

PERSBERICHT

Elst, 21 november 2011

VVV en Burgers' Zoo horen bij de 100 onmisbare merken van Nederland

In het EURIB/Europe Institute for Brand Management is Burgers Zoo binnengekomen in de top 100 van onmisbare merken. Ook het merk VVV staat in deze lijst.

Het EURIB/ European Institute for Brand management heeft in 2011 voor de vierde keer onderzoek gedaan naar merken die Nederlandse consumenten als *onmisbaar* ervaren. Recent onderzoek van Batra, Ahuvia en Bagozzi bevestigt de waarde van dit onderzoek. Hieruit is geconcludeerd dat onmisbaarheid een essentieel aspect van merkkracht is. Uit het EURIB Top 100 van Onmisbare Merken van 2011 blijkt dat er drie factoren zijn die bijdragen aan de onmisbaarheid van merken, te weten:

- Het merk wordt door een brede doelgroep als cultuuricoon ervaren
- Consumenten worden regelmatig aan het merk blootgesteld (exposure), door gebruik en/of reclame
- Consumenten moeten ermee kunnen interacteren en erin kunnen 'opgaan' (immersion)

De top 100 is samengesteld uit een lijst van in totaal 1.378 merknamen. De top-3 van Onmisbare Merken 2011 wordt gevormd door HEMA, Kruidvat en Bol.com. Een opvallende nieuwe binnenkomer is Burgers' Zoo op de 83^e plaats, met een onmisbaarheidsscore van 35%. Ook VVV is een onmisbaar merk met een onmisbaarheidsscore van 36%. De VVV staat op de 76^e plaats.

EINDE PERSBERICHT

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met het Regionaal Bureau voor Toerisme Arnhem Nijmegen, Hanneline Oosting-Adriaansens op telefoon 0481-366 250, h.oosting@rbtkan.nl