



Communicatiewetenschappers VU tonen aan:

Merkkleding maakt merkbewuste vrouwen slimmer

Onderzoek van communicatiewetenschappers aan de Vrije Universiteit te Amsterdam toont aan dat voor merkbewuste vrouwen het dragen van merkkleding grote voordelen kan hebben: ze krijgen er meer zelfvertrouwen van en ze worden beter in het uitvoeren van cognitieve taken.

Sophie Dekker (MA) die het experiment uitvoerde: “Ik heb 80 vrouwen gevraagd een zwart colbert te dragen tijdens het invullen van een vragenlijst en het oplossen van een aantal logische, taalkundige en wiskundige problemen. Aan de helft van de vrouwen vertelde ik dat het colbert van G-star was (dat bleek ook uit het label). Bij de andere helft was het label verwijderd, en vertelde ik dat het om een colbert van de markt ging. Vrouwen die het ‘merkcolbert’ droegen rapporteerden een hoger zelfvertrouwen. Dat effect was vooral sterk bij materialistische vrouwen, waarvan bekend is dat ze veel merkbewuster zijn. Bij materialistische vrouwen bleek ook de score op de cognitieve taken significant hoger te worden als ze wisten dat ze merkkleding droegen. Ze waren dus kennelijk beter in staat hun cognitieve vermogens aan te spreken.”

Het onderzoek bevestigt eerdere aanwijzingen dat het gebruik van merken het zelfbeeld, en zelfs het gedrag, kan beïnvloeden. Dat merken ook invloed kunnen hebben op cognitieve prestaties was echter nog niet eerder aangetoond. Dr. Ivar Vermeulen, begeleider van het onderzoek en universitair docent Communicatiewetenschap: “Uit veel studies is gebleken dat cognitieve prestaties door externe factoren kunnen worden beïnvloed, maar ook door hoe mensen zichzelf waarnemen. Daardoor hadden we al een vermoeden dat het dragen van merkkleding merkbewuste vrouwen wel eens beter zou kunnen laten presteren. Uit ons onderzoek blijkt dat als je er als merkbewuste vrouw goed aan doet om in cognitief veeleisende situaties, zoals examens, sollicitatiegesprekken of belangrijke vergaderingen, op je best gekleed te gaan.”

Het onderzoek wordt donderdag 5 februari gepresenteerd op het jaarlijkse congres van Nederlandstalige communicatiewetenschappers, het z.g. Etmaal van de Communicatiewetenschap, dat dit jaar in Gent (België) plaatsvindt.

NOOT VOOR DE REDACTIE

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Sophie Dekker, onderzoekster E sophiedekker@hotmail.com of met dr. Ivar Vermeulen E IE.Vermeulen@fsw.vu.nl T 06-41309825

[2.2.2009/MV/pb 10.013]