

zandvoort marketing

Samenvatting Merkanalyse Zandvoort 2021

Uitgevoerd door Hendrik Beerda Brand Consultancy



Samenvatting Merkanalyse Zandvoort 2021

Uitgevoerd door Hendrik Beerda Brand Consultancy

Inleiding

Zandvoort Marketing heeft Hendrik Beerda Brand Consultancy de opdracht gegeven om de merkkracht en reputatie van de gemeente Zandvoort te analyseren en te vergelijken met andere Nederlandse gemeenten.

Als benchmarks zijn de volgende gemeenten, stadsdelen en streken gehanteerd:

- Kustbestemmingen: de gemeente Noordwijk, het Haagse stadsdeel Scheveningen en het eiland Texel.
- Partnersteden: Amsterdam en Haarlem.

Bij de analyse is gebruik gemaakt van de resultaten van het Steden & Streken Merkenonderzoek 2011-2021, het op maat uitgevoerd onderzoek voor Zandvoort Marketing 2021, het Vakantie Merkenonderzoek 2021 en de merkenonderzoeken.

De grootschalige merkenonderzoeken waarop de analyse is gebaseerd, zijn uitgevoerd met het merkenmodel BrandAlchemy™.



Zandvoort is een sterk merk

- Zandvoort is een sterk merk en is zelfs iets krachtiger dan Haarlem dat 9e staat op de ranglijst in de G100 van sterkste Nederlandse gemeenten, op basis van Nederlanders van 18 jaar en ouder.
- De merkkracht van Zandvoort komt overeen met de kracht van het stadsmerk Groningen dat de 7e positie bezet in de top 100.
- Texel en Scheveningen zijn nog sterkere merken dan Zandvoort; Texel is zelfs krachtiger dan het sterkste stedenmerk Utrecht; Scheveningen is minder sterk dan Amsterdam, maar een sterker merk dan Rotterdam dat 4e staat.

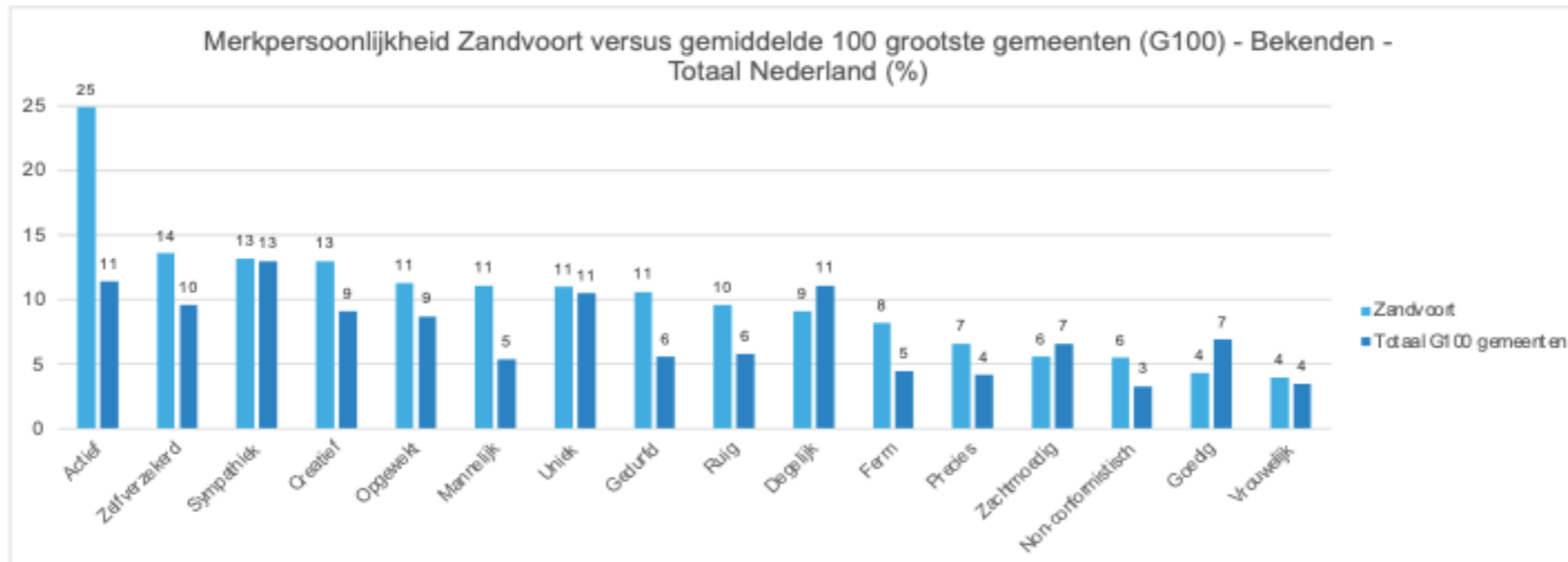


Bron: BrandAlchemy™, Onderzoek voor Zandvoort Marketing 2021, Steden & Streken Merkenonderzoek 2011-2021, Vakantie Merkenonderzoek 2021

Hendrik Beerda
brand consultancy

Zandvoort is volgens de Nederlanders vooral een actief merk

- In vergelijking met de gemiddelde gemeente uit de G100 wordt Zandvoort naast een actief merk ook als een zelfverzekerd, mannelijk, gedurfd, ruig en ferm merk ervaren.
- Verder wordt Zandvoort, net als de gemiddelde G100-gemeente, vaak gekoppeld aan de factor sympathiek.

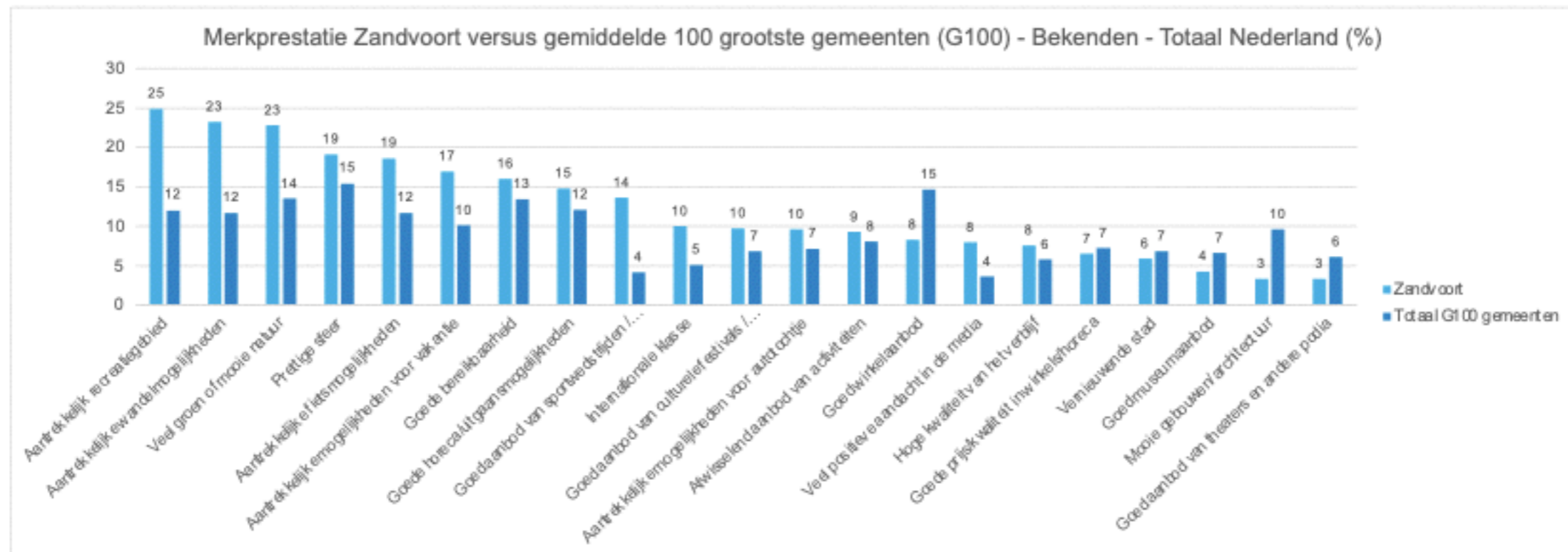


Bron: BrandAlchemy™, Onderzoek voor Zandvoort Marketing 2021, Steden & Streken Merkenonderzoek 2011-2021, Vakantie Merkenonderzoek 2021

Hendrik Beerda
brand consultancy

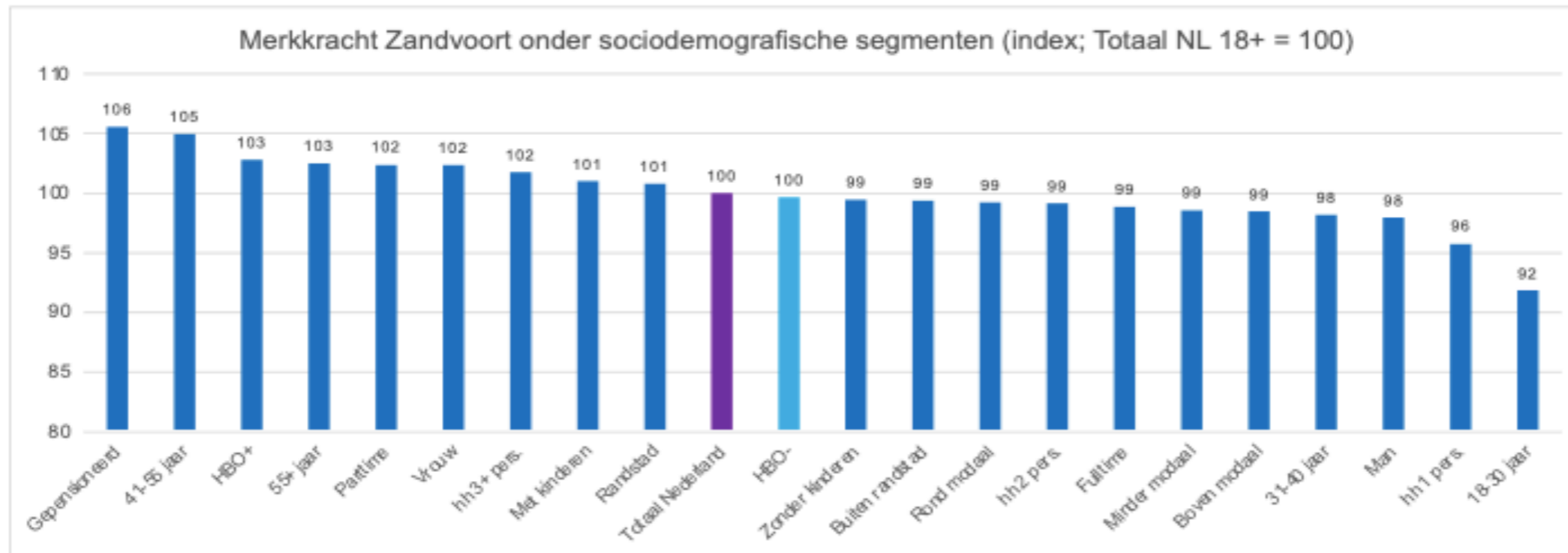
Op prestatiegebied wordt Zandvoort allereerst geassocieerd met aantrekkelijke recreatiegebieden, aantrekkelijke wandelmogelijkheden en veel groen of mooie natuur

- Zandvoort scoort verder relatief hoog als het gaat om een prettige sfeer, aantrekkelijke fiets- en vakantiemogelijkheden en een goed aanbod van sportwedstrijden of –evenementen.
- Zandvoort wordt minder dan de gemiddelde G100-gemeente gekoppeld aan een goed winkelaanbod en mooie gebouwen.



Zandvoort heeft vooral een relatief sterke positie onder gepensioneerden en de leeftijdsgroep 41 t/m 55 jaar

- Zandvoort is tevens iets sterker dan gemiddeld bij hoger opgeleiden, 55-plussers, mensen met een parttime baan, vrouwen en de grotere huishoudens.
- Zandvoort is minder sterk bij jongeren en eenpersoons huishoudens.



Bron: BrandAlchemy™, Onderzoek voor Zandvoort Marketing 2021, Steden & Streken Merkenonderzoek 2011-2021, Vakantie Merkenonderzoek 2021

Hendrik Beerda
brand consultancy

Conclusies – Merkpositie Zandvoort

- Zandvoort behoort weliswaar niet tot de 100 grootste gemeenten van Nederland, maar is wel een gemeentemerk dat zich kan meten met de sterkste gemeentemerken van Nederland. De merkkracht van Zandvoort komt overeen met de 7e positie van de stad Groningen in de top 100 van krachtigste gemeentemerken.
- Zandvoort is bij vrijwel alle Nederlanders geholpen bekend en wordt spontaan relatief vaak genoemd als bestemming voor een (korte of lange) vakantie.
- Naast de hoge bekendheid weet Zandvoort ook een sterke binding te genereren met de Nederlandse bevolking. De waardering voor Zandvoort is eveneens hoog, maar heeft potentie om verder te stijgen.
- Uit de bezoekingententive van 20 procent en de verwachting van 17 procent van de Nederlanders dat Zandvoort in populariteit zal stijgen, blijkt dat het merk Zandvoort zich in een positieve flow bevindt.
- Zandvoort heeft een bovengemiddelde sterke uitstraling bij gepensioneerden en overige 55-plussers en tevens bij de leeftijdsgroep 41 t/m 55 jaar en hoger opgeleiden.
- Zandvoort is in de ogen van de Nederlanders vooral een actieve gemeente en heeft tevens een zelfverzekerde, sympathieke, creatieve, opgewekte en unieke uitstraling.
- Zandvoort wordt op prestatiegebied het vaakst gekoppeld aan aantrekkelijke recreatiegebieden in een groene omgeving, met zowel goede wandel- als fietsmogelijkheden en een prettige sfeer. In vergelijking met andere gemeenten wordt Zandvoort vaak gekoppeld aan een goed aanbod van sportevenementen. Aandachtspunt is de perceptie van het winkelaanbod,

Heb je vragen over de Merkanalyse Zandvoort 2021? Neem dan contact met ons op via info@zandvoortmarketing.nl.