



Aan SGR- en SGRZ-deelnemers

Rotterdam, 19 september 2018

Kenmerk
Nieuwsbrief september

Financieel onvermogen Prinos Reizen

Op 18 september jl. heeft Prinos Reizen helaas financieel onvermogen bij SGR moeten melden. Prinos Reizen was een Griekenlandspecialist. SGR was al lange tijd zonder (netto)schade. Naar verwachting zal de schade zeer beperkt zijn.

Bijdrage SGRZ

In juli hebben wij voor SGRZ een [Uitvoeringsregeling bijdragen](#) gepubliceerd. Hierin staan de uitgangspunten voor de heffing van SGRZ.

We kennen drie soorten bijdragen en deze bijdragen zijn per boeking:

1. Bijdrage SGRZ Garantie
2. Bijdrage SGRZ Retaildekking
3. Bijdrage SGRZ verkoop vrijgestelde buitenlandse aanbieders

De wijze waarop de bijdragen worden geheven staat in deze uitvoeringsregeling, te vinden op www.sgrz.nl/deelnemersinformatie

Mochten jullie hierover nog vragen hebben, dan vernemen wij dit graag.

Nieuwe websites SGR, SGRZ en Calamiteitenfonds

Achter de schermen worden nieuwe websites voor SGR, SGRZ en het Calamiteitenfonds ontwikkeld. Wij starten met de lancering van de nieuwe website voor SGR (naar verwachting medio oktober) en aansluitend zullen de sites van het Calamiteitenfonds en SGRZ volgen.

De grootste verandering die wij gaan doorvoeren voor de website van SGR is dat wij twee doelgroepen apart gaan aanspreken; de reiziger en de reisorganisatie. Op dit moment communiceren wij al onze boodschappen op één manier naar beide doelgroepen en dat is in deze tijd niet meer wenselijk. Deelnemers kunnen in de toekomst ook makkelijker hun informatie vinden en documenten uploaden in een beveiligde omgeving.

Ook gaan wij onze communicatie moderniseren, zodat het meer van deze tijd is.

Wij hebben gekeken naar de meest gezochte informatie op onze website en deze gaan wij in aparte tabs boven in de website opnemen; bijvoorbeeld aangesloten

reisorganisaties, claim indienen en veelgestelde vragen zullen een prominente plek binnen de website krijgen.

Merklading en positionering SGR, SGRZ en Calamiteitenfonds

Wij zijn daarnaast bezig met de positionering en merklading van SGR, SGRZ en het Calamiteitenfonds.

Eenzijds gaat het om positionering en merklading via onze eigen kanalen en anderzijds om dit samen met de reisorganisaties verder vorm en inhoud te gaan geven.

Uit onderzoeken van GFK en TNS NIPO is gebleken dat reizigers (consumenten) veel waarde hechten aan keurmerken in de reisbranche en dat een deel van de reizigers bij het boeken van de vakantie erop let of de reisorganisatie is aangesloten bij een keurmerk. Aandachtspunt uit de onderzoeken is ook dat de boodschap waar SGR en Calamiteitenfonds voor staan, niet duidelijk is voor de reiziger. Met andere woorden men kent SGR en het Calamiteitenfonds, herkent de logo's en weet dat het goed is, maar waar het echt voor dient, is niet duidelijk. Ook trekt de reiziger soms de echtheid van de logo's in twijfel, omdat het kleurgebruik niet altijd de kleuren betreft die onze logo's hebben.

Daarom hebben wij het project partner-marketing opgezet en gaan op korte termijn jullie verder informeren wat onze plannen en ideeën zijn. Belangrijk hierbij om te vermelden, is dat wij proactief de samenwerking met jullie willen aangaan om de kracht van onze logo's verder inhoud en vorm te gaan geven.

Met vriendelijke groet,

Erik Jan Reuver
directeur