisbaarheidswaarde opbouwen (tabel 41 en tabel 55).
- Vergelijkings- en boekingssites, zoals Kieskeurig.nl (31%), Booking.com (16%), Zoover (15%), VakantieVeilingen.nl (15%), Beslist (15%), Vergelijk (14%) en Tweakers (13%) (tabel 46 en tabel 55) zijn dit jaar nieuw opgenomen in het onderzoek en blijken door veel mensen als redelijk onmisbaar te worden ervaren.

"Tony's Chocolonely; beste chocolade, qua smaak en (ethisch verantwoorde) nasmaak."

18: [www.nvddierentuinen.nl/2015/01/06/2674/](http://www.nvddierentuinen.nl/2015/01/06/2674/) (geraadpleegd op 24 september 2015).



### 3. Verschillen tussen doelgroepen

In deze paragraaf kijken we naar verschillen in onmisbaarheidsscores op grond van drie demografische variabelen: sekse, sociale klasse en leeftijdscategorie. We doen dit door alleen naar verschillen in de top-10 te kijken.

Als we kijken naar de uitsplitsing tussen mannen en vrouwen (tabel 2 en 3), dan valt het volgende op. Bij de mannen heeft Kruidvat ruimte gemaakt voor IKEA. IKEA is met 8% sterk gestegen en staat daarmee op positie 5 bij de mannen. Bij mannen is de top-3 ongewijzigd ten opzichte van 2014. Albert Heijn en Buienradar.nl zijn de grootste dalers in de top-10 bij mannen (resp. 8% en 9% gedaald). Bij de vrouwen heeft Google ruimte gemaakt voor PostNL. PostNL is maar liefst 8% in onmisbaarheid gestegen. HEMA en iDEAL zijn beide 8% gedaald, daarmee is iDEAL van de derde naar de achtste positie gezakt en is HEMA door Kruidvat van de troon gestoten.

“Ik gebruik niets zoveel als Google-producten, 7 dagen per week.”

Tabel 2: Top-10 Onmisbare Merken voor mannen (N=605)

Rang	Merk	Categorie	Onmisbaarheidsscore	
			2015	2014
1	Bol.com	webwinkel	65%	67%
2	NOS Journaal	tv programma	64%	67%
3	HEMA	warenhuis	63%	66%
4	iDEAL	betaalmiddel	63%	60%
5	IKEA	meubelzaak	63%	55%
6	Albert Heijn	supermarkt	57%	65%
7	NOS	omroep	56%	58%
8	Google	zoekmachine	56%	59%
9	YouTube	video website	54%	56%
10	Buienradar.nl	weer website	54%	63%

Tabel 3: Top-10 Onmisbare Merken voor vrouwen (N=606)

Rang	Merk	Categorie	Onmisbaarheidsscore	
			2015	2014
1	Kruidvat	drogist	79%	79%
2	HEMA	warenhuis	74%	82%
3	Bol.com	webwinkel	72%	72%
4	IKEA	meubelzaak	70%	70%
5	Albert Heijn	supermarkt	69%	69%
6	Action	warenhuis	69%	68%
7	Lidl	supermarkt	67%	69%
8	Blokker	huishoudwinkel	66%	64%
9	iDEAL	betaalmiddel	64%	72%
10	PostNL	postbedrijf	62%	54%

In de bijlage is in tabellen B11 tot en met B13 de top-10 per sociale klasse weergegeven (AB1, B2 en CD). Elke top-10 bevat de mer-

“Albert Heijn; kom er al mijn hele leven, heb er voor mijn gevoel echt een band mee”

ken HEMA, IKEA, Bol.com, Albert Heijn, Kruidvat en iDEAL. Google heeft in klasse A en B1 een daling van 11% (onmisbaarheidsscore van 57%) en staat op de negende positie. Bij sociale klasse B2 is IKEA 14% gestegen (onmisbaarheidsscore van 74%) en staat daarmee op de eerste positie. HEMA is juist 14% gedaald naar de zesde positie (onmisbaarheidsscore 65%), ook Bol.com staat niet in de top-3, maar wel boven HEMA met een onmisbaarheidsscore van 68%. Bij klasse CD is Kruidvat 10% gedaald (onmisbaarheidsscore 67%) en is van de eerste naar vijfde positie gegaan. HEMA, Blokker en Bol.com scoren hier alle drie 68% onmisbaarheidsscore. Lidl staat niet bij klasse B2, Action en Blokker niet bij klasse A en B1 en NOS Journaal en Google niet bij klasse CD. Bij klasse A en B1 bevat de top-10 nog NOS en klasse CD PostNL.

In de bijlage is in tabellen B14 tot en met B17 de top-10 per leeftijdscategorie weergegeven (18-24, 25-34, 35-54 en 55+).

, Albert Heijn en HEMA komen terug in elke top-10 van de verschillende leeftijdscategorieën. Bol.com staat bij de eerste drie leeftijdscategorieën op nummer één, alleen bij de 55 jaar en ouder staat HEMA op nummer één en bevat de top-10 niet Bol.com.

#### 4. Onmisbare merken per categorie

In deze paragraaf presenteren we de onmisbaarheidsscores per productcategorie. In tabel 4 zijn alle vermelde productklassen samengevat, met verwijzingen naar de tabelnummers. De vergelijkingen per productcategorie zijn relevant, omdat aan productcategorie gerelateerde factoren mede de onmisbaarheidsfactor van een merk bepalen (denk aan het aantal contactmomenten per dag).

Tabel 4: Productcategorieën van onmisbare merken

Productcategorie	Tabel	Productcategorie	Tabel
Alcoholische dranken	5	Medisch	39
Audio / video	6	Meubelzaken en tuincentra	40
Auto's	7	Mobiliteit	41
Automotive	8	Musea	42
Bier	9	Muziekevenementen	43
Boekenwinkels/ leduurshops	10	NGO's (incl. charitatieve instellingen)	44
Bouwmarkten	11	Onderwijs	45
Brandstof	12	Online diensten	46
Brommers en motoren	13	Opticiens en hoorwinkels	47
Diervoeding	14	Persoonlijke verzorging	48
Doe-het-zelf	15	Politieke partijen	49
Drogisterijen en parfumerieën	16	Postorder	50
Elektronica	17	Postverzending	51
Energie	18	Producenten	52
Fashion	19	Radio- en televisieomroepen	53
Fastfood en horeca	20	Recreatief	54
Fietsen en toebehoren	21	Reisorganisaties	55
Financiële dienstverlening	22	Retail (diversen)	56
Fotografie	23	Schoenen	57
Frisdrank e.d.	24	Snoep en koek	58
Hardware en software	25	Speelgoed	59
Huishoudelijke apparaten	26	Speelgoedwinkels	60
Huishoudelijke artikelen	27	Sport	61
IJs	28	Sportwinkels	62
Internetproviders	29	Tabak	63
Kantoorartikelen	30	Telecom	64
Kledingaccessoires (diverse)	31	Telefoontoestellen	65
Koffie en thee	32	Tv-programma's	66
Krant/ nieuws	33	Voedselmerken	67
Kruideniers en slijterijen	34	Voetbal	68
Lingerie	35	Warenhuizen	69
Literatuur/ tijdschriften	36	Wonen	70
Loterijen	37	Zoutjes	71
Luchtvaart	38	Zuivel	72

**Tabel 5: Alcoholische dranken**

1	Baileys	14%	19	Lindeman's	7%
2	Jägermeister	13%	20	Martini	6%
3	Bacardi	13%	21	Breezer	5%
4	Johnnie Walker	10%	22	Smirnoff	5%
5	Jack Daniel's	9%	23	Hoppe	5%
6	Grand Marnier	9%	24	Stroh rum	5%
7	Ketel1	9%	25	Pisang Ambon	5%
8	Cointreau	9%	26	Joseph Guy	4%
9	Bols	9%	27	Pernod	4%
10	Caneï	9%	28	Pleegzuster Bloedwijn	3%
11	Tia Maria	8%	29	Campari	3%
12	Jillz	8%	30	Flügel	3%
13	Malibu	8%	31	Freixenet	3%
14	Zwarte kip	7%	32	Black & White	3%
15	Hooghoudt	7%	33	Strongbow Gold	3%
16	Sonnema	7%	34	Martell	2%
17	Bokma	7%	35	Absolut	2%
18	DiSaronno Amaretto	7%			

**Tabel 6: Audio / video**

1	Samsung	40%	11	Blaupunkt	6%
2	iPad	26%	12	Grundig	6%
3	Sony	23%	13	JBL	5%
4	iPod	18%	14	Sonos	5%
5	Bose	13%	15	Akai	5%
6	Panasonic	13%	16	Marantz	4%
7	B&O/ Bang & Olufsen	12%	17	Loewe	4%
8	Pioneer	11%	18	TDK	4%
9	JVC	10%	19	Maxell	2%
10	Harman Kardon	9%			

**Tabel 7: Auto's**

1	Volkswagen	25%	22	Spyker	8%
2	Audi	19%	23	Maserati	8%
3	Mercedes	19%	24	Nissan	8%
4	Volvo	18%	25	Bentley	8%
5	Opel	17%	26	Kia	8%
6	Porsche	16%	27	Honda	8%
7	Ferrari	16%	28	Alfa Romeo	8%
8	BMW	16%	29	Mazda	8%
9	Toyota	15%	30	Škoda	7%
10	Renault	15%	31	Seat	7%
11	Ford	14%	32	Hyundai	6%

12	Peugeot	14%	33	Donkervoort	6%
13	Rolls-Royce	12%	34	Lexus	6%
14	Tesla	12%	35	Mitsubishi	6%
15	Citroën	11%	36	Chevrolet	6%
16	Mini	10%	37	Cadillac	5%
17	Jaguar	10%	38	Lancia	4%
18	Fiat	10%	39	Chrysler	3%
19	Suzuki	9%	40	Dacia	3%
20	Saab	9%	41	Daihatsu	3%
21	Land Rover	9%	42	Smart	3%

**Tabel 8: Automotive**

1	TomTom	35%	7	Turtle Wax	5%
2	Michelin	13%	8	Dunlop	5%
3	Vredestein	11%	9	Bridgestone	4%
4	Continental	7%	10	Valvoline	3%
5	Pirelli	7%	11	Valma	2%
6	Koni	5%	12	Monroe	1%

**Tabel 9: Bier**

1	Heineken	29%	11	Hoegaarden	14%
2	Grolsch	27%	12	Gulpener	12%
3	Hertog Jan	26%	13	Dommelsch	11%
4	Palm	20%	14	Corona	9%
5	Amstel	20%	15	Alfa	7%
6	Brand	17%	16	Oranjeboom	5%
7	Wieckse	17%	17	Stella Artois	5%
8	Jupiler	16%	18	Budweiser	5%
9	Duvel	15%	19	Lindeboom	4%
10	Bavaria	14%			

**Tabel 10: Boekenwinkels/ lectuurshops**

1	Bruna	39%	3	AKO	15%
2	Primera	21%	4	Libris	12%

**Tabel 11: Bouwmarkten**

1	Gamma	44%	5	Formido	14%
2	Praxis	42%	6	Hubo	9%
3	Karwei	30%	7	Multimate	5%
4	Hornbach	16%	8	Fixet	5%

Tabel 12: Brandstof

1	Shell	26%	5	Tinq	10%
2	Tango	15%	6	Total	8%
3	BP	10%	7	Texaco	6%
4	Esso	10%	8	Q8	5%

Tabel 13: Brommers en motoren

1	Harley-Davidson	15%	6	Yamaha	6%
2	Ducati	8%	7	Kawasaki	6%
3	Solex	7%	8	Piaggio	4%
4	Puch	7%	9	Tomos	4%
5	Vespa	7%	10	Aprilia	3%

Tabel 14: Diervoeding

1	Whiskas	10%	5	Purina ONE	5%
2	Felix	9%	6	Gourmet	3%
3	Royal Canin	9%	7	Bonzo	3%
4	Pedigree	6%			

Tabel 15: Doe-het-zelf

1	Bosch	23%	13	Simson	11%
2	Bison	22%	14	Sigma	10%
3	Black & Decker	19%	15	Metabo	9%
4	Gardena	19%	16	3M	8%
5	Flexa	17%	17	Skil	7%
6	Histor	17%	18	Cetabever	5%
7	Sikkens	14%	19	Knauf	4%
8	Kärcher	14%	20	Wolf Garten	4%
9	Stanley	14%	21	Perfax	4%
10	Makita	12%	22	Uhu	3%
11	Alabastine	12%	23	Eijffinger	3%
12	Pattex	11%			

Tabel 16: Drogisterijen en parfumerieën

1	Kruidvat	66%	7	Douglas	15%
2	Etos	37%	8	Natuurwinkel	14%
3	DA	25%	9	Body Shop	13%
4	Rituals	22%	10	ICI Paris XL	12%
5	Trekpleister	21%	11	Dirx Drogist	5%
6	De Tuinen	18%	12	Pour Vous	3%



Tabel 17: Elektronica

1	Media Markt	41%	6	Harens Smid	6%
2	BCC	18%	7	MyCom	6%
3	Dixons	16%	8	Electro World	4%
4	Saturn	11%	9	Megapool	3%
5	Expert	8%			

Tabel 18: Energie

1	Essent	14%	7	RWE	3%
2	Nuon	12%	8	Electrabel	3%
3	Eneco	11%	9	E.on	2%
4	Energie:direct	4%	10	Oxxio	2%
5	Delta	3%	11	Qurrent	1%
6	NLE/ Nederlandse Energie Maatschappij	3%			

Tabel 19: Fashion

1	C&A	41%	32	Steps	5%
2	Zeeman	34%	33	Chanel	5%
3	H&M/ Hennes & Mauritz	29%	34	Gucci	4%
4	Wibra	26%	35	America Today	4%
5	Primark	24%	36	Didi	4%
6	Miss Etam	18%	37	Peek & Cloppenburg	4%
7	Levi's	17%	38	Lacoste	4%
8	WE	15%	39	Suit Supply	4%
9	Vero Moda	14%	40	Viktor & Rolf	4%
10	M&S Mode	14%	41	State of Art	4%
11	Esprit	13%	42	Oilily	4%
12	Tommy Hilfiger	12%	43	Cars	4%
13	Jack & Jones	12%	44	Guess	4%
14	Zara	11%	45	Arrow	3%
15	G-star Raw	10%	46	Benetton	3%
16	Mexx	9%	47	Marc O'Polo	3%
17	Gaastra	9%	48	Dockers	3%
18	ONLY	9%	49	Armani	3%
19	Diesel	8%	50	Gant	3%
20	Hugo Boss	8%	51	Prada	3%
21	terStal	7%	52	Yves Saint Laurent	3%
22	Cool Cat	7%	53	DKNY	3%
23	Calvin Klein	7%	54	Gsus	3%
24	Ralph Lauren	7%	55	Abercrombie & Fitch	3%
25	Mango	7%	56	Dolce & Gabana	3%
26	Lee	6%	57	Burberry	3%
27	Wrangler	6%	58	InWear	2%

28	Van Gils	5%	59	Gap	2%
29	Tenson	5%	60	Versace	2%
30	Replay	5%	61	The Society Shop	1%
31	OModa	5%			

**Tabel 20: Fastfood en horeca**

1	McDonald's	40%	9	KFC/ Kentucky Fried Chicken	12%
2	La Place	32%	10	New York Pizza	11%
3	Van der Valk	25%	11	AC	10%
4	Starbucks	19%	12	Bagels & Beans	9%
5	Burger King	17%	13	Kwalitaria	6%
6	Subway	17%	14	Australian Homemade	6%
7	Febo	15%	15	Pizza Hut	6%
8	Domino's	12%	16	Verhage	4%

**Tabel 21: Fietsen en toebehoren**

1	Gazelle	33%	7	Koga Miyata	6%
2	Batavus	26%	8	De Fietsfabriek	6%
3	Sparta	15%	9	Raleigh	5%
4	Axa	14%	10	AGU	4%
5	Giant	12%	11	Kronan	1%
6	Union	9%			

**Tabel 22: Financiële dienstverlening**

1	iDEAL	63%	26	Menzis	7%
2	Rabobank	39%	27	American Express	7%
3	ING	36%	28	Robeco	5%
4	PayPal	30%	29	ASR	5%
5	Mastercard	26%	30	REAAL	4%
6	ABN Amro	21%	31	Anderzorg	4%
7	Visa	16%	32	Delta Lloyd	4%
8	Independer.nl	15%	33	De Hypotheker	4%
9	ABP	14%	34	Zwitserleven	4%
10	Centraal Beheer	14%	35	InShared	3%
11	SNS Bank	14%	36	Allsecur	3%
12	CZ	13%	37	Ditzo	3%
13	Univé	13%	38	MoneYou	3%
14	Zilveren Kruis	13%	39	Avéro	3%
15	Nationale-Nederlanden	13%	40	Binck	3%
16	DELA	12%	41	De Amersfoortse	3%
17	Triodos bank	12%	42	Agis	3%
18	Achmea	11%	43	Knab	3%
19	Interpolis	11%	44	Obvion	3%

20	AEGON	9%	45	Royal Bank of Scotland (RBS)	3%
21	VGZ	8%	46	De Europeesche	2%
22	FBTO	8%	47	Alex	2%
23	Klaverblad	7%	48	Van Lanschot	2%
24	Monuta	7%	49	Brand New Day	2%
25	OHRA	7%			

**Tabel 23: Fotografie**

1	Canon	26%	5	Polaroid	7%
2	Nikon	20%	6	Leica	6%
3	Kodak	9%	7	Hasselblad	5%
4	Olympus	8%	8	Fujifilm	4%

**Tabel 24: Frisdrank e.d.**

1	Coca-Cola	44%	24	Dr. Pepper	10%
2	Appelsientje	28%	25	Raak	9%
3	Spa	27%	26	Taksi	8%
4	Fanta	24%	27	Chaudfontaine	8%
5	Dubbelfrisss	24%	28	Evian	7%
6	Roosvicee	22%	29	Red Bull	7%
7	CoolBest	22%	30	Orangina	6%
8	Karvan Cévitam	20%	31	Sourcy	6%
9	Liptonice	20%	32	Nestea	6%
10	Dubbeldrank	19%	33	Aquarius	5%
11	7UP	17%	34	3-Es	5%
12	Rivella	16%	35	River	5%
13	Pepsi-Cola	16%	36	Extran	5%
14	Crystal Clear	13%	37	Minute Maid	4%
15	Royal Club	13%	38	Perrier	4%
16	Bar le Duc	13%	39	Fernandes	4%
17	Ranja	13%	40	Vittel	3%
18	Capri-sun	12%	41	Innocent	3%
19	Wicky	12%	42	Monster	3%
20	Sprite	11%	43	Gatorade	3%
21	Sisi	11%	44	Exota	2%
22	Schweppes	11%	45	Mountain Dew	2%
23	AA-Drink	10%	46	Brisk	2%

**Tabel 25: Hardware en software**

1	Microsoft	44%	10	Toshiba	9%
2	Windows	42%	11	Linux	9%
3	Android	33%	12	Medion	8%
4	Apple	32%	13	Packard Bell	7%

5	Adobe	27%	14	Epson	7%
6	HP/ Hewlett Packard	20%	15	Lenovo	6%
7	Acer	15%	16	Exact	4%
8	Intel	14%	17	Fujitsu-Siemens	3%
9	Dell	13%			

**Tabel 26: Huishoudelijke apparaten**

1	Philips	47%	14	Krups	8%
2	Miele	34%	15	Bauknecht	8%
3	Senseo	31%	16	Indesit	7%
4	Bosch	28%	17	Dolce Gusto	7%
5	Siemens	23%	18	Electrolux	6%
6	AEG	18%	19	DeLonghi	5%
7	Braun	16%	20	Liebherr	5%
8	Whirlpool	11%	21	Inventum	4%
9	Princess	11%	22	Bosch Tassimo	4%
10	Moulinex	11%	23	Soehnle	3%
11	Dyson	10%	24	Rowenta	3%
12	Zanussi	9%	25	Itho Daalderop	2%
13	Atag	9%			

**Tabel 27: Huishoudelijke artikelen**

1	Dreft	28%	29	Omo	10%
2	Robijn	26%	30	Silan	9%
3	Kliko	23%	31	Fleuril	9%
4	Glorix	22%	32	Edet	9%
5	Brabantia	22%	33	Dash	9%
6	Tupperware	21%	34	Swiffer	9%
7	HG	20%	35	Airwick	9%
8	Komo	19%	36	W5	9%
9	Biotex	18%	37	Brillo	8%
10	WC-Eend	17%	38	Zippo	8%
11	Ariel	17%	39	Neutral	8%
12	Page	16%	40	DDDDD	8%
13	Curver	15%	41	Brise	7%
14	Glassex	15%	42	Finish	7%
15	Ambi Pur	14%	43	Harpic	5%
16	Tomado	14%	44	Mr Muscle	5%
17	Ajax	14%	45	Alessi	5%
18	Sun	14%	46	Popla	5%
19	Cif	13%	47	Brasso	5%
20	Leifheit	13%	48	Sunil	5%
21	Dubro	12%	49	Mr. Proper	5%
22	Witte Reus	12%	50	Kiwi	4%

23	Zwaluw	12%	51	Dixan	4%
24	Lotus	12%	52	Plenty	4%
25	Andy	11%	53	Vileda	4%
26	Sorbo	10%	54	Vacu Vin	3%
27	Persil	10%	55	Tana	3%
28	Lenor	10%	56	Dato	3%

**Tabel 28: IJs**

1	Magnum	39%	7	Viennetta	25%
2	Ola	38%	8	Häagen-Dazs	11%
3	Hertog	37%	9	Solero	11%
4	Raket	33%	10	Calippo	10%
5	Cornetto	31%	11	Swirl's	8%
6	Ben & Jerry's	26%			

**Tabel 29: Internetproviders**

1	Ziggo	35%	3	UPC	13%
2	Online	16%	4	XS4ALL	9%

**Tabel 30: Kantoorartikelen**

1	Duracell	27%	8	Tesa	7%
2	Bruynzeel	21%	9	Succes	5%
3	Post it	20%	10	Moleskine	5%
4	Bic	18%	11	Castelij n & Beerens	4%
5	Pritt	16%	12	Leitz	4%
6	Parker	14%	13	Mont Blanc	3%
7	Tipp-Ex	9%	14	Henzo	2%

**Tabel 31: Kledingaccessoires (reisartikelen, horloges en brillen)**

1	Samsonite	16%	11	Pieces	6%
2	Ray-Ban	14%	12	Zeiss	5%
3	Seiko	10%	13	Zinzi	5%
4	Eastpak	9%	14	Prisma	4%
5	Swatch	8%	15	Cartier	4%
6	Swarovski	8%	16	Fossil	4%
7	Kipling	7%	17	Pulsar	4%
8	Zenner	7%	18	Omega	4%
9	Casio	7%	19	Louis Vuitton	3%
10	Rolex	7%	20	Bvlgary	3%

**Tabel 32: Koffie en thee**

1	Pickwick	50%	9	Illy	8%
2	Douwe Egberts	48%	10	Buisman	7%
3	Lipton	25%	11	Twinings	6%
4	Nescafé	16%	12	Lavazza	6%
5	Nespresso	15%	13	L'Or Espresso	5%
6	Van Nelle	14%	14	Velours Noir	2%
7	Perla	12%	15	Markus	2%
8	Kanis & Gunnink	9%	16	Bellarom	1%

**Tabel 33: Krant / nieuws**

1	NU.nl	37%	7	Trouw	10%
2	De Telegraaf	23%	8	NRC Next	10%
3	AD/ Algemeen Dagblad	22%	9	Het Parool	9%
4	De Volkskrant	19%	10	Spitsnieuws.nl	6%
5	Metro	17%	11	FD/ Het Financieele Dagblad	5%
6	NRC Handelsblad	13%	12	ND/ Nederlands Dagblad	4%

**Tabel 34: Kruideniers en slijterijen**

1	Albert Heijn	63%	12	Hoogvliet	11%
2	Lidl	59%	13	EMTÉ	10%
3	Aldi	50%	14	Mitra	9%
4	Jumbo	44%	15	Deen	9%
5	Bakker Bart	26%	16	DekaMarkt	9%
6	Keurslager	23%	17	Coop	8%
7	Gall & Gall	23%	18	Dirck III	6%
8	Jamin	21%	19	Vomar	6%
9	Dirk	19%	20	Spar	5%
10	Plus	19%	21	Marqt	4%
11	C1000	16%			

**Tabel 35: Lingerie**

1	Hunkemöller	26%	5	Björn Borg	6%
2	Livera	15%	6	Marlies Dekkers	5%
3	Sloggi	11%	7	Schiesser	5%
4	Sapph	6%	8	Triumph	4%

**Tabel 36: Literatuur/ tijdschriften**

1	Donald Duck	32%	10	Elsevier	11%
2	Allerhande	27%	11	Margriet	10%
3	Van Dale	24%	12	LINDA.	9%
4	Hallmark	23%	13	Voetbal International	7%
5	Bosatlas	18%	14	HP De Tijd	7%
6	Libelle	16%	15	Story	6%
7	Quest	14%	16	Privé	5%
8	Kampioen	14%	17	ECl	4%
9	Prisma	13%			

**Tabel 37: Loterijen**

1	De Staatsloterij	23%	5	Miljoenenspel	5%
2	Nationale Postcodeloterij	17%	6	Bankgiroloterij	4%
3	Krasloten	8%	7	Toto	3%
4	Lotto	6%			

**Tabel 38: Luchtvaart**

1	KLM	47%	4	Easy Jet	12%
2	Transavia.com	20%	5	ArkeFly	10%
3	Ryan Air	13%	6	Corendon	7%

**Tabel 39: Medisch**

1	Hansaplast	32%	20	Dagravit	6%
2	Leukoplast	23%	21	Natterman	6%
3	A. Vogel	23%	22	Elastoplast	5%
4	Aspirine	22%	23	Voltaren	5%
5	Dettol	16%	24	Valdispert	5%
6	VSM	16%	25	Sperti	5%
7	Strepsils	15%	26	Tantum	5%
8	Otrivin	13%	27	Aspro	4%
9	Rennie	12%	28	Supradyn	3%
10	Norit	11%	29	Viagra	3%
11	Bisolvon	9%	30	Finimal	3%
12	Davitamon	8%	31	Tussistin	3%
13	Compeed	8%	32	Bional	3%
14	Vick's	8%	33	Lamisil	2%
15	Azaron	8%	34	Bentasil	2%
16	Autan	7%	35	Formule W	2%
17	Aleve	7%	36	Fenistil	2%
18	Panadol	7%	37	Nicotinell	1%
19	Zovirax	6%			



Tabel 40: Meubelzaken en tuincentra

1	IKEA	67%	7	Beter Bed	10%
2	Intratuin	34%	8	Trendhopper	8%
3	Leen Bakker	29%	9	Lundia	5%
4	Kwantum	23%	10	Piet Klerkx	4%
5	Groenrijk	15%	11	Seats and Sofa's	2%
6	Welkoop	12%			

Tabel 41: Mobiliteit

1	NS	51%	11	Halfords	11%
2	Schiphol	50%	12	Route Mobiel	6%
3	ANWB	42%	13	Parkmobile	5%
4	Wegenwacht	39%	14	Yellowbrick	5%
5	9292	31%	15	Hertz	4%
6	Veilig Verkeer Nederland	23%	16	Greenwheels	4%
7	Connexion	17%	17	Uber	3%
8	Bovag	15%	18	Park-line	3%
9	Carglass	13%	19	Avis	2%
10	Kwik-Fit	12%			

Tabel 42: Musea

1	Anne Frank huis	38%	15	NEMO	16%
2	Rijksmuseum	38%	16	Mauritshuis	15%
3	Rijksmuseum van de Oudheden	26%	17	Beeld en Geluid	15%
4	Van Gogh museum	25%	18	Hermitage Amsterdam	15%
5	Kröller Müller	25%	19	Gemeentemuseum Den Haag	14%
6	Nederlands Openluchtmuseum	24%	20	Kunsthal	14%
7	Stedelijk Museum	23%	21	Boijmans van Beuningen	13%
8	Carré	23%	22	Centraal Museum Utrecht	11%
9	Het Concertgebouw	19%	23	Doelen Rotterdam	10%
10	De Zaanse Schans	18%	24	Bonnefantenmuseum Maastricht	10%
11	Rembrandthuis	18%	25	Beelden aan Zee	7%
12	Naturalis	17%	26	Evoluon	7%
13	Madame Tussaud	17%	27	AFAS Circustheater	6%
14	Groninger museum	16%			

Tabel 43: Muziekevenementen

1	Pinkpop	18%	5	ID&T	5%
2	North Sea Jazz	14%	6	Sensation	4%
3	Lowlands	12%	7	Dance Valley	4%
4	Mojo Concerts	11%			

**Tabel 44: NGO's (incl. charitatieve instellingen)**

1	Consumentenbond	36%	14	Vereniging Natuurmonumenten	21%
2	Voedselbank	33%	15	War Child	18%
3	Rode Kruis	32%	16	Serious Request	18%
4	Ronald McDonald	29%	17	Nierstichting	18%
5	WNF/ Wereld Natuur Fonds	28%	18	Oxfam Novib	13%
6	Artsen zonder grenzen	27%	19	Pink Ribbon	11%
7	Nederlandse Hartstichting	25%	20	Waddenvereniging	11%
8	CliniClowns	25%	21	Mensen in nood	9%
9	KiKa	24%	22	WSPA/ World Society for the Protection of Animals	8%
10	Greenpeace	23%	23	Cordaid	7%
11	Unicef	22%	24	Liliane Fonds	6%
12	Amnesty International	22%	25	Memisa	5%
13	KWF/ Koningin Wilhelmina Fonds	22%	26	Plan	3%

**Tabel 45: Onderwijs**

1	LOI	6%	4	NHA	2%
2	NTI	5%	5	Scheidegger	2%
3	NCOI	3%			

**Tabel 46: Online diensten**

1	Google	58%	22	De Telefoongids & Gouden Gids	12%
2	Buienradar.nl	55%	23	Greetz	12%
3	YouTube	51%	24	Twitter	11%
4	Facebook	45%	25	Pinterest	11%
5	Uitzending Gemist	42%	26	Geenstijl.nl	10%
6	Gmail	40%	27	Instagram	10%
7	Outlook.com	40%	28	MSN	9%
8	Wikipedia	38%	29	Actiecode.nl	7%
9	Kieskeurig	31%	30	Albelli	6%
10	Skype	25%	31	Yahoo	6%
11	TVGids.nl	20%	32	Flitsmeister	6%
12	Spotify	18%	33	SoundCloud	5%
13	Thuisbezorgd.nl	18%	34	Snapchat	4%
14	Startpagina	17%	35	Kelkoo	4%
15	LinkedIn	16%	36	Flickr	3%
16	VakantieVeilingen.nl	15%	37	Relatieplanet	3%
17	Beslist	15%	38	Twenga	3%
18	iTunes	14%	39	Meerkat	2%
19	Vergelijk	14%	40	Lexa	1%
20	Groupon	14%	41	Parship	1%
21	Tweakers	13%	42	Swarm	1%

Tabel 47: Opticiens en hoorwinkels

1	Pearle	14%	4	Eye Wish	9%
2	Hans Anders	13%	5	Beter Horen	7%
3	Specsavers	12%	6	Schoonenberg	5%

Tabel 48: Persoonlijke verzorging

1	Nivea	43%	44	Jordan	7%
2	Zwitsal	32%	45	Demak'up	7%
3	Dove	27%	46	Wilkinson	7%
4	Gillette	26%	47	Maybelline	7%
5	Andrélon	26%	48	Listerine	7%
6	Oral-B	22%	49	Venus	7%
7	Labello	22%	50	4711	7%
8	Prodent	21%	51	John Frieda	7%
9	Vaseline	20%	52	Gliss Kur	7%
10	Sensodyne	20%	53	Vichy	6%
11	Axe	19%	54	Biotherm	6%
12	Kleenex	19%	55	Dr. Van der Hoog	6%
13	L'Oréal	17%	56	Herbal Essences	6%
14	Kneipp	16%	57	Taft	5%
15	Sanex	15%	58	Vogue	5%
16	Fa	14%	59	Cacharel	5%
17	Rexona	14%	60	Badedas	5%
18	Palmolive	13%	61	Herome	5%
19	Tempo	13%	62	Christian Dior	5%
20	Schwarzkopf	13%	63	Johnson & Johnson	5%
21	8 x 4	13%	64	Junior	5%
22	Parodontax	12%	65	Lief!	5%
23	Max Factor	12%	66	Atrix	5%
24	Odorex	12%	67	Clinique	5%
25	Elmex	11%	68	Estée Lauder	5%
26	Guhl	11%	69	Natusan	5%
27	Aquafresh	11%	70	Syoss	4%
28	Yves Rocher	11%	71	Pantene	4%
29	Head & Shoulders	11%	72	Clearasil	4%
30	Colgate	10%	73	Bourjois	4%
31	Blistex	9%	74	Van de Vergulde Hand	4%
32	Purol	9%	75	Boldoot	3%
33	Rimmel	8%	76	Fructis	3%
34	Olaz	8%	77	Lux	3%
35	Pampers	8%	78	Diadermine	3%
36	Garnier	8%	79	Glycerona	3%
37	Wella	8%	80	Sanicur	3%
38	Zendium	8%	81	Revlon	3%
39	Biodermal	8%	82	Lancaster	2%

40	Therme	8%	83	Fixodent	2%
41	Elvive	7%	84	RoC	2%
42	Unicura	7%	85	Huggies	2%
43	Lancôme	7%			

**Tabel 49: Politieke partijen**

1	PVV	15%	6	VVD	13%
2	GroenLinks	15%	7	Partij voor de Dieren	12%
3	SP	15%	8	CDA	10%
4	D66	14%	9	ChristenUnie	9%
5	PvdA	14%	10	SGP	7%

**Tabel 50: Postorder**

1	Bol.com	68%	7	Amazon	11%
2	Marktplaats	54%	8	Neckerman	7%
3	Wehkamp	28%	9	Christine Le Duc	6%
4	Zalando	17%	10	Pabo	6%
5	Ebay	16%	11	Otto	4%
6	Coolblue	15%			

**Tabel 51: Postverzending**

1	PostNL	54%	4	UPS	11%
2	TNT	24%	5	Sandd	11%
3	DHL	18%	6	FedEx	7%

**Tabel 52: Organisatiemerken/producenten**

1	Unilever	25%	3	Henkel	4%
2	P&G	5%			

**Tabel 53: Radio- en televisieomroepen**

1	NOS	54%	23	Q-music	19%
2	RTL 4	47%	24	NPO Radio 1	18%
3	NPO 1	37%	25	Pixar	17%
4	Walt Disney	34%	26	NPO Radio 2	17%
5	SBS 6	32%	27	NCRV	16%
6	NPO 3	31%	28	KRO	16%
7	National Geographic	30%	29	Veronica	16%
8	Discovery Channel	30%	30	RTL 8	15%

9	NPO 2	28%	31	100% NL	13%
10	Sky Radio	27%	32	Radio Veronica	13%
11	3FM	24%	33	EO	12%
12	538	23%	34	Fox	12%
13	Net 5	23%	35	HBO	11%
14	VARA	23%	36	NTR	11%
15	TROS	22%	37	BNR Nieuwsradio	10%
16	RTL 5	22%	38	MTV	10%
17	RTL 7	21%	39	PowNed	9%
18	VPRO	21%	40	Zapp	7%
19	Omroep Max	20%	41	IKON	6%
20	BNN	20%	42	Film1	5%
21	AVRO	19%	43	Socutera	5%
22	Netflix	19%	44	WNL	4%

**Tabel 54: Recreatief**

1	Efteling	47%	13	Duinrell	16%
2	Ouwehands Dierenpark	34%	14	Walibi Holland	15%
3	Dierenpark Emmen	34%	15	Attractiepark Slagharen	14%
4	Artis	34%	16	Avonturenpark Hellendoorn	12%
5	Burgers' Zoo	33%	17	Koningin Juliana Toren	12%
6	Diergaarde Blijdorp	32%	18	Archeon	9%
7	Dolfinarium	30%	19	Holland Casino	8%
8	Madurodam	28%	20	Toverland	8%
9	Pathé	28%	21	Drouwenezand	6%
10	Dierenpark Amersfoort	25%	22	Speelstad Oranje	3%
11	Beekse Bergen	23%	23	Plopsa indoor Coevorden	3%
12	Keukenhof	19%			

**Tabel 55: Reisorganisaties**

1	VVV	37%	19	Hilton	6%
2	Landal Greenparks	24%	20	Djoser	6%
3	Center Parcs	20%	21	Holiday Inn	5%
4	D-reizen	16%	22	De Jong Intra	5%
5	Booking.com	16%	23	Vacansoleil	5%
6	ZOOVER	15%	24	ebooking	5%
7	ANVR	14%	25	Expedia.nl	5%
8	Arke	13%	26	ebookers	4%
9	Roompot vakanties	12%	27	Thomas Cook	4%
10	Vliegtickets.nl	12%	28	Tix.nl	4%
11	CheapTickets	12%	29	Peter Langhout	4%
12	TripAdvisor	10%	30	Airbnb	4%
13	Kras	9%	31	SNP	3%
14	Vrij Uit	9%	32	Koning Aap	2%

15	Sunweb vakanties	9%	33	Bastion Hotels	2%
16	NH-Hotels	9%	34	SRC	2%
17	TUI	7%	35	Sawadee	2%
18	Neckermann	7%	36	Jiba	2%

**Tabel 56: Retail (diversen)**

1	Dille en Kamille	13%	6	Oil & Vinegar	7%
2	Fleurop	12%	7	Bijou-Brigitte	5%
3	Simon Lévelt	11%	8	Siebel	4%
4	Lucardi	11%	9	Palthe	4%
5	Prénatal	8%	10	SIX	4%

**Tabel 57: Schoenen**

1	Van Haren	27%	11	Dolcis	7%
2	Bristol	19%	12	Geox	7%
3	Scapino	19%	13	Clarks	6%
4	Van Bommel	15%	14	Crocs	5%
5	Birkenstock	14%	15	Dr. Martens	5%
6	All Stars	12%	16	Uggs	5%
7	Schoenenreus	10%	17	Invito	5%
8	Van Lier	9%	18	Bata	4%
9	Manfield	8%	19	K-Swiss	4%
10	Timberland	8%	20	Elefanten	3%

**Tabel 58: Snoep en koek**

1	Verkade	42%	40	Snelle Jelle	14%
2	M&M's	34%	41	Leonidas	14%
3	Peijnenburg	32%	42	Stimorol	14%
4	Venco	30%	43	Milky Way	14%
5	Milka	29%	44	Ferrero Rocher	14%
6	Haribo	28%	45	After Eight	14%
7	Cotê d'Or	27%	46	Oreo	14%
8	Bastogne	27%	47	Kinder	13%
9	Sultana	27%	48	Chokotoff	13%
10	Merci	25%	49	Rolo	13%
11	Wilhelmina pepermint	24%	50	Van Houten	12%
12	KitKat	23%	51	Look-O-Look	12%
13	Red Band	22%	52	Lion	12%
14	Klene	22%	53	Evergreen	12%
15	Mars	22%	54	Nuts	11%
16	Katja	21%	55	Smint	11%
17	Autodrop	21%	56	Dextro Energy	11%

18	Nestlé	21%	57	Prince	10%
19	Liga	21%	58	Celebrations	9%
20	Snickers	20%	59	Snack a Jacks	9%
21	Droste	20%	60	Scholiertje	9%
22	Mentos	20%	61	Wybert	9%
23	LU	20%	62	Maltesers	9%
24	Bounty	20%	63	Tikkels	8%
25	Twix	19%	64	Lotus	8%
26	Toblerone	19%	65	Chupa Chups	8%
27	Dove	19%	66	Gulden Krakeling	7%
28	Sportlife	18%	67	Baronie	7%
29	Tony's Chocolonely	18%	68	Balisto	6%
30	Stophoest	17%	69	Mon Chéri	6%
31	Ritter Sport	17%	70	Ricola	6%
32	Fruittella	17%	71	Quality Street	6%
33	Werther's Original	16%	72	Freedent	6%
34	King	16%	73	Xylifresh	5%
35	Tic Tac	16%	74	Guylian	4%
36	Bros	16%	75	Belvita Breakfast	4%
37	Bonbonbloc	15%	76	Läkerol	4%
38	Smarties	14%	77	Kapitein Koek	4%
39	Fisherman's Friend	14%	78	Wrigley's	1%

**Tabel 59: Speelgoed**

1	Lego	44%	17	999games	10%
2	Monopoly	28%	18	Xbox	9%
3	Jumbo	25%	19	Mattel	9%
4	Playmobil	23%	20	Hasbro	8%
5	Ravensburger	21%	21	Dinky Toys	8%
6	Scrabble	21%	22	Grand Theft Auto	8%
7	MB	17%	23	Cluedo	8%
8	Fisher-Price	16%	24	Call of Duty	7%
9	Nintendo	16%	25	Fifa (EA Games)	6%
10	Wii	14%	26	Vtech	5%
11	Playstation	14%	27	De Sims	5%
12	Risk	14%	28	Hot Wheels	4%
13	Triviant	13%	29	Hello Kitty	4%
14	Kolonisten van Catan	13%	30	DS	4%
15	Barbie	11%	31	World of Warcraft	2%
16	Candy Crush	10%			

**Tabel 60: Speelgoedwinkels**

1	Intertoys	24%	3	Toys XL	8%
2	Bart Smit	22%			



**Tabel 61: Sport**

1	Adidas	21%	10	O'Neill	5%
2	Nike	21%	11	Speedo	4%
3	Gore-Tex	9%	12	Slazenger	4%
4	Converse	9%	13	Falke	4%
5	Puma	8%	14	Fila	4%
6	Asics	8%	15	Umbro	4%
7	Le Coq Sportif	7%	16	Rucanor	3%
8	Reebok	6%	17	Quick	2%
9	The North Face	6%	18	Atomic	1%

**Tabel 62: Sportwinkels**

1	Perry Sport	12%	5	Decathlon	9%
2	Aktiesport	11%	6	Foot Locker	6%
3	Intersport	11%	7	SPORT 2000	4%
4	Bever Zwervsport	10%	8	Plutosport	4%

**Tabel 63: Tabak**

1	Marlboro	7%	5	Camel	4%
2	Drum	6%	6	L&M	3%
3	Van Nelle	6%	7	Kent	2%
4	Pall Mall	5%			

**Tabel 64: Telecom**

1	KPN	32%	7	Hollandsnieuwe	6%
2	Vodafone	18%	8	Hi	6%
3	T-Mobile	17%	9	Phone House	5%
4	Telfort	12%	10	Ben	4%
5	Simyo	8%	11	BelCompany	3%
6	Tele 2	8%	12	Lebara	3%

**Tabel 65: Telefoontoestellen**

1	iPhone	24%	5	LG	9%
2	Galaxy	17%	6	Sony Mobile	8%
3	Nokia	17%	7	Blackberry	3%
4	HTC	9%			

**Tabel 66: Tv-programma's**

1	NOS Journaal	59%	17	Vermist	17%
2	RTL Nieuws	38%	18	Voice of Holland	15%
3	Radar	35%	19	All you need is love	14%
4	Kassa	34%	20	CSI	14%
5	NOS Studio Sport	29%	21	Goede Tijden, Slechte Tijden	12%
6	De wereld draait door	28%	22	RTL Voetbal	12%
7	RTL Late Night	27%	23	Memories	12%
8	Wie is de Mol?	24%	24	De Reünie	11%
9	Opsporing Verzocht	24%	25	Pauw	10%
10	Sesamstraat	23%	26	Bananasplit	10%
11	Spoorloos	23%	27	TV Show	10%
12	Nieuwsuur	23%	28	TV Kantine	10%
13	Boer zoekt vrouw	21%	29	Hollands Got Talent	9%
14	Ik hou van Holland	20%	30	Lingo	8%
15	Hart van Nederland	20%	31	Fox Sports	7%
16	RTL Boulevard	19%			

**Tabel 67: Voedselmerken**

1	Calvé	48%	54	Bio+	13%
2	Unox	40%	55	Kellogg's	13%
3	Bolletje	38%	56	Zeeuws Meisje	12%
4	De Ruijter	38%	57	Pink Lady	12%
5	Dr. Oetker	38%	58	Délicrance	11%
6	Iglo	35%	59	Gouda's Glorie	11%
7	Koopmans	35%	60	Nesquik	11%
8	Heinz	34%	61	Alpro	11%
9	Hak	34%	62	Chicken Tonight	11%
10	Knorr	34%	63	Haust	10%
11	Mora	33%	64	McCain	10%
12	Venz	32%	65	Farm frites	10%
13	Honig	32%	66	Carbonell	10%
14	Chiquita	31%	67	Olvarit	9%
15	Cup-a-Soup	30%	68	Perfekt	9%
16	Conimex	30%	69	Markant	9%
17	Kwekkeboom	29%	70	Turbana	9%
18	Maggi	29%	71	Aardappel Anders	9%
19	Blue Band	28%	72	Bona	9%
20	Van Dobben	28%	73	Struik	8%
21	Nutella	25%	74	Langnese	8%
22	Aviko	25%	75	Tabasco	8%
23	Wasa	25%	76	Quaker	8%
24	Remia	24%	77	Del Monte	8%
25	Lassie	23%	78	Penotti	8%
26	Bertolli	22%	79	Inproba	7%
27	Becel	21%	80	Blooker	7%
28	Bonduelle	21%	81	Bonne Maman	7%
29	Silvo	21%	82	Valess	7%
30	Johma	21%	83	Kühne	7%
31	Hero	21%	84	Fyffes	7%

32	Jozo	20%	85	Bambix	7%
33	Grand'Italia	19%	86	Uncle Ben's	7%
34	Fair Trade	19%	87	Natrena	7%
35	Verstegen	19%	88	Nutrilon	7%
36	Wijko	19%	89	Quorn	6%
37	Stegeman	19%	90	Princes	6%
38	Zonnatura	19%	91	Completa	5%
39	Brinta	19%	92	Linera	5%
40	De Betuwe	17%	93	Dole	5%
41	John West	17%	94	GoedeMorgen!	5%
42	CêlaVita	16%	95	Canderel	5%
43	Beckers	16%	96	Tarvo	5%
44	Croma	15%	97	Euroma	4%
45	Van Gilse	15%	98	Yofresh	4%
46	Maizena	15%	99	Rio Mare	4%
47	Max Havelaar	14%	100	Friki	4%
48	Wagner	14%	101	Céréal	3%
49	Go-tan	14%	102	Weightcare	3%
50	BiFi	14%	103	Lätta	2%
51	Ouwehand	14%	104	Modifast	2%
52	Euromerk	13%	105	Mekkafood	2%
53	Kips	13%	106	Weight Watchers	2%

**Tabel 68: Voetbal**

1	Ajax	21%	6	AZ	8%
2	Feyenoord	19%	7	Vitesse	6%
3	PSV	17%	8	Ado Den Haag	5%
4	Sparta	10%	9	Excelsior	5%
5	FC Twente	9%	10	Roda JC	5%

**Tabel 69: Warenhuizen**

1	HEMA	69%	8	Wereldwinkel	19%
2	Action	59%	9	Marskramer	18%
3	Blokker	59%	10	Big Bazar	18%
4	Xenos	45%	11	Op=Op Voordeelshop	11%
5	V&D/ Vroom & Dreesmann	44%	12	Handyman	8%
6	De Bijenkorf	26%	13	Flying Tiger	6%
7	Kijkshop	20%			

**Tabel 70: Wonen**

1	Tefal	29%	25	Quooker	5%
2	BK	19%	26	PiP Studio	5%
3	Bolsius	16%	27	Sphinx	5%
4	Luxaflex	12%	28	Plieger	5%
5	Grohe	12%	29	Massive	5%
6	Villeroy & Boch	12%	30	Sissy-Boy	4%
7	Auping	11%	31	Zwilling J.A. Henckels	4%

8	Jamie Oliver	11%	32	Jardin	4%
9	Pokon	11%	33	Hästens	4%
10	Velux	10%	34	Fatboy	4%
11	Singer	10%	35	Leolux	3%
12	Hartman	10%	36	Tristar	3%
13	Wedgwood	10%	37	Swiss Sense	3%
14	Vaillant	10%	38	Pledge	3%
15	Weber	9%	39	Sealskin	3%
16	Sola	8%	40	WMF	3%
17	Gero	8%	41	Tiger	3%
18	Tempur	7%	42	Keltum	3%
19	Osram	6%	43	Forbo	3%
20	Lips	6%	44	Cinderella	2%
21	Riverdale	6%	45	Quick Step	2%
22	Riviera Maison	6%	46	Heuga	2%
23	BLOND	6%	47	Stressless	2%
24	Boretti	6%	48	Eastborn	1%

**Tabel 71: Zoutjes**

1	Lay's	39%	6	Doritos	22%
2	Smiths	35%	7	Pringles	21%
3	Duyvis	32%	8	Chio	9%
4	TUC	29%	9	Jack Klijn	7%
5	Croky	26%			

**Tabel 72: Zuivel**

1	Chocomel	36%	20	Danone	15%
2	Campina	35%	21	Heksn'kaas	14%
3	Mona	34%	22	La Vache qui rit	13%
4	Old Amsterdam	31%	23	Président	12%
5	Melkunie	30%	24	Fristi	12%
6	Boursin	27%	25	Philadelphia	10%
7	Optimel	24%	26	Activia	10%
8	Maaslander	24%	27	Frico	10%
9	Goudkuipje	23%	28	Actimel	8%
10	Beemster	22%	29	Vifit	8%
11	Zaanse Hoeve	21%	30	Arla	8%
12	Milner	19%	31	Biogarde	8%
13	Uniekaas	19%	32	Yakult	8%
14	Leerdammer	18%	33	Babybel	6%
15	Paturain	18%	34	Yogho! Yogho!	6%
16	Eru	17%	35	Choq	3%
17	Monchou	17%	36	Grozette	2%
18	Almhof	16%	37	Tjolk	2%
19	Friesche Vlag	16%			

## 5. Onderzoeksverantwoording

In deze paragraaf gaan we in op het meetinstrument, het design (onderzoek-ontwerp), de in het onderzoek gevolgde procedure en beschrijven we de respondenten die aan het onderzoek deelnamen.

### *Meetinstrument*

In het onderzoek naar onmisbare merken zijn 1.490 merken opgenomen die werden verdeeld over veertig clusters van 37 of 38 merknamen. Per cluster moest een respondent steeds minimaal vijf merknamen aanvinken waarvan hij/zij het jammer zou vinden als deze in het komende jaar van de markt zouden verdwijnen. De totale groep respondenten (n=1.211) is opgedeeld in tweeën; iedere respondent heeft in twintig clusters aangegeven van welke merken hij/zij het jammer zou vinden als deze het komend jaar van de markt zouden verdwijnen. Zodoende is ieder merk ruim vijfhonderdvijftig maal 'at random' getoond.

De vragenlijst startte met een open vraag, waarin respondenten maximaal drie merken mochten invullen die ze het meest zouden missen als deze uit de markt zouden worden genomen. Na deze vraag werden de verschillende merken in de hierboven beschreven clusters getoond. In de vragenlijst werd per merk tussen vierkantshaken weergegeven tot welke categorie/ productklasse het behoort, bijvoorbeeld: 'NOS [omroep]'. Vervolgens is er in een open vraag gevraagd naar waarom ze deze merken (selectie van vijf aangevinkte merken) onmisbaar vinden. Ten slotte zijn een zevental achtergrondvragen gesteld. Deze vragen betreffen: degene die in het huishouden voornamelijk de boodschappen in de supermarkt doet, geslacht, leeftijd, burgerlijke staat, samenstelling van het huishouden (aantal volwassen en aantal kinderen) en hoogst genoten afgeronde opleiding.

### *Design*

Het onderzoek naar onmisbare merken is in de Nederlandse markt afgenomen via een web-based vragenlijst. De lijst van 1.490 merknamen is een selectie uit een lijst met ruim 3.000 merknamen waarin praktisch alle in Nederland bekende en gevoerde product- en organisatiemerken zijn opgenomen. Deze lijst is in 2004 opgesteld als basis voor een etymologisch merkwoordenboek en later is deze lijst diverse keren aangevuld. Op basis van deze lijst zijn in een 'double blind procedure' door de onderzoekers merken geselecteerd die (a) nationaal verkrijgbaar zijn, (b) worden geacht bekend te zijn bij het grote publiek en (c) zich qua communicatie en distributie niet op een niche in de markt richten. Voor het eerstgenoemde criterium betekent dit dat namen als Roteb (Rotterdamse

reinigingsdienst) en de Twentse krant Tubantia *niet* in het onderzoek zijn meegenomen. Op grond van het tweede criterium (bekendheid) zijn namen als Glenfiddich (whiskey) en Novartis (farmaceutisch concern) niet in de lijst van te onderzoeken namen meegenomen. Voor wat betreft het derde criterium (nichemerken) betekent dit dat een merk als Mares (duik equipment) uit het onderzoek is weggelaten. Dit laatste criterium is echter niet zo strikt gehanteerd dat overbekende merken als Ferrari en Porsche uit de namenlijst zijn weggelaten.

#### *Procedure*

Het veldwerk is uitgevoerd door bureau No Ties in juni 2015. De data-analyses zijn in juli-augustus 2015 uitgevoerd door EURIB Research, de onderzoeksgroep van EURIB. Consumenten zijn via het webpanel Invotes uitgenodigd, een panelbestand van meer dan 50.000 deelnemers. Leden voor dit panel zijn geworden via zeer verschillende sites (mediasites, providers etc.) hetgeen bijdraagt aan het representatieve karakter van het panel. Daarnaast is No Ties door de MOA verplicht om met de Gouden Standaard te werken. Voor deelname aan het onderzoek worden mensen beloond met ePoints, punten die men op een later tijdstip kan verzilveren bij uiteenlopende online winkels. Er zijn geen andere toezeggingen aan de respondenten gedaan.

#### *Steekproef*

Aan het onderzoek namen 1.211 respondenten deel, waarvan 605 mannen (50%) en 606 vrouwen (50%). In de Nederlandse bevolking is deze verhouding respectievelijk 49,5% (mannen) staat tot 50,5% (vrouwen). Om de verdeling zo goed mogelijk aan te laten sluiten met de werkelijkheid zijn de resultaten van het onderzoek gewogen. Deze weging zorgt ervoor dat de gerapporteerde resultaten van het onderzoek representatief zijn voor wat betreft geslacht, leeftijd, Nielsen regio en sociale klasse. De tabellen in het rapport (inclusief de achtergrondvariabelen) bevatten dus de gewogen resultaten. De verdeling naar achtergrondvariabelen is in de bijlage (tabellen B1 tot en met B10) te vinden.

## Bijlage

**Tabel B1:** Frequentieverdeling respondenten: geslacht

Geslacht	Frequentie	Percentage	Cumulatief
Man	605	50,0	50,0
Vrouw	606	50,0	100,0
Totaal	1211	100,0	

**Tabel B2:** Frequentieverdeling respondenten: leeftijdscategorie

Leeftijdscategorie	Frequentie	Percentage	Cumulatief
18-24	129	10,6	10,6
25-34	187	15,5	26,1
35-54	445	36,8	62,9
55+	150	37,1	100,0
Totaal	1211	100,0	

**Tabel B3:** Frequentieverdeling respondenten: regio in Nederland

Regio	Frequentie	Percentage	Cumulatief
Amsterdam	49	4,1	4,1
Rotterdam	54	4,5	8,5
Den Haag	39	3,2	11,7
West-Ned. (overig)	402	33,2	45,0
Noord-Nederland	122	10,1	55,1
Oost-Nederland	258	21,3	76,3
Zuid-Nederland	287	23,7	100,0
Totaal	1211	100,0	

**Tabel B4:** Frequentieverdeling: hoogst genoten voltooide opleiding

Hoogst genoten opleiding	Frequentie	Percentage	Cumulatief
Lager onderwijs	15	1,3	1,3
Lager beroepsonderwijs	78	6,6	7,9
Middelbaar alg. voortgezet	156	13,1	21,0
Middelbaar beroepsonderwijs	328	27,7	48,7
Havo en VWO	165	14,0	62,7
Hoger beroepsonderwijs	291	24,6	87,3
Wetenschappelijk onderwijs	151	12,7	100
Subtotaal	1186	100	
Geen antwoord	26		
Totaal	1211		



**Tabel B5: Frequentieverdeling respondenten: inkomensklasse**

Inkomensklasse	Frequentie	Percentage	Cumulatief
Beneden modaal	335	33,5	33,5
Modaal	234	23,5	57,0
Tussen 1 en 2 keer modaal	265	26,5	83,5
Ongeveer 2 keer modaal	90	9,0	92,5
Meer dan 2 keer modaal	75	7,5	100,0
Subtotaal	998	100,0	
Geen antwoord	213		
Totaal	1211		

**Tabel B6: Frequentieverdeling respondenten: beroepssituatie**

Beroepssituatie	Frequentie	Percentage	Cumulatief
Gepensioneerd	194	16,0	16,0
Studerend	127	10,5	26,5
In huishouden werkzaam	105	8,7	35,2
Afgekeurd voor werk	108	8,9	44,1
Op zoek naar werk	70	5,8	49,9
Parttime baan	236	19,5	69,4
Fulltime baan	290	23,9	93,3
Zelfstandig ondernemer	81	6,7	100,0
Totaal	1211	100,0	

**Tabel B7: Frequentieverdeling respondenten: beroepssector**

Beroepssector	Frequentie	Percentage	Cumulatief
Zakelijke dienstverlening	77	6,3	6,3
Liefdadigheids/ not-for-profit instelling	13	1,1	7,5
Onderwijs	41	3,4	10,8
Financiële dienstverlening	26	2,2	13,0
Overheid	44	3,7	16,7
Gezondheids- en welzijnszorg	105	8,7	25,3
IT/ automatisering	36	3,0	28,3
Landbouw	4	0,3	28,6
Industrie	37	3,1	31,7
Media/ uitgeverij	9	0,8	32,5
Telecommunicatie	5	0,4	32,9
Horeca	9	0,8	33,7
Toerisme	3	0,2	33,9
Detailhandel/ groothandel	61	5,0	39,0
Reiswereld	1	0,1	39,0
Transport/ distributie	28	2,3	41,3
Nutsbedrijf	4	0,3	41,6
Anders	102	8,4	50,1
Niet werkzaam	605	49,9	100,0
Totaal	1211	100,0	

Tabel B8: Frequentieverdeling respondenten: samenstelling huishouden

Samenstelling huishouden	Frequentie	Percent.	Cumulatief
Alleenstaand zonder kinderen	230	19,0	19,0
Alleenstaand met kind(eren)	57	4,7	23,7
Samenwonend/ getrouwd zonder kinderen	426	35,2	58,9
Samenwonend/ getrouwd met kind(eren)	338	27,9	86,8
Thuiswonend bij (groot)ouder(s)/ familie	116	9,6	96,4
Woongroep/ studentenhuus	31	2,6	99,0
Anders	12	1,0	100,0
Totaal	1211	100,0	

Tabel B9: Frequentieverdeling respondenten: aantal personen in huishouden

	Frequentie	Percentage	Cumulatief
1	238	19,6	19,6
2	475	39,2	58,8
3	180	14,9	73,7
4	210	17,4	91,0
5	76	6,3	97,3
6 of meer	33	2,7	100,0
Totaal	1211	100,0	

Tabel B10: Frequentieverdeling respondenten: rol in huishouden

Rol in het huishouden	Frequentie	Percentage	Cumulatief
Kostwinner	231	19,1	19,1
Boodschappen	353	29,1	48,2
Beide	463	38,3	86,5
Geen antwoord	159	13,1	99,6
Niet bekend	5	0,4	100,0
Totaal	1211	100,0	

Tabel B11: Top-10 sociale klasse AB1

1	HEMA	warenhuis	70%
2	IKEA	meubelzaak	69%
3	Bol.com	webwinkel	69%
4	Albert Heijn	supermarkt	64%
5	Kruidvat	drogist	64%
6	iDEAL	betaalmiddel	61%
7	NOS Journaal	tv programma	59%
8	Lidl	supermarkt	57%
9	Google	zoekmachine	57%
10	NOS	omroep	56%

Tabel B12: Top-10 sociale klasse B2

1	IKEA	meubelzaak	74%
2	Kruidvat	drogist	71%
3	iDEAL	betaalmiddel	70%
4	NOS Journaal	tv programma	70%
5	Bol.com	webwinkel	68%
6	HEMA	warenhuis	65%
7	Google	zoekmachine	64%
8	Albert Heijn	supermarkt	63%
9	Action	warenhuis	62%
10	Blokker	huishoudwinkel	61%

Tabel B13: Top-10 sociale klasse CD

1	HEMA	warenhuis	68%
2	Blokker	huishoudwinkel	68%
3	Bol.com	webwinkel	68%
4	Action	warenhuis	67%
5	Kruidvat	drogist	67%
6	iDEAL	betaalmiddel	65%
7	Lidl	supermarkt	64%
8	PostNL	postbedrijf	63%
9	Albert Heijn	supermarkt	60%
10	IKEA	meubelzaak	59%

Tabel B14: Top-10 leeftijd 18-24 jaar

1	Bol.com	webwinkel	79%
2	iDEAL	betaalmiddel	78%
3	Google	zoekmachine	74%
4	IKEA	meubelzaak	73%
5	McDonald's	fastfood restaurant	65%
6	YouTube	video website	65%
7	NOS	omroep	64%
8	NS	spoorwegen	64%
9	Albert Heijn	supermarkt	64%
10	HEMA	warenhuis	63%

Tabel B15: Top-10 leeftijd 25-34 jaar

1	Bol.com	webwinkel	82%
2	IKEA	meubelzaak	72%
3	Marktplaats	internetveiling	70%
4	YouTube	video website	68%
5	iDEAL	betaalmiddel	67%
6	Albert Heijn	supermarkt	66%
7	HEMA	warenhuis	66%
8	Kruidvat	drogist	64%
9	Lidl	supermarkt	63%
10	Blokker	huishoudwinkel	61%

Tabel B16: Top-10 leeftijd 35-54 jaar

1	Bol.com	webwinkel	74%
2	HEMA	warenhuis	68%
3	Kruidvat	drogist	66%
4	IKEA	meubelzaak	65%
5	iDEAL	betaalmiddel	64%
6	Albert Heijn	supermarkt	63%
7	Action	warenhuis	57%
8	Calvé	pindakaas	55%
9	Lidl	supermarkt	54%
10	Google	zoekmachine	54%

Tabel B17: Top-10 leeftijd 55+

1	HEMA	warenhuis	73%
2	NOS Journaal	tv programma	71%
3	Kruidvat	drogist	68%
4	Blokker	huishoudwinkel	68%
5	IKEA	meubelzaak	65%
6	Lidl	supermarkt	64%
7	Action	warenhuis	63%
8	PostNL	postbedrijf	63%
9	Albert Heijn	supermarkt	61%
10	Buienradar.nl	weer website	58%

Tabel B18: Totale lijst van 1.490 merken

1	HEMA [warenhuis]	69%
2	Bol.com [webwinkel]	68%
3	IKEA [meubelzaak]	67%
4	Kruidvat [drogist]	66%
5	iDEAL [betaalmiddel]	63%
6	Albert Heijn [supermarkt]	63%
7	Lidl [supermarkt]	59%
8	NOS Journaal [tv programma]	59%
9	Action [warenhuis]	59%
10	Blokker [huishoudwinkel]	59%
11	Google [zoekmachine]	58%
12	Buienradar.nl [weer website]	55%
13	NOS [omroep]	54%
14	PostNL [postbedrijf]	54%
15	Marktplaats [internetveiling]	54%
16	YouTube [video website]	51%
17	NS [spoorwegen]	51%
18	Pickwick [thee]	50%
19	Schiphol [luchthaven]	50%
20	Aldi [supermarkt]	50%
21	Calvé [pindakaas]	48%
22	Douwe Egberts [koffie]	48%
23	KLM [luchtvaartmaatschappij]	47%
24	Efteling [pretpark]	47%
25	RTL 4 [tv zender]	47%
26	Philips [elektronische apparatuur]	47%
27	Xenos [cadeauwinkel]	45%
28	Facebook [vriendennetwerk]	45%
29	V&D/ Vroom & Dreesmann [warenhuis]	44%
30	Lego [speelgoed]	44%
31	Jumbo [supermarkt]	44%
32	Microsoft [software]	44%
33	Gamma [bouwmarkt]	44%
34	Coca-Cola [frisdrank]	44%
35	Nivea [persoonlijke verzorging]	43%
36	Verkade [chocolade]	42%
37	ANWB [automobilvereniging]	42%
38	Uitzending Gemist [tv uitzendingen]	42%
39	Windows [software]	42%
40	Praxis [bouwmarkt]	42%
41	C&A [kleding]	41%
42	Media Markt [elektronicawinkel]	41%
43	Gmail [e-mail]	40%
44	Samsung [audio/ video]	40%
45	Unox [rookworsten]	40%
46	McDonald's [fastfood restaurant]	40%
47	Outlook.com [e-mail]	40%
48	Magnum [ijs]	39%
49	Wegenwacht [pechhulp]	39%
50	Rabobank [bank]	39%
51	Bruna [boekwinkel]	39%
52	Lay's [chips]	39%
53	Anne Frank huis [museum]	38%
54	RTL Nieuws [tv programma]	38%
55	Bolletje [beschuit]	38%
56	De Ruijter [broodbeleg]	38%
57	Dr. Oetker [bakproducten]	38%
58	Ola [ijs]	38%
59	Wikipedia [internet encyclopedie]	38%
60	Rijksmuseum [museum]	38%
61	NU.nl [nieuwssite]	37%
62	VVV [toeristenvereniging]	37%
63	Hertog [ijs]	37%
64	NPO 1 [tv zender]	37%
65	Etos [drogist]	37%
66	ING [bank]	36%
67	Chocomel [chocolademelk]	36%
68	Consumentenbond [consumentenorganisatie]	36%
69	Iglo [diepvriesproducten]	35%
70	TomTom [navigatiesystemen]	35%
71	Radar [tv programma]	35%
72	Campina [zuivel]	35%
73	Koopmans [bakproducten]	35%
74	Smiths [chips]	35%
75	Ziggo [internet]	35%
76	Kassa [tv programma]	34%
77	Intratuin [tuincentrum]	34%
78	Miele [huishoudelijke apparatuur]	34%
79	Ouwehands Dierenpark [dierentuin]	34%
80	Heinz [tomatenketchup]	34%
81	Walt Disney [entertainment]	34%
82	M&M's [chocolade]	34%
83	Dierenpark Emmen [dierentuin]	34%
84	Artis [dierentuin]	34%
85	Zeeman [kleding]	34%
86	Hak [groenteconserven]	34%
87	Knorr [voedselproducten]	34%
88	Mona [toetjes]	34%
89	Burgers' Zoo [dierentuin]	33%
90	Gazelle [fietsen]	33%
91	Android [besturingssysteem]	33%
92	Mora [diepvriesproducten]	33%
93	Voedselbank [charitatieve instelling]	33%
94	Raket [ijs]	33%
95	Hansaplast [pleisters]	32%
96	Zwitsal [huidverzorging]	32%
97	Peijnenburg [ontbijtkoek]	32%

98	Venz [hagelslag]	32%	147	Artsen zonder grenzen [charitatieve instelling]	27%
99	Apple [computers]	32%	148	Duracell [batterijen]	27%
100	KPN [telecom]	32%	149	Spa [mineraalwater]	27%
101	Rode Kruis [charitatieve instelling]	32%	150	Sky Radio [radiostation]	27%
102	Donald Duck [weekblad]	32%	151	Grolsch [bier]	27%
103	Diergaarde Blijdorp [dierentuin]	32%	152	Adobe [software]	27%
104	Honig [voedselproducten]	32%	153	Cotê d'Or [chocolade]	27%
105	La Place [restaurant]	32%	154	RTL Late Night [tv programma]	27%
106	Duyvis [zoutjes]	32%	155	Boursin [roomkaas]	27%
107	SBS 6 [tv zender]	32%	156	Bastogne [koek]	27%
108	Chiquita [bananen]	31%	157	Allerhande [tijdschrift]	27%
109	Kieskeurig [vergelijkingswebsite]	31%	158	Sultana [biscuits]	27%
110	Cornetto [ijs]	31%	159	Van Haren [schoenen]	27%
111	NPO 3 [tv zender]	31%	160	Dove [persoonlijke verzorging]	27%
112	9292 [reisplanner OV]	31%	161	Canon [camera's]	26%
113	Old Amsterdam [kaas]	31%	162	Gillette [scheerartikelen]	26%
114	Senseo [koffiesysteem]	31%	163	Andrélon [haarverzorging]	26%
115	National Geographic [tv zender]	30%	164	Ben & Jerry's [ijs]	26%
116	Cup-a-Soup [soep]	30%	165	Rijksmuseum van de Oudheden [museum]	26%
117	Conimex [voedselproducten]	30%	166	Bakker Bart [bakker]	26%
118	Karwei [bouwmarkt]	30%	167	iPad [audio/ video]	26%
119	Melkunie [zuivel]	30%	168	Mastercard [credit card]	26%
120	Discovery Channel [tv zender]	30%	169	Hunkemöller [lingerie]	26%
121	PayPal [betaalmiddel]	30%	170	Wibra [kleding]	26%
122	Venco [drop]	30%	171	Croky [chips]	26%
123	Dolfinarium [attractiepark]	30%	172	Robijn [wasmiddel]	26%
124	Kwekkeboom [kroketten]	29%	173	Batavus [fietsen]	26%
125	Tefal [anti-aanbakpannen]	29%	174	Shell [tankstation]	26%
126	Milka [chocolade]	29%	175	De Bijenkorf [warenhuis]	26%
127	H&M/ Hennes & Mauritz [kleding]	29%	176	Hertog Jan [bier]	26%
128	TUC [zoutjes]	29%	177	Nutella [hazelnootpasta]	25%
129	Heineken [bier]	29%	178	Unilever [producent consumentenartikelen]	25%
130	Maggi [sauzen]	29%	179	Dierenpark Amersfoort [dierentuin]	25%
131	Ronald McDonald [kinderfonds]	29%	180	Viennetta [ijs]	25%
132	NOS Studio Sport [tv programma]	29%	181	Aviko [aardappelproducten]	25%
133	Leen Bakker [meubelzaak]	29%	182	Wasa [knäckebröd]	25%
134	De wereld draait door [tv programma]	28%	183	Jumbo [spellen]	25%
135	WNF/ Wereld Natuur Fonds [charitatieve instelling]	28%	184	Van Gogh museum [museum]	25%
136	Madurodam [attractiepark]	28%	185	Merci [chocolade]	25%
137	Monopoly [bordspel]	28%	186	Van der Valk [restaurant en hotel]	25%
138	Blue Band [margarine]	28%	187	Nederlandse Hartstichting [charitatieve instelling]	25%
139	Haribo [snoep]	28%	188	Volkswagen [auto's]	25%
140	Van Dobben [kroketten]	28%	189	Kröller Müller [museum]	25%
141	NPO 2 [tv zender]	28%	190	CliniClowns [ziekenhuisclowns]	25%
142	Appelsientje [vruchtensap]	28%	191	DA [drogist]	25%
143	Wehkamp [postorderbedrijf]	28%	192	Lipton [thee]	25%
144	Dreft [wasmiddel]	28%	193	Skype [internet telefonie]	25%
145	Pathé [cinema's]	28%			
146	Bosch [huishoudelijke apparatuur]	28%			



194	Fanta [frisdrank]	24%	242	AD/ Algemeen Dagblad [krant]	22%
195	Van Dale [woordenboeken]	24%	243	Mars [candybar]	22%
196	Remia [fritessaus]	24%	244	Aspirine [pijnstillert]	22%
197	iPhone [mobiele telefoons]	24%	245	Roosvicee [siroop]	22%
198	Optimel [zuivel]	24%	246	Amnesty International [mensenrechtenorganisatie]	22%
199	Dubbelfriss [vruchtensap]	24%	247	KWF/ Koningin Wilhelmina Fonds [charitatieve instelling]	22%
200	TNT [express bedrijf]	24%	248	Oral-B [tandpasta]	22%
201	Nederlands Openluchtmuseum [museum]	24%	249	Rituals [drogist]	22%
202	Wie is de Mol? [tv programma]	24%	250	Beemster [kaas]	22%
203	3FM [radiostation]	24%	251	Bison [lijm]	22%
204	Landal Greenparks [vakantieparken]	24%	252	CoolBest [vruchtensap]	22%
205	Intertoys [speelgoedwinkel]	24%	253	TROS [omroep]	22%
206	Opsporing Verzocht [tv programma]	24%	254	Doritos [chips]	22%
207	Maaslander [kaas]	24%	255	RTL 5 [tv zender]	22%
208	Primark [kleding]	24%	256	Brabantia [huishoudelijke artikelen]	22%
209	KiKa [charitatieve instelling]	24%	257	Bertolli [olijfolie]	22%
210	Wilhelmina pepermunt [snoep]	24%	258	Bart Smit [speelgoedwinkel]	22%
211	Keurslager [slager]	23%	259	Labello [lippenbalsem]	22%
212	Sesamstraat [tv programma]	23%	260	Ajax [voetbalclub]	21%
213	Stedelijk Museum [museum]	23%	261	Pringles [chips]	21%
214	538 [radiostation]	23%	262	Katja [drop]	21%
215	Spoorloos [tv programma]	23%	263	Adidas [sportartikelen]	21%
216	Kwantum [meubelzaak]	23%	264	Becel [margarine]	21%
217	Veilig Verkeer Nederland [vereniging voor verkeersveiligheid]	23%	265	Boer zoekt vrouw [tv programma]	21%
218	Leukoplast [pleisters]	23%	266	Zaanse Hoeve [zuivel]	21%
219	De Telegraaf [krant]	23%	267	Jamin [snoepwinkel]	21%
220	Net 5 [tv zender]	23%	268	Trekpleister [drogist]	21%
221	De Staatsloterij [kansspel]	23%	269	RTL 7 [tv zender]	21%
222	Lassie [rijst]	23%	270	Autodrop [snoep]	21%
223	Greenpeace [milieuorganisatie]	23%	271	Bonduelle [groenteconserven]	21%
224	Beekse Bergen [attractiepark]	23%	272	Ravensburger [spellen]	21%
225	Nieuwsuur [tv programma]	23%	273	Nike [sportartikelen]	21%
226	Sony [audio/ video]	23%	274	ABN Amro [bank]	21%
227	Kliko [afvalcontainer]	23%	275	Bruynzeel [kleur- en schrijfgerei]	21%
228	Hallmark [ansichtkaarten]	23%	276	VPRO [omroep]	21%
229	A. Vogel [homeopathische producten]	23%	277	Prodent [tandpasta]	21%
230	Playmobil [speelgoed]	23%	278	Silvo [kruiden]	21%
231	Gall & Gall [slijter]	23%	279	Vereniging Natuurmonumenten [charitatieve instelling]	21%
232	VARA [omroep]	23%	280	Tupperware [voedselbewaarsysteem]	21%
233	Carré [theater]	23%	281	Nestlé [chocolade]	21%
234	Bosch [gereedschap]	23%	282	Johma [salades]	21%
235	KitKat [chocolade]	23%	283	Hero [jam]	21%
236	Goudkuipje [smeerkaas]	23%	284	Liga [biscuits]	21%
237	Siemens [huishoudelijke apparatuur]	23%	285	Scrabble [bordspel]	21%
238	Red Band [snoep]	22%	286	Primera [lectuurshop]	21%
239	Glorix [schoonmaakmiddel]	22%	287	Ik hou van Holland [tv programma]	20%
240	Klene [drop]	22%	288	Transavia.com [luchtvaartmaatschappij]	20%
241	Unicef [charitatieve instelling]	22%			

289	Omroep Max [omroep]	20%	338	BK [pannen]	19%
290	Palm [bier]	20%	339	Komo [vuilniszakken]	19%
291	Snickers [candybar]	20%	340	Toblerone [chocolade]	19%
292	Droste [chocolade]	20%	341	Dove [chocolade]	19%
293	Vaseline [persoonlijke verzorging]	20%	342	RTL Boulevard [tv programma]	19%
294	Jozo [zout]	20%	343	Zonnatura [reformproducten]	19%
295	Nikon [camera's]	20%	344	Brinta [ontbijtproduct]	19%
296	Kijkshop [huishoudwinkel]	20%	345	Q-music [radiostation]	19%
297	Mentos [snoep]	20%	346	DHL [express bedrijf]	18%
298	Center Parcs [vakantieparken]	20%	347	AEG [huishoudelijke apparatuur]	18%
299	Post it [notitiebloes]	20%	348	Marskramer [huishoudwinkel]	18%
300	LU [biscuits]	20%	349	Leerdammer [kaas]	18%
301	Karvan Cévitam [siroop]	20%	350	War Child [charitatieve instelling]	18%
302	BNN [omroep]	20%	351	Serious Request [goed doel]	18%
303	Amstel [bier]	20%	352	NPO Radio 1 [radiostation]	18%
304	Bounty [candybar]	20%	353	Paturain [kaas]	18%
305	Sensodyne [tandpasta]	20%	354	Biotex [wasmiddel]	18%
306	TVGids.nl [online tv-gids]	20%	355	Spotify [digitale muziekservice]	18%
307	HG [schoonmaakartikelen]	20%	356	De Zaanse Schans [museum]	18%
308	Hart van Nederland [tv programma]	20%	357	Big Bazar [huishoudwinkel]	18%
309	HP/ Hewlett Packard [computers]	20%	358	Rembrandthuis [museum]	18%
310	Liptonice [ijshee]	20%	359	De Tuinen [drukker]	18%
311	Feyenoord [voetbalclub]	19%	360	Sportlife [kauwgum]	18%
312	Milner [kaas]	19%	361	Miss Etam [kleding]	18%
313	Twix [candybar]	19%	362	Nierstichting [charitatieve instelling]	18%
314	Dirk [supermarkt]	19%	363	BCC [elektronicawinkel]	18%
315	Grand'Italia [voedselproducten]	19%	364	iPod [audio/ video]	18%
316	Audi [auto's]	19%	365	Pinkpop [muziekevenement]	18%
317	De Volkskrant [krant]	19%	366	Bosatlas [atlas]	18%
318	Uniekaas [kaas]	19%	367	Tony's Chocolonely [chocolade]	18%
319	Axe [deodorant]	19%	368	Thuisbezorgd.nl [online eten bestellen]	18%
320	Fair Trade [voedselkeurmerk]	19%	369	Bic [pennen, aanstekers]	18%
321	Het Concertgebouw [concertgebouw]	19%	370	Volvo [auto's]	18%
322	Mercedes [auto's]	19%	371	Vodafone [telecom]	18%
323	Verstegen [specerijen]	19%	372	Stophoest [snoep]	17%
324	Wijko [satesaus]	19%	373	Vermist [tv programma]	17%
325	Bristol [schoenenwinkel]	19%	374	Connexion [busmaatschappij]	17%
326	Kleenex [tissues]	19%	375	Metro [krant]	17%
327	Stegeman [vleeswaren]	19%	376	Nationale Postcodeloterij [kansspel]	17%
328	Keukenhof [attractiepark]	19%	377	L'Oréal [persoonlijke verzorging]	17%
329	AVRO [omroep]	19%	378	WC-Eend [schoonmaakmiddel]	17%
330	Dubbeldrank [vruchtensap]	19%	379	Opel [auto's]	17%
331	Starbucks [koffieketen]	19%	380	T-Mobile [telecom]	17%
332	Black & Decker [gereedschap]	19%	381	7UP [frisdrank]	17%
333	Scapino [schoenenwinkel]	19%	382	Flexa [verf]	17%
334	Gardena [tuin gereedschap]	19%	383	Ariel [wasmiddel]	17%
335	Wereldwinkel [cadeauwinkel]	19%	384	Burger King [fastfood restaurant]	17%
336	Netflix [video on demand]	19%	385	Eru [smeerkaas]	17%
337	Plus [supermarkt]	19%	386	Levi's [jeans]	17%

387	Pixar [entertainment]	17%	436	BMW [auto's]	16%
388	Galaxy [mobiele telefoons]	17%	437	Jupiler [bier]	16%
389	Nokia [mobiele telefoons]	17%	438	Bros [candybar]	16%
390	Monchou [kaas]	17%	439	Samsonite [koffers]	16%
391	Naturalis [museum]	17%	440	Online [internet]	16%
392	De Betuwe [jam]	17%	441	Dixons [elektronicawinkel]	16%
393	Startpagina [zoekmachine]	17%	442	D-reizen [reisorganisatie]	16%
394	NPO Radio 2 [radiostation]	17%	443	Veronica [omroep]	16%
395	Ritter Sport [chocolade]	17%	444	Beckers [snacks]	16%
396	Histor [verf]	17%	445	Booking.com [boekingsite]	16%
397	PSV [voetbalclub]	17%	446	Page [wc-papier]	16%
398	MB [spellen]	17%	447	Mauritshuis [museum]	15%
399	Madame Tussaud [museum]	17%	448	Groenrijk [tuincentrum]	15%
400	Zalando [postorderbedrijf]	17%	449	Harley-Davidson [motorfietsen]	15%
401	Brand [bier]	17%	450	PVV [politieke partij]	15%
402	Fruittella [snoep]	17%	451	Nespresso [koffie]	15%
403	Subway [restaurant]	17%	452	WE [kleding]	15%
404	John West [visconserven]	17%	453	Acer [computers]	15%
405	Wieckse [bier]	17%	454	Croma [boter]	15%
406	NCRV [omroep]	16%	455	Douglas [parfumerie]	15%
407	Nescafé [oploskoffie]	16%	456	Curver [huishoudelijke artikelen]	15%
408	Pritt [lijm]	16%	457	Sparta [fietsen]	15%
409	C1000 [supermarkt]	16%	458	Glassex [schoonmaakmiddel]	15%
410	Ebay [internetveiling]	16%	459	Strepsils [keeltabletten]	15%
411	Werther's Original [snoep]	16%	460	Danone [zuivel]	15%
412	Porsche [auto's]	16%	461	VakantieVeilingen.nl [online reisaanbieder]	15%
413	LinkedIn [sociaal netwerk]	16%	462	Coolblue [webwinkel]	15%
414	Almhof [zuivel]	16%	463	Sanex [persoonlijke verzorging]	15%
415	Dettol [desinfecterend middel]	16%	464	Beeld en Geluid [museum]	15%
416	VSM [geneesmiddelen]	16%	465	Beslist [vergelijkingswebsite]	15%
417	Fisher-Price [speelgoed]	16%	466	Febo [snackbar]	15%
418	King [snoep]	16%	467	Toyota [auto's]	15%
419	Bolsius [kaarsen]	16%	468	Van Bommel [schoenen]	15%
420	Kneipp [persoonlijke verzorging]	16%	469	RTL 8 [tv zender]	15%
421	Ferrari [auto's]	16%	470	Bovag [bond van garagehouders]	15%
422	Nintendo [elektronisch speelgoed]	16%	471	ZOOVER [online vakantiebeoordelingen]	15%
423	Rivella [frisdrank]	16%	472	GroenLinks [politieke partij]	15%
424	Pepsi-Cola [frisdrank]	16%	473	Voice of Holland [tv programma]	15%
425	KRO [omroep]	16%	474	Walibi Holland [attractiepark]	15%
426	Libelle [tijdschrift]	16%	475	Tango [tankstation]	15%
427	CêlaVita [aardappelproducten]	16%	476	Duvel [bier]	15%
428	Duinrell [pretpark]	16%	477	AKO [boekwinkel]	15%
429	Hornbach [bouwmarkt]	16%	478	SP [politieke partij]	15%
430	Groninger museum [museum]	16%	479	Van Gilse [suiker]	15%
431	Tic Tac [snoep]	16%	480	Bonbonbloc [chocolade]	15%
432	NEMO [museum]	16%	481	Renault [auto's]	15%
433	Visa [credit card]	16%	482	Maizena [bindmiddel]	15%
434	Braun [huishoudelijke apparatuur]	16%	483	Independer.nl [vergelijkings site verzekeringen]	15%
435	Frische Vlag [koffiemelk]	16%			

484	Hermitage Amsterdam [museum]	15%	532	After Eight [chocolade]	14%
485	Livera [lingerie]	15%	533	Kärcher [gereedschap]	14%
486	Fa [persoonlijke verzorging]	14%	534	Natuurwinkel [drogist]	14%
487	Rexona [deodorant]	14%	535	Ajax [schoonmaakmiddel]	14%
488	All you need is love [tv programma]	14%	536	Heksn'kaas [smeerkaas]	14%
489	Axa [sloten]	14%	537	Groupon [kortingsite]	14%
490	Smarties [snoep]	14%	538	Essent [energie]	14%
491	Max Havelaar [voedselkeurmerk]	14%	539	Kampioen [tijdschrift]	14%
492	Ambi Pur [luchtverfrisser]	14%	540	Sun [vaatwasmiddel]	14%
493	D66 [politieke partij]	14%	541	Van Nelle [koffie]	14%
494	ABP [pensioenfonds]	14%	542	PvdA [politieke partij]	14%
495	Wagner [pizza's]	14%	543	Risk [bordspel]	14%
496	Vero Moda [kleding]	14%	544	Ouwehand [visproducten]	14%
497	Bavaria [bier]	14%	545	Stanley [gereedschap]	14%
498	Intel [computerprocessoren]	14%	546	Oreo [koek]	14%
499	Gemeentemuseum Den Haag [museum]	14%	547	Crystal Clear [bronwater]	13%
500	iTunes [online muziekwinkel]	14%	548	Palmolive [persoonlijke verzorging]	13%
501	Quest [tijdschrift]	14%	549	Jägermeister [kruidenbitter]	13%
502	Fisherman's Friend [snoep]	14%	550	Kinder [chocolade]	13%
503	Go-tan [voedselproducten]	14%	551	100% NL [radiostation]	13%
504	Hoegaarden [bier]	14%	552	NRC Handelsblad [krant]	13%
505	Wii [elektronisch speelgoed]	14%	553	Tweakers [vergelijkingswebsite]	13%
506	Ford [auto's]	14%	554	Triviant [bordspel]	13%
507	Attractiepark Slagharen [pretpark]	14%	555	Hans Anders [opticien]	13%
508	Ray-Ban [zonnebrillen]	14%	556	Dell [computers]	13%
509	Tomado [huishoudelijke artikelen]	14%	557	Kolonisten van Catan [bordspel]	13%
510	Birkenstock [schoenen]	14%	558	Body Shop [drogist]	13%
511	Sikkens [verf]	14%	559	Ryan Air [luchtvaartmaatschappij]	13%
512	Snelle Jelle [ontbijtkoek]	14%	560	Bacardi [rum]	13%
513	Leonidas [bonbons]	14%	561	Boijmans van Beuningen [museum]	13%
514	Peugeot [auto's]	14%	562	Chokotoff [snoep]	13%
515	North Sea Jazz [muziekevenement]	14%	563	Cif [schoonmaakmiddel]	13%
516	Playstation [elektronisch speelgoed]	14%	564	Royal Club [frisdrank]	13%
517	M&S Mode [kleding]	14%	565	Oxfam Novib [ontwikkelingssamenwerking]	13%
518	Kunsthall [museum]	14%	566	Euromerk [huismerk]	13%
519	Formido [bouwmarkt]	14%	567	Kips [leverworst]	13%
520	ANVR [reisbureauvereniging]	14%	568	Leifheit [huishoudelijke artikelen]	13%
521	Parker [schrijfgerei]	14%	569	Rolo [snoep]	13%
522	CSI [tv programma]	14%	570	Michelin [autobanden]	13%
523	Stimorol [kauwgum]	14%	571	Bar le Duc [bronwater]	13%
524	Pearle [opticien]	14%	572	Bose [audio/ video]	13%
525	Vergelijk [vergelijkingswebsite]	14%	573	Carglass [autosneldienst]	13%
526	Milky Way [candybar]	14%	574	UPC [internet]	13%
527	Centraal Beheer [verzekeringsmaatschappij]	14%	575	La Vache qui rit [kaas]	13%
528	BiFi [worstjes]	14%	576	CZ [verzekeringsmaatschappij]	13%
529	Baileys [likeur]	14%	577	Panasonic [audio/ video]	13%
530	SNS Bank [bank]	14%	578	Ranja [frisdrank]	13%
531	Ferrero Rocher [bonbons]	14%	579	Tempo [tissues]	13%
			580	Arke [reisorganisatie]	13%

581	Bio+ [biologische producten]	13%	627	Grohe [sanitair]	12%
582	Schwarzkopf [haarverzorging]	13%	628	Zeeuws Meisje [margarine]	12%
583	Radio Veronica [radiostation]	13%	629	Pink Lady [appels]	12%
584	VVD [politieke partij]	13%	630	Max Factor [cosmetica]	12%
585	Univé [verzekeringsmaatschappij]	13%	631	Look-O-Look [snoep]	12%
586	Zilveren Kruis [verzekeringsmaatschappij]	13%	632	Lowlands [muziekevenement]	12%
587	Prisma [woordenboeken]	13%	633	Memories [tv programma]	12%
588	Otrivin [neussprays]	13%	634	Zwaluw [lucifers]	12%
589	Dille en Kamille [huishoudwinkel]	13%	635	Gulpener [bier]	12%
590	Kellogg's [cornflakes]	13%	636	Wicky [frisdrank]	12%
591	Esprit [kleding]	13%	637	Triodos bank [bank]	12%
592	8 x 4 [deodorant]	13%	638	Jack & Jones [kleding]	12%
593	Nationale-Nederlanden [verzekeringsmaatschappij]	13%	639	Alabastine [doe-het-zelf producten]	12%
594	EO [omroep]	12%	640	Libris [boekwinkel]	12%
595	Domino's [pizzaketen]	12%	641	CheapTickets [vliegticketsboekingsite]	12%
596	Parodontax [tandpasta]	12%	642	Lion [candybar]	12%
597	Fox [tv zender]	12%	643	Odorex [deodorant]	12%
598	Tommy Hilfiger [kleding]	12%	644	B&O/ Bang & Olufsen [audio/ video]	12%
599	Goede Tijden, Slechte Tijden [tv programma]	12%	645	Lotus [keukenpapier]	12%
600	Telfort [telecom]	12%	646	Tesla [auto's]	12%
601	Dubro [afwasmiddel]	12%	647	Rennie [geneesmiddel]	12%
602	De Telefoongids & Gouden Gids [telefoongids]	12%	648	Evergreen [biscuits]	12%
603	Welkoop [dier- en tuincentrum]	12%	649	Greetz [online wenskaarten versturen]	12%
604	Partij voor de Dieren [politieke partij]	12%	650	Kwik-Fit [autosneldienst]	12%
605	Perry Sport [sportwinkel]	12%	651	Koningin Juliana Toren [attractiepark]	12%
606	Makita [gereedschap]	12%	652	Villeroy & Boch [servies]	12%
607	Witte Reus [wasmiddel]	12%	653	Easy Jet [luchtvaartmaatschappij]	12%
608	Specsavers [opticien]	12%	654	Aktiesport [sportwinkel]	11%
609	Van Houten [chocolade]	12%	655	Elmex [tandpasta]	11%
610	Président [kaas]	12%	656	Citroën [auto's]	11%
611	Roompot vakanties [vakantieparken]	12%	657	Pattex [lijm]	11%
612	RTL Voetbal [tv programma]	12%	658	Auping [bedden]	11%
613	Avonturenpark Hellendoorn [pretpark]	12%	659	DéliFrance [brood]	11%
614	Luxaflex [jaloezieën]	12%	660	Norit [geneesmiddel]	11%
615	DELA [uitvaartverzekeringen]	12%	661	Pink Ribbon [charitatieve instelling]	11%
616	Fleurop [bloemenbezorging]	12%	662	Häagen-Dazs [ijs]	11%
617	ICI Paris XL [parfumerie]	12%	663	Guhl [haarverzorging]	11%
618	Capri-sun [frisdrank]	12%	664	Sprite [frisdrank]	11%
619	KFC/ Kentucky Fried Chicken [fastfood restaurant]	12%	665	Zara [kleding]	11%
620	Rolls-Royce [auto's]	12%	666	HBO [televisienetwerk]	11%
621	All Stars [schoenen]	12%	667	Simon Lévelt [thee en koffiewinkel]	11%
622	Vliegtickets.nl [vliegticketsboekingsite]	12%	668	Twitter [sociaal netwerk en microblog]	11%
623	Nuon [energie]	12%	669	Hoogvliet [supermarkt]	11%
624	Giant [fietsen]	12%	670	Elsevier [tijdschrift]	11%
625	Perla [koffie]	12%	671	Barbie [speelgoed]	11%
626	Fristi [drinkyoghurt]	12%	672	De Reünie [tv programma]	11%
			673	Halfords [auto- en fietswinkel]	11%
			674	Aquafresh [tandpasta]	11%



675	Centraal Museum Utrecht [museum]	11%	723	BNR Nieuwsradio [radiostation]	10%
676	Vredestein [autobanden]	11%	724	Whiskas [kattenvoer]	10%
677	Gouda's Glorie [margarine]	11%	725	BP [tankstation]	10%
678	Nuts [candybar]	11%	726	Velux [dakramen]	10%
679	Mojo Concerts [muziekorganisator]	11%	727	AC [restaurant]	10%
680	Simson [bandenplakmiddel]	11%	728	Esso [tankstation]	10%
681	Op=Op Voordeelschop [huishoudwinkel]	11%	729	Pauw [tv programma]	10%
682	Solero [ijs]	11%	730	Haust [toast]	10%
683	UPS [pakketdienst]	11%	731	Sorbo [schoonmaakartikelen]	10%
684	Jamie Oliver [kookartikelen]	11%	732	Bananasplit [tv programma]	10%
685	New York Pizza [pizzaketen]	11%	733	Colgate [tandpasta]	10%
686	Intersport [sportwinkel]	11%	734	Trouw [krant]	10%
687	Sandd [postbedrijf]	11%	735	Singer [naaimachines]	10%
688	Andy [schoonmaakmiddel]	11%	736	Sigma [verf]	10%
689	Pokon [plantenvoeding]	11%	737	Doelen Rotterdam [concert- en congresgebouw]	10%
690	Nesquik [oploscacao]	11%	738	Tinq [tankstation]	10%
691	Eneco [energie]	11%	739	NRC Next [krant]	10%
692	Amazon [webwinkel]	11%	740	AA-Drink [energiedrink]	10%
693	Whirlpool [huishoudelijke apparatuur]	11%	741	Geenstijl.nl [weblog]	10%
694	Sisi [frisdrank]	11%	742	999games [spellen]	10%
695	Saturn [elektronicawinkel]	11%	743	Johnnie Walker [whisky]	10%
696	Alpro [sojaproducten]	11%	744	Dyson [stofzuigers]	10%
697	Schweppes [frisdrank]	11%	745	Hartman [tuinmeubelen]	10%
698	Princess [huishoudelijke apparatuur]	11%	746	Persil [wasmiddel]	10%
699	Smint [snoep]	11%	747	Jaguar [auto's]	10%
700	Lucardi [juwelier]	11%	748	Philadelphia [zuivelspread]	10%
701	Yves Rocher [cosmetica]	11%	749	Activia [zuivel]	10%
702	Chicken Tonight [sauzen]	11%	750	McCain [frites]	10%
703	NTR [omroep]	11%	751	Calippo [ijs]	10%
704	Moulinex [huishoudelijke apparaten]	11%	752	EMTÉ [supermarkt]	10%
705	Achmea [verzekeringsmaatschappij]	11%	753	Bonnefantenmuseum Maastricht [museum]	10%
706	Sloggi [ondergoed]	11%	754	JVC [audio/ video]	10%
707	Pioneer [audio/ video]	11%	755	Lenor [wasmiddel]	10%
708	Waddenvereniging [charitatieve instelling]	11%	756	CDA [politieke partij]	10%
709	Head & Shoulders [haarverzorging]	11%	757	Wedgwood [servies]	10%
710	Pinterest [afbeeldingen app]	11%	758	Fiat [auto's]	10%
711	Dextro Energy [snoep]	11%	759	Bever Zwerfsport [sportwinkel]	10%
712	Dommelsch [bier]	11%	760	TripAdvisor [online vakantiebeoordelingen]	10%
713	Interpolis [verzekeringsmaatschappij]	11%	761	Frico [kaas]	10%
714	ArkeFly [luchtvaartmaatschappij]	10%	762	Farm frites [aardappelproducten]	10%
715	Seiko [horloges]	10%	763	Dr. Pepper [frisdrank]	10%
716	Prince [biscuits]	10%	764	G-star Raw [kleding]	10%
717	Margriet [tijdschrift]	10%	765	TV Show [tv programma]	10%
718	Candy Crush [computergame]	10%	766	MTV [tv zender]	10%
719	Sparta [voetbalclub]	10%	767	TV Kantine [tv programma]	10%
720	Mini [auto's]	10%	768	Vaillant [verwarmingssystemen]	10%
721	Beter Bed [meubelzaak]	10%	769	Instagram [fotocamera app]	10%
722	Schoenenreus [schoenenwinkel]	10%	770	Carbonell [olijfolie]	10%

771	Omo [wasmiddel]	10%	820	MSN [startpagina]	9%
772	Weber [barbecues]	9%	821	Chio [chips]	9%
773	Kras [reisorganisatie]	9%	822	Converse [sportartikelen]	9%
774	Toshiba [computers]	9%	823	AEGON [bank en verzekeringsmaatschappij]	9%
775	Corona [bier]	9%	824	W5 [vaatwasmiddel]	9%
776	Silan [wasverzachter]	9%	825	Hubo [bouwmarkt]	9%
777	Eastpak [tassen]	9%	826	Mexx [kleding]	9%
778	Fleuril [wasmiddel]	9%	827	NH-Hotels [hotels]	9%
779	Celebrations [candybars]	9%	828	Gaastra [kleding]	9%
780	Zanussi [huishoudelijke apparatuur]	9%	829	Markant [huismerk]	9%
781	Snack a Jacks [rijstwafels]	9%	830	ONLY [kleding]	9%
782	Scholiertje [koek]	9%	831	Eye Wish [opticien]	9%
783	PowNed [omroep]	9%	832	Van Lier [schoenen]	9%
784	Archeon [attractiepark]	9%	833	Linux [software]	9%
785	Bagels & Beans [koffieketen]	9%	834	LG [mobiele telefoons]	9%
786	Edet [tissueproducten]	9%	835	Felix [kattenvoer]	9%
787	Decathlon [sportwinkel]	9%	836	Bols [sterke drank]	9%
788	Olvarit [babyvoeding]	9%	837	Turbana [bananen]	9%
789	Jack Daniel's [whisky]	9%	838	DekaMarkt [supermarkt]	9%
790	Vrij Uit [reisorganisatie]	9%	839	Metabo [gereedschap]	9%
791	Perfekt [huismerk]	9%	840	Land Rover [auto's]	9%
792	Wybert [snoep]	9%	841	Mattel [speelgoedbedrijf]	9%
793	Het Parool [krant]	9%	842	Tipp-Ex [correctievloeistof]	9%
794	XS4ALL [internet]	9%	843	Aardappel Anders [sauzen]	9%
795	LINDA. [tijdschrift]	9%	844	Bona [margarine]	9%
796	ChristenUnie [politieke partij]	9%	845	Canei [wijn]	9%
797	Suzuki [auto's]	9%	846	Maltesers [chocolade]	9%
798	Raak [frisdrank]	9%	847	Royal Canin [dierenvoeding]	9%
799	Grand Marnier [likeur]	9%	848	Kodak [fotografie]	9%
800	HTC [mobiele telefoons]	9%	849	Purol [lippenbalsem]	9%
801	Ketel1 [jenever]	9%	850	Hollands Got Talent [tv programma]	9%
802	Saab [auto's]	9%	851	Tikkels [snoep]	8%
803	Harman Kardon [audio]	9%	852	Davitamon [vitaminepillen]	8%
804	Cointreau [likeur]	9%	853	Actimel [drinkyoghurt]	8%
805	Dash [wasmiddel]	9%	854	Rimmel [cosmetica]	8%
806	Sunweb vakanties [reisorganisatie]	9%	855	Hasbro [speelgoedbedrijf]	8%
807	Mitra [slijter]	9%	856	Olaz [persoonlijke verzorging]	8%
808	Mensen in nood [charitatieve instelling]	9%	857	VGZ [verzekeringsmaatschappij]	8%
809	Union [fietsen]	9%	858	Brillo [schuursponsen]	8%
810	Blistex [lippenverzorging]	9%	859	Pampers [luiers]	8%
811	Bisolvon [hoestdrank]	9%	860	Prénatal [babywinkel]	8%
812	Deen [supermarkt]	9%	861	Zippo [aanstekers]	8%
813	Atag [huishoudelijke apparatuur]	9%	862	Lotus [koek]	8%
814	Xbox [elektronisch speelgoed]	9%	863	Swatch [horloges]	8%
815	Swiffer [schoonmaakartikelen]	9%	864	Expert [elektronicawinkel]	8%
816	FC Twente [voetbalclub]	9%	865	Garnier [persoonlijke verzorging]	8%
817	Airwick [luchtverfrisser]	9%	866	Neutral [wasmiddel]	8%
818	Gore-Tex [sportkleding]	9%	867	Compeed [blaarpleisters]	8%
819	Kanis & Gunnink [koffie]	9%	868	Spyker [auto's]	8%



869	Sony Mobile [mobiele telefoons]	8%	918	Asics [sportartikelen]	8%
870	FBTO [verzekeringsmaatschappij]	8%	919	Hugo Boss [kleding]	8%
871	Dinky Toys [speelgoedauto's]	8%	920	WSPA/ World Society for the Protection of Animals [charitatieve instelling]	8%
872	Wella [persoonlijke verzorging]	8%	921	Bentley [auto's]	8%
873	AZ [voetbalclub]	8%	922	Olympus [camera's]	8%
874	Coop [supermarkt]	8%	923	Therme [persoonlijke verzorging]	8%
875	Sola [bestek]	8%	924	Timberland [schoenen]	8%
876	Vick's [mentholzalf]	8%	925	Chupa Chups [snoep]	8%
877	Zendium [tandpasta]	8%	926	Kia [auto's]	8%
878	Maserati [auto's]	8%	927	Trendhopper [meubelzaak]	8%
879	Grand Theft Auto [computergame]	8%	928	Yakult [zuivel]	8%
880	Azaron [muggenzalf]	8%	929	Chaudfontaine [bronwater]	8%
881	Ducati [motorfietsen]	8%	930	Penotti [chocopasta]	8%
882	Swarovski [sieraden]	8%	931	Honda [auto's]	8%
883	Holland Casino [casino]	8%	932	Alfa Romeo [auto's]	8%
884	Simyo [telecom]	8%	933	Mazda [auto's]	8%
885	Struik [voedselproducten]	8%	934	Marlboro [sigaretten]	7%
886	Tia Maria [likeur]	8%	935	Zwarte kip [advocaat]	7%
887	Medion [computers]	8%	936	Jack Klijn [noten]	7%
888	Handyman [huishoudwinkel]	8%	937	Brise [luchtverfrisser]	7%
889	Vifit [zuivel]	8%	938	Elvive [haarverzorging]	7%
890	Taksi [frisdrank]	8%	939	Call of Duty [computergame]	7%
891	Cluedo [bordspel]	8%	940	TUI [reisorganisatie]	7%
892	Toys XL [speelgoedwinkel]	8%	941	Cordaid [hulporganisatie]	7%
893	DDDDD [theedoeken]	8%	942	Packard Bell [computers]	7%
894	Nissan [auto's]	8%	943	Zapp [omroep]	7%
895	Lingo [tv programma]	8%	944	Inproba [voedselproducten]	7%
896	Krasloten [kansspel]	8%	945	terStal [kleding]	7%
897	Jillz [cider]	8%	946	Blooker [cacao]	7%
898	Puma [sportartikelen]	8%	947	Cool Cat [kleding]	7%
899	Langnese [honing]	8%	948	Bonne Maman [jam]	7%
900	Diesel [kleding]	8%	949	Beelden aan Zee [museum]	7%
901	Biodermal [cosmetica]	8%	950	Kipling [tassen]	7%
902	Krups [huishoudelijke apparatuur]	8%	951	Unicura [huidverzorging]	7%
903	Tabasco [pepersauzen]	8%	952	Lancôme [cosmetica]	7%
904	Tele 2 [telecom]	8%	953	Epson [printers]	7%
905	3M [doe-het-zelf producten]	8%	954	Oil & Vinegar [huishoudwinkel]	7%
906	Swirl's [ijs]	8%	955	Neckerman [postorderbedrijf]	7%
907	Toverland [attractiepark]	8%	956	Dolcis [schoenen]	7%
908	Illy [koffie]	8%	957	Buisman [koffie]	7%
909	Arla [zuivel]	8%	958	Actiecode.nl [kortingssite]	7%
910	Bauknecht [witgoed]	8%	959	Gulden Krakeling [koek]	7%
911	Quaker [granenontbijt]	8%	960	Le Coq Sportif [sportkleding]	7%
912	Del Monte [conserven]	8%	961	Neckermann [reisorganisatie]	7%
913	Biogarde [zuivel]	8%	962	Valess [vleesvervanger]	7%
914	Total [tankstation]	8%	963	Zenner [haaraccessoires]	7%
915	Manfield [schoenen]	8%	964	Calvin Klein [kleding]	7%
916	Gero [bestek]	8%	965	Voetbal International [tijdschrift]	7%
917	Malibu [rum]	8%	966	Ralph Lauren [kleding]	7%

967	Solex [bromfietsen]	7%	1016	Rolex [horloges]	7%
968	Continental [autobanden]	7%	1017	American Express [credit card]	7%
969	Hooghoudt [jenever]	7%	1018	Geox [schoenen]	7%
970	Sonnema [kruidenbitter]	7%	1019	Nutrilon [babyvoeding]	7%
971	Škoda [auto's]	7%	1020	4711 [eau de cologne]	7%
972	Evoluon [museum]	7%	1021	John Frieda [persoonlijke verzorging]	7%
973	Fox Sports [tv programma]	7%	1022	FedEx [pakketdienst]	7%
974	Jordan [tandenborstels]	7%	1023	Gliss Kur [haarverzorging]	7%
975	Demak'up [wattenschijfjes]	7%	1024	Reebok [sportartikelen]	6%
976	Evian [bronwater]	7%	1025	Orangina [frisdrank]	6%
977	Wilkinson [scheerartikelen]	7%	1026	Fifa (EA Games) [computergame]	6%
978	Bokma [jenever]	7%	1027	Babybel [kaas]	6%
979	Red Bull [frisdrank]	7%	1028	Hyundai [auto's]	6%
980	Seat [auto's]	7%	1029	Kwalitaria [fastfood restaurant]	6%
981	Autan [muggenzalf]	7%	1030	Lenovo [computers]	6%
982	Puch [bromfietsen]	7%	1031	Koga Miyata [fietsen]	6%
983	Vespa [scooters]	7%	1032	Twinings [thee]	6%
984	DiSaronno Amaretto [likeur]	7%	1033	Osram [gloeilampen]	6%
985	Casio [horloges]	7%	1034	Pedigree [hondenvoer]	6%
986	Maybelline [cosmetica]	7%	1035	Donkervoort [auto's]	6%
987	Indesit [witgoed]	7%	1036	Clarks [schoenen]	6%
988	Kühne [tafelzuren]	7%	1037	Zovirax [koortslipcreme]	6%
989	Corendon [luchtvaartmaatschappij]	7%	1038	Dirck III [slijter]	6%
990	Tesa [tape]	7%	1039	Balisto [candybar]	6%
991	Finish [vaatwasmachine producten]	7%	1040	Dagravit [vitaminepillen]	6%
992	Dolce Gusto [koffiesysteem]	7%	1041	Lips [beveiliging]	6%
993	Fyffes [bananen]	7%	1042	Mon Chéri [bonbons]	6%
994	Klaverblad [verzekeringsmaatschappij]	7%	1043	Lee [jeans]	6%
995	Alfa [bier]	7%	1044	Australian Homemade [ijs- en bonbonwinkel]	6%
996	HP De Tijd [tijdschrift]	7%	1045	Pieces [kledingaccessoires]	6%
997	Listerine [mondverzorging]	7%	1046	Hilton [hotels]	6%
998	Aleve [pijnstillers]	7%	1047	Vichy [huidverzorging]	6%
999	Venus [scheerartikelen]	7%	1048	Albelli [online fotoboek maken]	6%
1000	Monuta [uitvaartverzekeringen]	7%	1049	Riverdale [woonartikelen]	6%
1001	Pirelli [autobanden]	7%	1050	Ricola [snoep]	6%
1002	Baronie [chocolade]	7%	1051	The North Face [sportartikelen]	6%
1003	Bambix [babyvoeding]	7%	1052	Yahoo [zoekmachine]	6%
1004	Mango [kleding]	7%	1053	Christine Le Duc [postorderbedrijf]	6%
1005	SGP [politieke partij]	7%	1054	Liliane Fonds [charitatieve instelling]	6%
1006	Polaroid [camera's]	7%	1055	Harens Smid [elektronicawinkel]	6%
1007	Tempur [matrassen]	7%	1056	Riviera Maison [woonartikelen]	6%
1008	OHRA [verzekeringsmaatschappij]	7%	1057	Hollandsnieuwe [telecom]	6%
1009	Lindeman's [wijn]	7%	1058	BLOND [servies]	6%
1010	Menzis [verzekeringsmaatschappij]	7%	1059	Lexus [auto's]	6%
1011	Beter Horen [hoorwinkel]	7%	1060	Lavazza [koffie]	6%
1012	Uncle Ben's [rijst]	7%	1061	Sapph [lingerie]	6%
1013	Skil [gereedschap]	7%	1062	Drum [shag]	6%
1014	Panadol [pijnstillers]	7%	1063	Yamaha [motorfietsen]	6%
1015	Natrena [zoetstof]	7%	1064	Biotherm [huidverzorging]	6%

1065	Quality Street [snoep]	6%	1114	Dole [conserven]	5%
1066	LOI [onderwijsorganisatie]	6%	1115	Cadillac [auto's]	5%
1067	Freedent [kauwgum]	6%	1116	Hasselblad [camera's]	5%
1068	Spitsnieuws.nl [nieuwssite]	6%	1117	Ado Den Haag [voetbalclub]	5%
1069	Dr. Van der Hoog [huidverzorging]	6%	1118	Q8 [tankstation]	5%
1070	Mitsubishi [auto's]	6%	1119	Crocs [schoenen]	5%
1071	Quorn [vleesvervanger]	6%	1120	Van Gils [kleding]	5%
1072	Martini [vermouth]	6%	1121	JBL [audio]	5%
1073	Vomar [supermarkt]	6%	1122	Excelsior [voetbalclub]	5%
1074	Flitsmeister [flits app]	6%	1123	P&G [producent consumentenartikelen]	5%
1075	Blaupunkt [audio]	6%	1124	Voltaren [pijnstillert]	5%
1076	Flying Tiger [huishoudwinkel]	6%	1125	3-Es [frisdrank]	5%
1077	Sourcy [mineraalwater]	6%	1126	O'Neill [sportartikelen]	5%
1078	AFAS Circustheater [theater]	6%	1127	Xylifresh [kauwgum]	5%
1079	Grundig [audio]	6%	1128	Cetabever [verf]	5%
1080	Princes [visconserven]	6%	1129	Schoonenberg [hoorwinkel]	5%
1081	Electrolux [huishoudelijke apparatuur]	6%	1130	Taft [haarverzorging]	5%
1082	Lotto [kansspel]	6%	1131	Breezer [mixdrank]	5%
1083	Drouwenerzand [attractiepark]	6%	1132	Harpic [schoonmaakmiddel]	5%
1084	Djoser [reisorganisatie]	6%	1133	Mr Muscle [schoonmaakartikelen]	5%
1085	Pizza Hut [pizzaketten]	6%	1134	Marlies Dekkers [lingerie]	5%
1086	MyCom [elektronicawinkel]	6%	1135	Alessi [huishoudelijke artikelen]	5%
1087	Van Nelle [shag]	6%	1136	Vogue [deodorant]	5%
1088	De Fietsfabriek [fietsen]	6%	1137	Holiday Inn [hotels]	5%
1089	Route Mobiel [pechhulp]	6%	1138	Quooker [keukenkranen]	5%
1090	Texaco [tankstation]	6%	1139	Cacharel [geurlijn]	5%
1091	Kawasaki [motorfietsen]	6%	1140	NTI [onderwijsorganisatie]	5%
1092	Leica [camera's]	6%	1141	FD/ Het Financieele Dagblad [krant]	5%
1093	Natterman [hoestdrank]	6%	1142	Zeiss [brillenglazen]	5%
1094	Yogho! Yogho! [drinkyoghurt]	6%	1143	Badedas [huidverzorging]	5%
1095	Foot Locker [sportwinkel]	6%	1144	Dr. Martens [schoenen]	5%
1096	Hi [telecom]	6%	1145	Oranjeboom [bier]	5%
1097	IKON [omroep]	6%	1146	Privé [tijdschrift]	5%
1098	Pabo [postorderbedrijf]	6%	1147	Koni [schokdempers]	5%
1099	Wrangler [jeans]	6%	1148	De Jong Intra [reisorganisatie]	5%
1100	Vitesse [voetbalclub]	6%	1149	Succes [agenda's]	5%
1101	Herbal Essences [haarverzorging]	6%	1150	L'Or Espresso [koffie]	5%
1102	Nestea [ijsthee]	6%	1151	SoundCloud [audio platform]	5%
1103	Story [tijdschrift]	6%	1152	Herome [hand & nagelverzorging]	5%
1104	Chevrolet [auto's]	6%	1153	Tenson [kleding]	5%
1105	Boretti [kookartikelen]	6%	1154	Robeco [beleggingen]	5%
1106	Björn Borg [ondergoed]	6%	1155	Sonos [audio]	5%
1107	Aquarius [energiedrink]	5%	1156	Zinzi [sieraden]	5%
1108	Phone House [telecom]	5%	1157	Vtech [elektronisch speelgoed]	5%
1109	Completa [melkpoeder]	5%	1158	Schiesser [ondergoed]	5%
1110	Elastoplast [pleisters]	5%	1159	Valdispert [medicijn]	5%
1111	Linera [broodbeleg]	5%	1160	Vacansoleil [reisorganisatie]	5%
1112	Film1 [televisienetwerk]	5%	1161	Dirx Drogist [drogist]	5%
1113	Purina ONE [kattenvoer]	5%	1162	Multimate [bouwmarkt]	5%

1163	DeLonghi [huishoudelijke apparatuur]	5%	1212	Mr. Proper [schoonmaakmiddel]	5%
1164	ASR [verzekeringsmaatschappij]	5%	1213	Liebherr [witgoed]	5%
1165	Socutera [omroep]	5%	1214	Pisang Ambon [likeur]	5%
1166	Sperti [aambeienzalf]	5%	1215	Extran [energiedrink]	5%
1167	Christian Dior [cosmetica]	5%	1216	Clinique [huidverzorging]	5%
1168	Replay [kleding]	5%	1217	Miljoenenspel [kansspel]	5%
1169	OModa [kleding]	5%	1218	Estée Lauder [cosmetica]	5%
1170	Spar [supermarkt]	5%	1219	Natusan [babyverzorging]	5%
1171	PiP Studio [woonartikelen]	5%	1220	Massive [lampen]	5%
1172	Smirnoff [wodka]	5%	1221	Euroma [specerijen]	4%
1173	Stella Artois [bier]	5%	1222	Prisma [horloges]	4%
1174	Roda JC [voetbalclub]	5%	1223	Electro World [elektronicawinkel]	4%
1175	Turtle Wax [autowas]	5%	1224	Siebel [juwelier]	4%
1176	Parkmobile [parkeerdienst]	5%	1225	Cartier [horloges]	4%
1177	Uggs [schoenen]	5%	1226	REAAL [verzekeringsmaatschappij]	4%
1178	Steps [kleding]	5%	1227	Castelijn & Beerens [lederwaren]	4%
1179	GoedeMorgen! [ontbijtproduct]	5%	1228	Hot Wheels [speelgoed]	4%
1180	Dunlop [autobanden]	5%	1229	Fossil [horloges]	4%
1181	Bijou-Brigitte [sieradenwinkel]	5%	1230	Marqt [supermarkt]	4%
1182	Sphinx [sanitair]	5%	1231	AGU [fietstoebehoren]	4%
1183	ebooking [boekingsite]	5%	1232	Fujifilm [fotografie]	4%
1184	Akai [audio]	5%	1233	Sensation [muziekevenement]	4%
1185	Canderel [zoetstof]	5%	1234	Anderzorg [verzekeringsmaatschappij]	4%
1186	Raleigh [fietsen]	5%	1235	Pulsar [horloges]	4%
1187	Plieger [sanitair]	5%	1236	Speedo [sportkleding]	4%
1188	Pall Mall [sigaretten]	5%	1237	Otto [postorderbedrijf]	4%
1189	Tantum [spiercreme]	5%	1238	Aspro [pijnstillers]	4%
1190	Johnson & Johnson [persoonlijke verzorging]	5%	1239	Minute Maid [frisdrank]	4%
1191	De Sims [computergame]	5%	1240	Inventum [huishoudelijke apparatuur]	4%
1192	Popla [wc-papier]	5%	1241	WNL [omroep]	4%
1193	Brasso [koperpoets]	5%	1242	Gucci [kleding]	4%
1194	ID&T [dance event]	5%	1243	America Today [kleding]	4%
1195	Invito [schoenen]	5%	1244	Slazenger [sportartikelen]	4%
1196	Junior [haarverzorging]	5%	1245	Knauf [doe-het-zelf producten]	4%
1197	Hoppe [jenever]	5%	1246	Sissy-Boy [woonartikelen]	4%
1198	Expedia.nl [reissite]	5%	1247	ebookers [boekingsite]	4%
1199	Yellowbrick [parkeerdienst]	5%	1248	Didi [kleding]	4%
1200	Budweiser [bier]	5%	1249	Ben [telecom]	4%
1201	Tarvo [brood]	5%	1250	Zwilling J.A. Henckels [messen]	4%
1202	Lief! [persoonlijke verzorging]	5%	1251	Jardin [tuinmeubelen]	4%
1203	Sunil [wasmiddel]	5%	1252	Leitz [kantoorartikelen]	4%
1204	River [frisdrank]	5%	1253	Perrier [mineraalwater]	4%
1205	Fixet [bouwmarkt]	5%	1254	Snapchat [foto app]	4%
1206	Lundia [meubelzaak]	5%	1255	Triumph [ondergoed]	4%
1207	Moleskine [agenda's]	5%	1256	Falke [sportkleding]	4%
1208	Atrix [handcrème]	5%	1257	Yofresh [dressings]	4%
1209	Memisa [hulporganisatie]	5%	1258	Kiwi [schoensmeer]	4%
1210	Stroh rum [sterke drank]	5%	1259	Fernandes [frisdrank]	4%
1211	Chanel [kleding]	5%	1260	Dixan [wasmiddel]	4%

1261	Hertz [autoverhuur]	4%	1309	Piet Klerkx [meubelzaak]	4%
1262	Thomas Cook [reisorganisatie]	4%	1310	Oilily [kleding]	4%
1263	Kelkoo [vergelijkingswebsite]	4%	1311	Piaggio [scooters]	4%
1264	Syoss [haarverzorging]	4%	1312	Zwitserleven [verzekeringsmaatschappij]	4%
1265	SPORT 2000 [sportwinkel]	4%	1313	Perfax [lijm]	4%
1266	Bridgestone [autobanden]	4%	1314	Fatboy [zitzak]	4%
1267	ND/ Nederlands Dagblad [krant]	4%	1315	Cars [jeans]	4%
1268	Omega [horloges]	4%	1316	Umbro [sportkleding]	4%
1269	Wolf Garten [tuingereedschap]	4%	1317	Tomos [bromfietsen]	4%
1270	Lancia [auto's]	4%	1318	Friki [kip]	4%
1271	Peek & Cloppenburg [kleding]	4%	1319	DS [elektronisch speelgoed]	4%
1272	Dance Valley [muziekenvenement]	4%	1320	Läkerol [snoep]	4%
1273	Verhage [fastfood restaurant]	4%	1321	Guess [jeans]	4%
1274	Palthe [stomerijketen]	4%	1322	Cl [boekenclub]	4%
1275	Tix.nl [vliegticketsboekingsite]	4%	1323	Exact [software]	4%
1276	Greenwheels [autoverhuur]	4%	1324	Van de Vergulde Hand [scheerartikelen]	4%
1277	Joseph Guy [sterke drank]	4%	1325	Kapitein Koek [ontbijtkoek]	4%
1278	Delta Lloyd [verzekeringsmaatschappij]	4%	1326	K-Swiss [schoenen]	4%
1279	Plenty [schoonmaakartikelen]	4%	1327	Bosch Tassimo [koffiesysteem]	4%
1280	Pernod [anijslikeur]	4%	1328	Uhu [lijm]	3%
1281	Peter Langhout [reisorganisatie]	4%	1329	Chrysler [auto's]	3%
1282	Guylian [chocolade]	4%	1330	Leolux [meubelen]	3%
1283	Bata [schoenen]	4%	1331	Rucanor [sportartikelen]	3%
1284	Marantz [audio/ video]	4%	1332	Arrow [kleding]	3%
1285	Lacoste [kleding]	4%	1333	Flickr [foto website]	3%
1286	Pantene [haarverzorging]	4%	1334	Blackberry [mobiele telefoons]	3%
1287	Belvita Breakfast [biscuits]	4%	1335	Vittel [mineraalwater]	3%
1288	Plutosport [sportwinkel]	4%	1336	Innocent [smoothies]	3%
1289	Loewe [audio/ video]	4%	1337	Dacia [auto's]	3%
1290	Bankgiroloterij [kansspel]	4%	1338	Benetton [kleding]	3%
1291	Clearasil [huidverzorging]	4%	1339	InShared [verzekeringsmaatschappij]	3%
1292	Hästens [bedden]	4%	1340	Tristar [keukenartikelen]	3%
1293	Energie:direct [energie]	4%	1341	Choq [chocolademelk]	3%
1294	De Hypotheker [hypotheekbank]	4%	1342	Boldoot [eau de toilette]	3%
1295	Henkel [producent consumentenartikelen]	4%	1343	Supradyn [vitaminepillen]	3%
1296	Suit Supply [herenkostuums]	4%	1344	Uber [taxidienst]	3%
1297	Viktor & Rolf [kleding]	4%	1345	Fructis [haarverzorging]	3%
1298	Hello Kitty [speelgoed]	4%	1346	Gourmet [kattenvoer]	3%
1299	Airbnb [boekingsite]	4%	1347	Fujitsu-Siemens [computers]	3%
1300	Lindeboom [bier]	4%	1348	Lux [huidverzorging]	3%
1301	State of Art [kleding]	4%	1349	Swiss Sense [bedden]	3%
1302	Vileda [schoonmaakartikelen]	4%	1350	Marc O'Polo [kleding]	3%
1303	SIX [sieradenwinkel]	4%	1351	Pledge [meubelwas]	3%
1304	TDK [audio]	4%	1352	Vacu Vin [huishoudelijke artikelen]	3%
1305	Camel [sigaretten]	4%	1353	Diadermine [persoonlijke verzorging]	3%
1306	Bourjois [persoonlijke verzorging]	4%	1354	Viagra [medicijn]	3%
1307	Fila [sportartikelen]	4%	1355	Pleegzuster Bloedwijn [wijn]	3%
1308	Rio Mare [visconserven]	4%	1356	Toto [kansspel]	3%



1357	Finimal [pijnstillers]	3%	1405	Dolce & Gabbana [kleding]	3%
1358	Tana [schoensmeer]	3%	1406	Valvoline [motorolie]	3%
1359	Dockers [kleding]	3%	1407	L&M [sigaretten]	3%
1360	Plan [charitatieve instelling]	3%	1408	Relatieplanet [datingsite]	3%
1361	BelCompany [telecom]	3%	1409	Bional [geneesmiddelen]	3%
1362	Mont Blanc [schrijfgerei]	3%	1410	De Amersfoortse [verzekeringsmaatschappij]	3%
1363	Eijffinger [behang]	3%	1411	Forbo [vloeren]	3%
1364	Glycerona [hand & nagelverzorging]	3%	1412	Electrabel [energie]	3%
1365	Speelstad Oranje [attractiepark]	3%	1413	Burberry [kleding]	3%
1366	Armani [kleding]	3%	1414	Agis [verzekeringsmaatschappij]	3%
1367	Monster [frisdrank]	3%	1415	Knab [bank]	3%
1368	Tussistin [hoestdrank]	3%	1416	Rowenta [huishoudelijke apparatuur]	3%
1369	Gatorade [energiedrink]	3%	1417	Obvion [hypotheek]	3%
1370	Allsecor [autoverzekeringen]	3%	1418	Park-line [parkeerdienst]	3%
1371	Campari [sterke drank]	3%	1419	Strongbow Gold [cider]	3%
1372	C��r��al [reformproducten]	3%	1420	Royal Bank of Scotland (RBS) [bank]	3%
1373	Sanicur [persoonlijke verzorging]	3%	1421	Twenga [vergelijkingswebsite]	3%
1374	Flügel [sterke drank]	3%	1422	Bvlgary [sieraden]	3%
1375	Daihatsu [auto's]	3%	1423	NCOI [onderwijsorganisatie]	3%
1376	Delta [energie]	3%	1424	Elefanten [kinderschoenen]	3%
1377	Freixenet [wijn]	3%	1425	Weightcare [maaltijdvervanger]	3%
1378	Bonzo [hondenvoer]	3%	1426	Revlon [cosmetica]	3%
1379	Black & White [whisky]	3%	1427	Pour Vous [parfumerie]	3%
1380	Gant [kleding]	3%	1428	Cinderella [textiel]	2%
1381	Prada [kleding]	3%	1429	De Europeesche [verzekeringsmaatschappij]	2%
1382	Louis Vuitton [tassen]	3%	1430	Koning Aap [reisorganisatie]	2%
1383	Ditzo [verzekeringsmaatschappij]	3%	1431	E.on [energie]	2%
1384	Soehnle [weegschalen]	3%	1432	Grozzette [strooikaas]	2%
1385	Yves Saint Laurent [kleding]	3%	1433	Martell [cognac]	2%
1386	Dato [wasmiddel]	3%	1434	InWear [kleding]	2%
1387	Sealskin [sanitair]	3%	1435	Gap [kleding]	2%
1388	DKNY [kleding]	3%	1436	Exota [frisdrank]	2%
1389	MoneYou [hypotheek]	3%	1437	World of Warcraft [computergame]	2%
1390	Plopsa indoor Coevorden [attractiepark]	3%	1438	Lancaster [cosmetica]	2%
1391	WMF [bestek]	3%	1439	Henzo [fotoalbums]	2%
1392	Avéro [verzekeringsmaatschappij]	3%	1440	L��tta [margarine]	2%
1393	Lebara [telecom]	3%	1441	Valma [autowas]	2%
1394	NLE/ Nederlandse Energie Maatschappij [energie]	3%	1442	Lamisil [voetschimmelcreme]	2%
1395	Gsus [kleding]	3%	1443	Fixodent [mondverzorging]	2%
1396	Binck [beleggingen]	3%	1444	Mountain Dew [frisdrank]	2%
1397	RWE [energie]	3%	1445	Kent [sigaretten]	2%
1398	Smart [auto's]	3%	1446	Meerkat [livestream app]	2%
1399	Tiger [sanitair]	3%	1447	Maxell [audio]	2%
1400	SNP [reisorganisatie]	3%	1448	Quick [sportartikelen]	2%
1401	Megapool [elektronicawinkel]	3%	1449	Quick Step [vloeren]	2%
1402	Keltum [bestek]	3%	1450	NHA [onderwijsorganisatie]	2%
1403	Aprilia [scooters]	3%	1451	Modifast [maaltijdvervanger]	2%
1404	Abercrombie & Fitch [kleding]	3%	1452	Bastion Hotels [hotels]	2%

1453	SRC [reisorganisatie]	2%	1473	Fenistil [koortslipcreme]	2%
1454	Heuga [tapijt]	2%	1474	Velours Noir [koffie]	2%
1455	Oxxio [energie]	2%	1475	Markus [koffie]	2%
1456	Stressless [banken]	2%	1476	Itho Daalderop [huishoudelijke apparatuur]	2%
1457	Alex [beleggingen]	2%	1477	Huggies [luiers]	2%
1458	Seats and Sofa's [meubelzaak]	2%	1478	Tjolk [zuiveldrank]	2%
1459	Versace [kleding]	2%	1479	Wrigley's [kauwgum]	1%
1460	Van Lanschot [bank]	2%	1480	Bellarom [koffie]	1%
1461	Avis [autoverhuur]	2%	1481	The Society Shop [kleding]	1%
1462	RoC [cosmetica]	2%	1482	Lexa [datingsite]	1%
1463	Sawadee [reisorganisatie]	2%	1483	Atomic [sportartikelen]	1%
1464	Bentasil [keeltabletten]	2%	1484	Monroe [schokdempers]	1%
1465	Formule W [geneesmiddel]	2%	1485	Kronan [fietsen]	1%
1466	Mekkafood [halal producten]	2%	1486	Qurrent [energie]	1%
1467	Brand New Day [pensioenfondsen]	2%	1487	Nicotinell [medicijn]	1%
1468	Weight Watchers [maaltijdvervanger]	2%	1488	Parship [datingsite]	1%
1469	Absolut [wodka]	2%	1489	Eastborn [bedden]	1%
1470	Jiba [reisorganisatie]	2%	1490	Swarm [locatie app]	1%
1471	Brisk [ijsthee]	2%			
1472	Scheidegger [onderwijsorganisatie]	2%			

EURIB/ European Institute for Brand management is een onafhankelijk kennisinstituut op het gebied van brand, design & reputation management. EURIB richt zich in deze drie vakgebieden op onderwijs, onderzoek en advies. Op onderwijsgebied biedt EURIB een masterprogramma aan met drie specialisaties:

- Brand Management (MBM)
- Design Management (MDM)
- Reputation Management (MRM)

Tevens verzorgt EURIB korte opleidingen (onder andere over internal branding en reputatiemanagement) en in-company courses. Daarnaast helpt EURIB managers complexe merkvragestukken op te lossen met behulp van onderzoek en wetenschappelijke kennis.

EURIB B.V.

Postbus 4407

NL-3006 AK Rotterdam



*Goed op de hoogte blijven?*

- Aanmelden gratis [EURIB Nieuwsbrief](#)
- Volg state-of-the-art EURIB [opleiding](#)