



PERSBERICHT

VVV meest klantgerichte toeristische merk van Nederland Nieuwe merkpositionering werp vruchten af

Leersum, 6 augustus 2010 - Uit het jaarlijkse merkenonderzoek van BrandAsset Consult onder ruim 1000 Nederlandse merken blijkt dat de VVV zich het meest klantgerichte toeristische merk van Nederland mag noemen. Als het gaat om klantgerichtheid laat de VVV andere grote en bekende toeristische merken als ANWB achter zich. In de algemene merkenlijst bekleedt de VVV een respectabele 77^e plaats vóór toonaangevende merken als de Rabobank en KLM.

Volgens BrandAsset Consult staat de VVV bekend als beleefd, sociaal, oprecht en het vertrouwen waard. Dit maakt dat de VVV wordt gezien als zowel uniek als relevant: het merk heeft ook betekenis voor de gemiddelde Nederlander. De sterke merkpositie van de VVV is bijzonder, zeker gezien het feit dat dienstverleners over het algemeen tot de zwakkere merken in het merkenlandschap behoren. Dienstverlenende organisaties hebben veelal moeite om een band met de consument te creëren en een unieke positie te claimen. De VVV lukt dit duidelijk wel, aldus de onderzoekers.

Stimulans

“Een prestatie waar we met z’n allen ongelooflijk trots op mogen zijn”, aldus Kees van Wijk, algemeen directeur VVV Nederland, de koepelorganisatie voor de VVV. “Je ziet dat onze inspanningen duidelijk effect sorteren. Dit is een extra stimulans voor ons om de komende jaren fors te blijven investeren in het optimaliseren van onze dienstverlening. Dat doe we door het creëren van nieuwe opleidingen en cursussen voor VVV medewerkers. Maar ook door nieuwe technologische toepassingen te ontwikkelen, zoals de onlangs in gebruikgenomen Nationale Database voor Toerisme, Recreatie en Cultuur”.

Digitale rol

Dat recreanten de VVV niet alleen ter plaatse weten te vinden, maar steeds vaker ook tijdens de voorbereidingsfase van hun vakantie of dagje uit leert het toeristische imago-onderzoek 2010 van Lagroup Leisure en Arts Consulting en het NBTC-NIPO. Zo blijkt dat de websites van de VVV door 41% van de respondenten wordt gebruikt tijdens de voorbereiding. In 2008 bedroeg het percentage nog 38% (Blauw Research).

Gastheer

De VVV speelt al 125 jaar een hoofdrol als promotie- en informatieorganisatie waar toeristen, recreanten en bewoners terecht kunnen. Kernwoord bij het realiseren van deze taken is gastheerschap. Om het merk VVV nog sterker en herkenbaarder te maken is in 2009 het merk VVV opnieuw gepositioneerd. Met nieuwe merkwaarden krijgt het merk een nieuw elan en een duidelijker gezicht. Binnen dit kader is ook een nieuw VVV

vestigingsconcept ontwikkeld. In een herkenbare VVV stijl, maar wel met volop ruimte voor de lokale of regionale identiteit van de bestemming. “Dat deze inspanningen zich nu al vertalen in zo’n prachtige score in het onderzoek van BrandAsset Consult is een enorme pluim voor alle VVV medewerkers”, aldus Van Wijk.

Economische betekenis

Toerisme en recreatie zijn van grote maatschappelijke en economische betekenis. De VVV stimuleert het bezoek aan en de bestedingen in de regio en draagt op die manier bij aan de plaatselijke en regionale economie. De toeristisch recreatieve sector was in 2008 goed voor 17,4 miljoen vakanties door Nederlanders in Nederland. Uitgedrukt in bestedingen vertegenwoordigt dit een totale waarde van 20,7 miljard euro.

Einde persbericht

Noot voor de redactie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Paul van Harten, communicatiemanager VVV Nederland, tel. 0343-439489/06-83247400, e-mail: paulvanharten@vvvnederland.nl

Over de VVV

VVV staat voor het bevorderen van toerisme, recreatie en vrijetijdsbesteding. Dit gebeurt door toeristen, recreanten en bewoners als een goede gastheer van dienst te zijn. Hiertoe worden gasten en bezoekers attent gemaakt op de mogelijkheden voor toerisme, recreatie en vrijetijdsbesteding en geholpen in het optimaal benutten ervan. Hiermee levert de VVV een positieve bijdrage aan de lokale economie en lokale maatschappelijke functies.

Over VVV Nederland

VVV Nederland ontwikkelt 'VVV' tot een toonaangevend merk op het gebied van recreatie, toerisme en vrije tijd in Nederland. VVV Nederland ondersteunt en coördineert een landelijk netwerk van professionele VVV organisaties en exploiteert een uitgebreid assortiment cadeaubonnen.