

Merkbedrijven raken in een glijvlucht

Richard Smit
Amsterdam

De haperende economie heeft een gat van \$67 mrd geslagen in de marktwaarde van de honderd duurste merken in de wereld. De honderd meest waardevolle merkbedrijven zijn tussen januari en september nog meer in waarde gezakt: 13,3%, oftewel een terugval van \$ 1600 mrd.

Eén van de grootste verliezers is het merk Citi. Dat is \$ 24 mrd (14%) goedkoper geworden, blijkt uit berekeningen van Brand Finance, een internationale specialist in merkwaardering. Deze heeft de waardering van december gecorrigeerd voor de invloed van de kredietcrisis, oplopende werkloosheid en grondstofprijzen en dalende aandelenkoersen.

Duidelijke uitzonderingen zijn de merken in de olie- en gasmarkt. Het merk Exxon Mobil werd 19,4%

meer waard, BP 18,3%, Chevron 17,9% en Shell 12,8%. De enige andere sector die in de lift zit, is de gezondheidsmarkt. Johnson & Johnson is daarbij de meest positieve uitschieter.

Het is goed merkbaar dat consumenten beter op de portemonnee letten, zegt ceo David Haigh. Ze kiezen voor goedkopere alternatieven. Wal-Mart stoot Coca-Cola van de troon als meest waardevolle merk. McDonald's (+9%) is een ander merk dat profiteert van het gestegen prijzenbewustzijn van consumenten.

Keerzijde is dat de duurdere merken juist een deel van hun merkwaarde hebben ingeleverd. Voorbeelden zijn Starbucks, Nike, Coca-Cola en L'Oréal.

BrandFinance is niet het enige bureau dat de waarde van merken becijfert. De jaarlijkse lijst met meest waardevolle merken van Interbrand verschijnt deze vrijdag.

ing viert tiende verjaardag

am toen
kopieën
en. Dat
htig. We
groeien
t opeens
n ander
en.'

de VNU
na. De
restigen.
rofiteer-
— met
erste uur

andere
n en gaf
rag van
daar te-
ochters
slinkse
eren van
rricht.
sisser af
vertrok-
ruin dat
had ge-
e eerder
gesprek



Oprichter Durk Jan de Bruin van Startpagina. Foto: Jacqueline Dubbink

anderen. Veel dochters verdienen inmiddels goed met hun pagina en vonden het belangrijk dat ze hun toko konden blijven draaien. Sommigen hebben zelfs hun baan opgezegd en zijn fulltime dochter geworden. De meest succesvolle verdienen — naar schatting—

Ongeveer op hetzelfde moment werd ook bekend dat bepaalde bedrijven betaalden voor hun vermelding. Dat leverde een boel commotie op. 'Het begon met verzoeken in de vorm van: als je mijn luchtballonnenbedrijf op de pagina zet, mag je iedere maand een

Uiteindelijk ga je op een aantal van die verzoeken in.' De Bruin maakte bij ieder aanbod een eigen afweging. 'Bol.com wilde bijvoorbeeld bovenaan staan op de pagina en daarvoor betalen. En ik wilde Bol.com toch wel opnemen omdat ik het een goede site vond. In zo'n situatie had ik daar dus eigenlijk niet zo veel problemen mee.' De Bruin benadrukt dat het belangrijk is een goede afweging te blijven maken welke sites er wel en niet op de pagina komen. 'Ik ben daarom begonnen te meten hoe vaak er op een link geklikt werd. Verwijzingen waar te weinig op geklikt werd, gingen eraf. Of ze er nu voor betaald hadden of niet.'

De Bruin bleef na de verkoop bij VNU als adviseur maar stopt daar nu mee. 'Na tien jaar is het een mooi moment om te stoppen. Ik ben te druk met mijn andere internetproject Mijnwinkel.nl.'

Startpagina grijpt de verjaardag aan om een nieuwe dienst te lanceren: Mijnstartpagina.nl, een persoonlijke onstartpagina die de ge-