



1 november 2018

### **Cadeaukaart zorgt in 62% van de gevallen voor overbesteding bij retailer.**

Uit onderzoek van Q&A, uitgevoerd in opdracht van VVV Cadeaukaart, blijkt dat het accepteren van de VVV Cadeaukaart voor de deelnemende retailpartners zeer lucratief is. Van alle ondervraagden geeft 62% aan meer te besteden dan het bedrag wat op de cadeaukaart staat. Gemiddeld geven mensen met hun VVV Cadeaukaart ongeveer 82% (€28,-) méér uit dan zonder VVV Cadeaukaart.

### **Extra kans op (nieuwe) klanten**

Maar liefst 10% van de ondervraagden geeft aan dat zij naar een (web)winkel gegaan zijn waar ze nog nooit geweest zijn. 43% Van alle ondervraagden zou de betreffende (web)winkel helemaal niet bezocht hebben zonder VVV Cadeaukaart.

### **Online acceptatie groeit**

Raymond Smits van Waesberghe, manager marketing van VVV Cadeaukaart: “We zien heel duidelijk dat het online besteden van onze kaart sterk stijgt. Ook wordt er online meer kaartwaarde verzilverd. Daar profiteert de retailer die én een fysieke winkel heeft én ook een webshop direct van. De online shops die misschien wat minder voor de hand liggen, worden ook door onze kaart gevonden en dat is goed. Wat natuurlijk niet wil zeggen dat offline uitgeven minder belangrijk is. Op dit moment wordt 73% van alle kaarten offline uitgegeven en 27% online. Dat zal de komende jaren best kunnen gaan verschuiven. Maar feit is dat we als bekendste speler verschillende retailers kunnen helpen met hun business en dat is goed.”

### **Ondersteunt loyaliteit**

Verder blijkt uit het onderzoek dat gemiddeld 16% van alle ondervraagden aangeeft vaker terug te komen bij de (web)winkel waar zij de VVV Cadeaukaart gebruikt hebben, vooral bij jongeren is deze intentie maar liefst 27%.

### **Breed besteedbare cadeaukaarten veruit favoriet**

67% Van de ondervraagden geeft aan het liefst een cadeaukaart te geven die breed besteedbaar is. Het geven van een cadeaukaart die slechts bij één (web)winkel in te leveren, is heeft de voorkeur van niet meer dan 5% van alle ondervraagden. In dit segment is de VVV Cadeaukaart, met meer dan 4,5 miljoen verkochte kaarten per jaar en een jaarmzet van > €100 miljoen de absolute nr. 1 cadeaukaart van Nederland.

*Onderzoeksverantwoording*



Het onderzoek is uitgevoerd in juli 2018 onder 1.176 mensen in de leeftijdscategorie 18 – 55+, die hebben aangegeven dat het minder dan 2 jaar geleden is dat ze de VVV Cadeaukaart/bon hebben gebruikt.



[VVV infographic DEF P.png](#)  
879.48 KB

VVV Nederland B.V. is de grootste uitgever én marktleider van cadeaukaarten in Nederland. Met onze merken VVV Cadeaukaart, VVV Dinercheque en VVV Lekkerweg bereiken we jaarlijks ruim 4,5 miljoen consumenten, die met hun cadeaukaarten van harte welkom zijn bij duizenden winkels, musea, hotels, uitjes, restaurants alsmede honderden webwinkels.

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

 [Twitter](#)  
 [Facebook](#)

**VVV Nederland BV**  
Postbus 70  
3956 ZS Leersum

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