



Duinrell 'kikkert' er niet meer van op; bekende slogan in de ban 20 oktober 2018



WASSENAAR - Na ongeveer veertig jaar trouwe dienst, neemt attractiepark Duinrell afscheid van de slogan 'Daar kikker je van op'. Het pretpark uit Wassenaar gaat verder met de leus: 'De grootste avonturen in het groen'. Een slimme zet van Duinrell, of hadden ze beter bij het oude en vertrouwde kunnen blijven? Omroep West vroeg dit aan twee merkendeskundigen.

Als je iemand 's avonds laat wakker maakt met de vraag of hij of zij de slogan van Duinrell kent, is de kans groot dat diegene dan 'Daar kikker je van op!' roept. Eventueel zelfs met de twee iconische kwaakjes na de slagzin. De reclamezin zit bij veel mensen in het collectief geheugen gebrand. 'De slogan opzich is bijna een merk geworden', zegt merkendeskundige Volkert Berkhout van merkenbureau Ciever.

'Maar hoe sterk een slogan ook is, hij kan je in de weg gaan zitten', vertelt de merkenkenner. Berkhout wijst op het eventuele besluit van het Wassenaarse attractiepark om een andere weg in te slaan of een andere doelgroep aan te willen spreken. 'Misschien gaan ze meer volwassenen aantrekken?', vraagt Berkhout zich hardop af.

'Niet zo sterk'

Van een doelgroepswitch is echter geen sprake. De nieuwe slagzin: 'De grootste avonturen in het groen', gaat vooral om de omgeving waar Duinrell al veertig jaar ligt. 'Duinrell ligt midden in een uniek groen bos- en duingebied. Dat willen wij met deze slogan benadrukken', reageert het attractiepark schriftelijk op de vragen van Omroep West.

Berkhout krabt zich dan toch achter zijn oren bij deze argumentatie. 'Een groot nadeel lijkt mij hier dat je verworven bekendheid en marketingkracht weggooit. In die zin vind ik het niet zo slim', aldus de merkenkenner. 'Als je zo'n icoon afbreekt, moet er iets heel goeds terugkomen. Mijn eerste gevoel is dat dit niet zo sterk is.'

Een forse claim

Merkenstrateeg Paul Moers ziet de positieve kant van de sloganverandering in. 'Op een gegeven moment is een slogan *outdated*. Eentje die veertig jaar mee gaat is niet verstandig meer', betoogt Moers. 'Dat heeft te maken met de veranderende wereld. Consumenten zijn alle Jezus verwend.' Dus wil je innoveren als pretpark? Dan moet je relevant zijn voor deze tijd, aldus Paul Moers.

Bij de vraag hoe relevant Moers de nieuwe slogan vindt, volgt een lange stilte aan de telefoon. 'Je legt nogal een forse claim mee hiermee', is zijn eerste reactie, doelend op de woorden 'grote avonturen'. Ook het deel 'in het groen' leidt tot vraagtekens bij de merkenkenner. 'Een stukje natuur is wel mooi. Ik kan me daar wel iets bij voorstellen. Maar wat zegt de jeugd dit?', vraagt hij zich hardop af.

'Kwak kwak'

De Duinrellfan moet toch afscheid nemen van het 'opkikkeren'. Maar de echte kikkerfanaat hoeft zich geen zorgen te maken. Mascotte Rick de Kikker zal een rol blijven spelen in het park. Ook de iconische kwaakjes zullen in de reclames van het pretpark te horen blijven. Maar nu dus in de vorm: 'Duinrell. De grootste avonturen in het groen. Kwak kwak.'

