



VVV NEDERLAND

9 maart 2016

## VVV Cadeaubon heeft sterke positie als Cultuurmerk in Nederland

Na het Anne Frank Huis is de VVV Cadeaubon het 2e sterkste Cultuurmerk van Nederland. In de Top 10 van Cultuurmerken staat de VVV Cadeaubon daarmee boven merken als André van Duin, Herman Finkers, Guus Meeuwis, Rijksmuseum of Pathé.

De VVV Cadeaubon staat op de 2e plaats bij de sterkste Culturele merken van Nederland, zo blijkt uit het [Cultuursector Merkenonderzoek](#) dat Hendrik Beerda Brand Consultancy in 2016 uitgevoerd heeft. Een plek lager dan in 2014, toen de VVV Cadeaubon in dit onderzoek op de 1e plaats stond.

"Wij zijn trots dat de VVV Cadeaubon op deze lijst alweer een topositie inneemt" aldus Raymond Smits van Waesberghe, manager Marketing & Businessontwikkeling bij VVV Nederland. "Wij gunnen het Anne Frank Huis de 1e plaats van harte en zijn vooral blij dat de VVV Cadeaubon door heel veel Nederlanders gebruikt wordt om culturele uitjes mee te ondernemen".

De [VVV Cadeaubon](#) wordt bij maar liefst 175 culturele instellingen, waaronder schouwburgen, musea ed. geaccepteerd.

In 2015 werden er meer dan 8,5 miljoen stuks VVV Cadeaubonnen verkocht, met een waarde van ruim € 128 miljoen. Hiermee geeft de VVV Cadeaubon een impuls aan o.a. de culturele sector in Nederland.

VVV Nederland B.V. is de grootste uitgever van cadeaubonnen en cadeaukaarten van Nederland. Met onze merken VVV Cadeaubon, VVV Dinercheque, VVV Giftcard en VVV Lekkerweg bereiken we jaarlijks ruim 8 miljoen consumenten. Meer dan 26.000 bedrijven zijn bij ons aangesloten als acceptant. Jaarlijks verkopen wij voor meer dan € 137 miljoen aan cadeaubonnen- en kaarten.

**Raymond Smits van Waesberghe**  
*manager marketing & businessontwikkeling*  
06-12229579

**VVV Nederland**  
Postbus 70  
3956 ZS Leersum

 [Twitter](#)

[www.vvvcadeaubonnen.nl](http://www.vvvcadeaubonnen.nl)  
[www.vvvnederland.nl](http://www.vvvnederland.nl)

