

DE BRABANTSE IMAGOMONITOR SPECIALE STEDEN-EDITIE 2023

FOR THE
LOVE OF
PLACE





VOORWOORD

Stedeneditie 2023

Met gepaste trots presenteert team Brabant Branding deze rapportage; een speciale editie van de Imagomonitor Brabant.

Brabant Branding beschouwt het als een belangrijk onderdeel van haar werk om breed en gedegen kennis te verzamelen over het Brabantse imago én deze kennis te delen. Met de ImagoMonitor Brabant hebben wij daarvoor in 2020 een sterk fundament gelegd.

ImagoMonitor Brabant

De ImagoMonitor Brabant is in 2020 en 2022 uitgevoerd, en brengt in beeld hoe Brabanders én niet-Brabanders denken over de regio Brabant. Dit laat zien of de waarden uit het merkfilter Brabant ook daadwerkelijk gezien, herkend en beleefd worden. Daarnaast wordt gemeten in hoeverre Brabant wordt gezien als aantrekkelijke regio ziet om er te wonen, werken, recreëren, studeren, of om er oud te worden.

Als aanvulling op de tweede editie van de Imagomonitor (2022) is in 2023 een verdiepend onderzoek uitgevoerd, naar de relatie tussen het merk 'Brabant' en de merken van de grote steden in Brabant: de stedeneditie. Deze rapportage brengt de resultaten daarvan in kaart, én zet deze af tegen de resultaten van de reguliere ImagoMonitor 2022.

Belangrijkste conclusies

Belangrijkste conclusie is dat Brabant een grotere invloed heeft op het imago van steden, dan de steden op het imago van Brabant. Als gevraagd wordt naar associaties bij een stad, wordt in de top 3 steevast 'Brabant' genoemd, terwijl de individuele steden nauwelijks voorkwamen als associaties bij 'Brabant'.

Het beeld van alle onderzochte steden wordt minder positief beoordeeld dan het beeld van Brabant. Voor Eindhoven, Tilburg, Roosendaal, Helmond en Oss geldt dat ze (veel) minder positief worden beoordeeld dan Brabant. Deze steden kunnen mogelijk profiteren van het veel positievere beeld van Brabant.

's-Hertogenbosch wordt het meest 'typisch Brabants' gevonden, gevolgd door Breda en Tilburg. Op gepaste afstand komen Oss en Eindhoven. Hekkensluiters zijn Roosendaal en Helmond.

Het beeld van zowel 's-Hertogenbosch als Breda is inhoudelijk al sterk geladen met traditionele Brabantse associaties zoals 'gezellig', 'bourgondisch' en 'gemoedelijk'.

De aantrekkelijkheid van Brabant als geheel wordt op zeven van de acht dimensies van aantrekkelijkheid die gemeten zijn (bijv. wonen, werken, recreëren) minder goed beoordeeld nadat men eerst aan een van de zeven steden heeft moeten denken. Alleen op de dimensie 'een baan vinden' scoort de aantrekkelijkheid van Brabant hoger nadat men eerst aan een van de steden heeft gedacht.

De resultaten van dit onderzoek bieden een goede inhoudelijke basis voor verdere strategische samenwerking op het gebied van merkmanagement tussen de zeven steden en Brabant.

Gwen Zuring, team Brabant Branding

OVER DE BRABANTSE IMAGOMONITOR

SPECIALE STEDEN-EDITIE 2023

De reguliere ImagoMonitor meet de associaties, de attitude en de aantrekkelijkheid van Brabant onder Brabanders en niet-Brabanders.

De methodiek voor de Brabantse ImagoMonitor is in 2020 ontwikkeld door Martin Boisen (For the Love of Place), Sierdjan Koster (Rijksuniversiteit Groningen), Karel Jan Alsem en Jan Wever (Hanzehogeschool Groningen). Voor het geheel is de volgende licentie van toepassing m.b.t. intellectueel eigendom en gebruik: CC-BY-SA 4.0.

Voor deze speciale steden editie is gewerkt met een aangepaste versie van de vragenlijsten die bij de reguliere ImagoMonitor worden gebruikt. Deze aanpassingen zijn gemaakt onder begeleiding van Martin Boisen van For the Love of Place – tevens auteur van deze beknopte rapportage.

Het veldwerk is uitgezet door Expoints met gebruik van een panel van Dynata. De respons van 3.678 niet-Brabanders is representatief verdeeld over Nederland op basis van de samenstelling van de bevolking en woonprovincie. Het onderzoek liep van juli tot augustus 2023.

De respondenten zijn gevraagd naar hun spontane en geholpen associaties bij een van zeven Brabantse steden. Voor diezelfde stad zijn ze gevraagd naar hun attitude (negatief/positief) ten opzichte van die stad en hoe aantrekkelijk ze de stad in kwestie vonden op acht verschillende dimensies. Op het eind zijn ze vervolgens gevraagd

naar associaties, attitude en aantrekkelijkheid van Brabant.

Deze onderzoeksopzet maakt het mogelijk om de resultaten van deze speciale editie eenvoudig te koppelen met de resultaten van de laatste editie van de reguliere ImagoMonitor Brabant (2022).

Met de data die met dit onderzoek gegenereerd zijn, worden verschillende vervolganalyses mogelijk. Wel dient er in deze speciale editie rekening te worden gehouden met een beperktere respons per stad, waardoor minder complexe detailanalyses mogelijk zijn dan bij de reguliere ImagoMonitor het geval is.

De zeven Brabantse steden die onderzocht zijn, zijn 's-Hertogenbosch, Breda, Eindhoven, Helmond, Oss, Roosendaal en Tilburg.

In deze rapportage kijken we primair naar de relaties tussen de zeven steden en Brabant. Daarom is er in de opmaak van tabellen en grafieken en in de schriftelijke analyse vooral hier aandacht aan besteed. Het onderzoek bevat ook waardevolle en interessante informatie voor de zeven steden zelf, die op een andere manier en later moment beschikbaar zal worden gesteld door Team Brabant Branding.

Martin Boisen
Amerongen, 28 september 2023

SPONTANE ASSOCIATIES

SPONTANE ASSOCIATIES

1

Met 'spontane associaties' doelen wij op het feit dat de respondenten – als eerste vraag, en zonder context – wordt gevraagd om zelf op te schrijven waar ze aan denken, wanneer ze aan de stad in kwestie denken.

Dit levert een schat aan informatie op, maar het vergt vervolgens een tijdrovende manuele bewerking van de data.

We hebben lemmatisering en groepering toegepast. Lemmatisering betekent dat alle verschillende (en verkeerd gespelde) varianten van een woord bij elkaar worden opgeteld. Denk bijvoorbeeld aan 'gezellig' en 'gezellige'. Groepering refereert eraan dat woorden die strikt genomen niet identiek zijn, bij elkaar worden opgeteld wanneer de betekenis eenduidig is i.r.t. het doel van de analyse. Denk hierbij aan 'zachte g', 'accent', 'dialect' en 'streektaaltje'. De originele input van de respondenten blijft beschikbaar in het dashboard.



SPONTANE ASSOCIATIES

1

's-Hertogenbosch is geladen met veel van de traditioneel Brabantse associaties. 'Brabant' is zelfs de op een na sterkste associatie (28,8%). De sterkste associatie, 'Bossche bollen' (35%), is voor heel Brabant een sterke associatie. Naast 'Bossche bollen' is de 'Sint Jan' de enige specifiek lokale associatie van enige kracht. 'Den Bosch' wordt genoemd omdat de vraagstelling over 's-Hertogenbosch ging. Verder zijn de associaties typisch voor steden met een mooie binnenstad met aantrekkelijke winkels en horeca. In relatie tot Brabant versterkt 's-Hertogenbosch de traditionele associaties 'gezellig', 'Bourgondisch' en 'gemoedelijk'.

Voor Breda geldt ook dat de traditionele Brabantse associaties sterk aanwezig zijn. Hier is 'Brabant' zelfs de sterkste associatie (30,1%) – hoewel dat nog altijd 5% zwakker is dan bij 's-Hertogenbosch. Ook 'gezelligheid' (25%) en 'carnaval' (12,8%) zijn sterk. 'NAC Breda' (9%) en de 'KMA' (Koninklijk Militaire Academie; 3,8%) zijn de sterkste spontane associaties die een lokaal en uniek karakter hebben. Verder geldt ook voor Breda dat de typische associaties met een mooie binnenstad met aantrekkelijke winkels en horeca aanwezig zijn. In relatie tot Brabant, versterkt Breda de spontane associaties 'gezelligheid', 'Bourgondisch', 'gemoedelijk' en 'gastvrij'.

	's-Hertogenbosch	resp.	%
1	Bossche Bollen	184	35,0%
2	Brabant	151	28,8%
3	Gezelligheid	94	17,9%
4	Carnaval	76	14,5%
5	Stad	67	12,8%
6	Sint Jan	65	12,4%
7	Den Bosch	56	10,7%
8	Mooi(e)	34	6,5%
9	Winkelen	32	6,1%
10	Eten	20	3,8%
11	Bourgondisch	16	3,0%
12	Bier	16	3,0%
13	Bos	16	3,0%
14	Historisch	15	2,9%
15	Museum	15	2,9%

telling na lemmatisering en groepering

	Breda	resp.	%
1	Brabant	158	30,1%
2	Gezelligheid	131	25,0%
3	Stad	121	23,0%
4	Carnaval	67	12,8%
5	NAC Breda	47	9,0%
6	Winkelen	45	8,6%
7	Leuk	22	4,2%
8	KMA	20	3,8%
9	Bier	18	3,4%
10	Mooi(e)	18	3,4%
11	Eten	14	2,7%
12	Uitgaan	10	1,9%
13	Kaas	10	1,9%
14	Kasteel	9	1,7%
15	Turfschip	9	1,7%

telling na lemmatisering en groepering

	eerst 's-Hertogenbosch, dan Brabant (2023)	resp.	%
1	Gezelligheid	170	32,4%
2	Carnaval	121	23,0%
3	Bourgondisch	71	13,5%
4	Zachte g	69	13,1%
5	Gemoedelijk	54	10,3%
6	Natuur	40	7,6%
7	Worstenbroodjes	29	5,5%
8	Guus Meeuwis	28	5,3%
9	Mooi(e)	27	5,1%
10	Gastvrij	21	4,0%
11	Eindhoven	20	3,8%
12	Groen	17	3,2%
13	Bossche Bollen	16	3,0%
14	Eten	15	2,9%
15	Efteling	13	2,5%

telling na lemmatisering en groepering

	eerst Breda, dan Brabant (2023)	resp.	%
1	Gezelligheid	187	35,6%
2	Carnaval	117	22,3%
3	Bourgondisch	60	11,4%
4	Zachte g	42	8,0%
5	Gemoedelijk	40	7,6%
6	Natuur	31	5,9%
7	Guus Meeuwis	28	5,3%
8	Mooi(e)	28	5,3%
9	Worstenbroodjes	28	5,3%
10	Eten	23	4,4%
11	Bier	21	4,0%
12	Gastvrij	19	3,6%
13	Stad	16	3,0%
14	Eindhoven	13	2,5%
15	Groen	12	2,3%

telling na lemmatisering en groepering

	ImagoMonitor Brabant 2022	resp.	%
1	Gezelligheid	880	28,54%
2	Carnaval	725	23,52%
3	Natuur	296	9,60%
4	Zachte g	289	9,37%
5	Guus Meeuwis	277	8,98%
6	Worstenbroodjes	276	8,95%
7	Mooi(e)	229	7,43%
8	Eindhoven	199	6,45%
9	Bourgondisch	198	6,42%
10	Den Bosch	189	6,13%
11	Bos	137	4,44%
12	Bossche bollen	136	4,41%
13	Bier	133	4,31%
14	Gemoedelijk	104	3,37%
15	Efteling	98	3,18%

telling na lemmatisering en groepering

	ImagoMonitor Brabant 2022	resp.	%
1	Gezelligheid	880	28,54%
2	Carnaval	725	23,52%
3	Natuur	296	9,60%
4	Zachte g	289	9,37%
5	Guus Meeuwis	277	8,98%
6	Worstenbroodjes	276	8,95%
7	Mooi(e)	229	7,43%
8	Eindhoven	199	6,45%
9	Bourgondisch	198	6,42%
10	Den Bosch	189	6,13%
11	Bos	137	4,44%
12	Bossche bollen	136	4,41%
13	Bier	133	4,31%
14	Gemoedelijk	104	3,37%
15	Efteling	98	3,18%

telling na lemmatisering en groepering

SPONTANE ASSOCIATIES

1

Eindhoven heeft meer unieke associaties dan de andere Brabantse steden en de traditioneel Brabantse associaties zijn minder sterk aanwezig. 'Philips' (43,2%) is de sterkste associatie, gevolgd door 'PSV Eindhoven' (34,6%). Dan komt 'Brabant' dat met 17% veel lager scoort dan in de andere Brabantse steden het geval is. 'Lichtstad' (13,4%) en 'luchthaven' (12%) zijn ook nog redelijk sterk. 'De gekste' (7,6%), 'Evoluon' (5,9%), 'techniek' (3,1%), '(gloeilampen)' (2,5%) en de Tu/e (2,1%) zijn ook lokaal gewortelde associaties. 'Winkelen' is ook in Eindhoven redelijk sterk aanwezig, terwijl 'eten' hier minder sterk is. Ondanks het eigen karakter, versterkt 'Eindhoven' ook de traditionele Brabantse associaties.

Helmond roept minder unieke associaties op en ook minder associaties als zodanig. Alleen Oss roept minder associaties op bij de respondenten. En hoewel 'Brabant' (25%) de sterkste associatie is, is 'Limburg' (7,4%) ook duidelijk aanwezig. Men denkt aan 'ver weg' (5%), aan het 'Noorden' (5%) van Limburg en aan het 'Zuiden' (3,8%) van Nederland. De spontane associaties bij Helmond duiden op een vrij diffuus imago. 'Helmond Sport' (5,1%) is de sterkste lokale associatie gevolgd door het 'Kasteel' van Helmond (3,8%). 'Winkelen' en 'eten' komen niet voor in de top-15, wat duidt op minder associaties met de binnenstad. In relatie tot Brabant versterkt Helmond de traditionele associaties 'gezellig', 'carnaval', 'Bourgondisch' en gemoedelijk'.

Eindhoven	resp.	%
1 Philips	226	43,2%
2 PSV Eindhoven	181	34,6%
3 Brabant	89	17,0%
4 Stad	71	13,6%
5 Lichtstad	70	13,4%
6 Luchthaven	63	12,0%
7 De gekste	40	7,6%
8 Evoluon	31	5,9%
9 Winkelen	26	5,0%
10 Gezelligheid	22	4,2%
11 Carnaval	21	4,0%
12 Techniek	16	3,1%
13 (Gloeilampen)	13	2,5%
14 tu/e	11	2,1%
15 Zuiden	9	1,7%

telling na lemmatisering en groepering

Helmond	resp.	%
1 Brabant	131	25,0%
2 Stad	91	17,3%
3 Limburg	39	7,4%
4 Gezelligheid	29	5,5%
5 Helmond Sport	27	5,1%
6 Ver weg	26	5,0%
7 Noorden	26	5,0%
8 Zuiden	20	3,8%
9 Kasteel	20	3,8%
10 Carnaval	18	3,4%
11 Eindhoven	17	3,2%
12 Natuur	16	3,0%
13 Mooi(e)	16	3,0%
14 Saai	13	2,5%
15 Dorp(s)	12	2,3%

telling na lemmatisering en groepering

eerst Eindhoven, dan Brabant (2023)	resp.	%
1 Gezelligheid	170	32,5%
2 Carnaval	125	23,9%
3 Bourgondisch	70	13,4%
4 Zachte g	55	10,5%
5 Natuur	40	7,6%
6 Guus Meeuwis	38	7,3%
7 Gemoedelijk	38	7,3%
8 Worstebroodjes	33	6,3%
9 Eindhoven	18	3,4%
10 Bossche bollen	18	3,4%
11 Groen	16	3,1%
12 Mooi(e)	15	2,9%
13 Eten	14	2,7%
14 Boeren	14	2,7%
15 Den Bosch	14	2,7%

telling na lemmatisering en groepering

eerst Helmond, dan Brabant (2023)	resp.	%
1 Gezelligheid	206	39,2%
2 Carnaval	133	25,3%
3 Bourgondisch	74	14,1%
4 Zachte g	62	11,8%
5 Gemoedelijk	45	8,6%
6 Natuur	38	7,2%
7 Worstebroodjes	36	6,9%
8 Eindhoven	35	6,7%
9 Guus Meeuwis	31	5,9%
10 Mooi(e)	26	5,0%
11 Den Bosch	22	4,2%
12 Groen	19	3,6%
13 Gastvrij	18	3,4%
14 PSV Eindhoven	17	3,2%
15 Eten	16	3,0%

telling na lemmatisering en groepering

ImagoMonitor Brabant 2022	resp.	%
1 Gezelligheid	880	28,54%
2 Carnaval	725	23,52%
3 Natuur	296	9,60%
4 Zachte g	289	9,37%
5 Guus Meeuwis	277	8,98%
6 Worstebroodjes	276	8,95%
7 Mooi(e)	229	7,43%
8 Eindhoven	199	6,45%
9 Bourgondisch	198	6,42%
10 Den Bosch	189	6,13%
11 Bos	137	4,44%
12 Bossche bollen	136	4,41%
13 Bier	133	4,31%
14 Gemoedelijk	104	3,37%
15 Efteling	98	3,18%

telling na lemmatisering en groepering

ImagoMonitor Brabant 2022	resp.	%
1 Gezelligheid	880	28,54%
2 Carnaval	725	23,52%
3 Natuur	296	9,60%
4 Zachte g	289	9,37%
5 Guus Meeuwis	277	8,98%
6 Worstebroodjes	276	8,95%
7 Mooi(e)	229	7,43%
8 Eindhoven	199	6,45%
9 Bourgondisch	198	6,42%
10 Den Bosch	189	6,13%
11 Bos	137	4,44%
12 Bossche bollen	136	4,41%
13 Bier	133	4,31%
14 Gemoedelijk	104	3,37%
15 Efteling	98	3,18%

telling na lemmatisering en groepering

SPONTANE ASSOCIATIES

1

Oss roept het kleinste aantal associaties op bij de respondenten. Verder zijn er – met uitzondering van ‘Brabant’ (44,5%; het hoogste percentage van alle zeven steden) – weinig betekenisvolle associaties die als sterk moeten worden beschouwd. Zo zeggen ‘plaats’ (9,9%), ‘stad’ (8,8%) en ‘dier’ (8,4%) niet veel. De associatie met de ‘SP’ is daarentegen redelijk sterk (7,4%) al dan niet vergezeld door de associatie met de familie ‘Marijnissen’ (3,8%). De lokaal verankerde associaties ‘Unox’ (3,2%) en ‘Organon’ (3,2%) zijn allebei relatief zwak. In relatie tot Brabant versterkt Oss wel ‘gezelligheid’, ‘Bourgondisch’, ‘gemoedelijk’ en ‘gastvrij’.

Roosendaal roept meer associaties op bij de respondenten dan Oss en Helmond, maar minder dan de vier grote steden. Ook hier is ‘Brabant’ (31,4%) de sterkste associatie, gevolgd door ‘stad’ (15,3%). Daarna volgen twee lokaal verankerde associaties: de ‘outlet’ (9,1%) komt op de 3^e plaats, gevolgd door ‘(trein)station’ (7,8%) en vervolgens de typerende associaties bij een aantrekkelijke winkelstad, hoewel ‘eten’ niet aanwezig is in de top-15. ‘Grens’ (4,4%) en ‘(dicht bij) België’ (4%) komen relatief hoog in de top-15, wellicht door het gebrek aan andere associaties. In relatie tot Brabant versterkt Roosendaal de traditionele associaties ‘gezellig’, ‘Bourgondisch’, ‘gemoedelijk’ en ‘gastvrij’.

Oss	resp.	%
1 Brabant	233	44,5%
2 Plaats	52	9,9%
3 Stad	46	8,8%
4 Dier	44	8,4%
5 SP	39	7,4%
6 Top Oss	25	4,8%
7 Gezelligheid	22	4,2%
8 Natuur	21	4,0%
9 Marijnissen	20	3,8%
10 Unox	17	3,2%
11 Organon	17	3,2%
12 Mooi(e)	17	3,2%
13 Dorp(s)	17	3,2%
14 Bende van Oss	16	3,1%
15 Nederland	15	2,9%

telling na lemmatisering en groepering

Roosendaal	resp.	%
1 Brabant	166	31,4%
2 Stad	81	15,3%
3 (Rosada) Outlet	48	9,1%
4 Trein(station)	41	7,8%
5 Mooi(e)	38	7,2%
6 Gezellig	31	5,9%
7 Winkelen	27	5,1%
8 Grens	23	4,4%
9 (dicht bij) België	21	4,0%
10 Plaats	18	3,4%
11 Rozen	17	3,2%
12 Natuur	16	3,0%
13 RBC Roosendaal	12	2,3%
14 Carnaval	12	2,3%
15 Zeeland	11	2,3%

telling na lemmatisering en groepering

eerst Oss, dan Brabant (2023)	resp.	%
1 Gezelligheid	199	38,0%
2 Carnaval	127	24,2%
3 Bourgondisch	65	12,4%
4 Zachte g	50	9,5%
5 Gemoedelijk	48	9,2%
6 Natuur	38	7,3%
7 Worstebroodjes	36	6,9%
8 Guus Meeuwis	34	6,5%
9 Eindhoven	24	4,6%
10 Bier	24	4,6%
11 Den Bosch	24	4,6%
12 Gastvrij	20	3,8%
13 Mooi(e)	19	3,6%
14 PSV Eindhoven	15	2,9%
15 Bossche bollen	14	2,7%

telling na lemmatisering en groepering

eerst Roosendaal, dan Brabant (2023)	resp.	%
1 Gezellig	193	36,6%
2 Carnaval	126	23,9%
3 Bourgondisch	81	15,3%
4 Zachte g	59	11,2%
5 Gemoedelijk	44	8,3%
6 Natuur	38	7,2%
7 Eten	32	6,1%
8 Guus Meeuwis	28	5,3%
9 Worstebroodjes	27	5,1%
10 Eindhoven	24	4,5%
11 Gastvrij	24	4,5%
12 Bossche bollen	23	4,4%
13 Groen	18	3,4%
14 Bier	17	3,4%
15 Leuk	16	3,2%

telling na lemmatisering en groepering

ImagoMonitor Brabant 2022	resp.	%
1 Gezelligheid	880	28,54%
2 Carnaval	725	23,52%
3 Natuur	296	9,60%
4 Zachte g	289	9,37%
5 Guus Meeuwis	277	8,98%
6 Worstebroodjes	276	8,95%
7 Mooi(e)	229	7,43%
8 Eindhoven	199	6,45%
9 Bourgondisch	198	6,42%
10 Den Bosch	189	6,13%
11 Bos	137	4,44%
12 Bossche bollen	136	4,41%
13 Bier	133	4,31%
14 Gemoedelijk	104	3,37%
15 Efteling	98	3,18%

telling na lemmatisering en groepering

ImagoMonitor Brabant 2022	resp.	%
1 Gezelligheid	880	28,54%
2 Carnaval	725	23,52%
3 Natuur	296	9,60%
4 Zachte g	289	9,37%
5 Guus Meeuwis	277	8,98%
6 Worstebroodjes	276	8,95%
7 Mooi(e)	229	7,43%
8 Eindhoven	199	6,45%
9 Bourgondisch	198	6,42%
10 Den Bosch	189	6,13%
11 Bos	137	4,44%
12 Bossche bollen	136	4,41%
13 Bier	133	4,31%
14 Gemoedelijk	104	3,37%
15 Efteling	98	3,18%

telling na lemmatisering en groepering

SPONTANE ASSOCIATIES

1

Tilburg wordt het sterkst geassocieerd met 'kermis' (34,2%). Dit is verreweg de sterkste associatie tussen een stad en een evenement; inclusief de verschillende associaties met 'carnaval'. 'Brabant' (27,5%) komt op de tweede plaats. Naast de Tilburgse Kermis zien we ook 'Willem II' (7,1%), de 'universiteit' (4,6%), 'textiel' (4,4%) en de 'Roze maandag' (3,2%) als lokaal verankerde associaties. De Efteling (2,7%) mag ook niet ontbreken, maar het is waard om op te merken dat de Efteling eerder geassocieerd wordt met 'Brabant' dan met 'Tilburg'. M.b.t. Brabant versterkt Tilburg de associaties 'gezellig', 'Bourgondisch', 'gemoedelijk' en 'gastvrij', en ook de associatie met de Efteling.

Over het algemeen zien we dat Eindhoven de meest unieke associaties oproept en zich daarmee het meest onderscheidt t.o.v. de andere zes én t.o.v. Brabant. Eindhoven is ook de stad die de meeste associaties oproept en de stad waarbij de top-5 associaties het meest dominant aanwezig zijn. Verder zijn 's-Hertogenbosch, Breda en Tilburg sterk verbonden met Brabant; zowel wat de directe associaties betreft als overeenkomst van associaties. Helmond levert een diffuse en relatief zwakke set van associaties op, terwijl Oss en Roosendaal sterk leunen op de directe associatie met Brabant en een paar minder sterke, lokaal verankerde associaties.

Alle steden versterken – in verschillende mate – de traditionele Brabantse associaties.

Tilburg	resp.	%
1 Kermis	179	34,2%
2 Brabant	144	27,5%
3 Stad	74	14,1%
4 Gezellig	64	12,2%
5 Carnaval	47	9,0%
6 Willem II	37	7,1%
7 Universiteit	24	4,6%
8 Mooi(e)	24	4,6%
9 Textiel	23	4,4%
10 Roze maandag	17	3,2%
11 Winkelen	16	3,1%
12 Studenten	15	2,9%
13 Efteling	14	2,7%
14 Zachte g	13	2,5%
15 Zuiden	13	2,5%

telling na lemmatisering en groepering

eerst Tilburg, dan Brabant (2023)	resp.	%
1 Gezellig	182	34,7%
2 Carnaval	123	23,5%
3 Bourgondisch	52	9,9%
4 Worstebroodjes	52	9,9%
5 Zachte g	48	9,2%
6 Gemoedelijk	42	8,0%
7 Natuur	34	6,5%
8 Guus Meeuwis	32	6,1%
9 Efteling	25	4,8%
10 Gastvrij	24	4,6%
11 Mooi(e)	23	4,4%
12 Bier	21	4,0%
13 Eten	19	3,6%
14 Leuk	15	2,9%
15 Den Bosch	15	2,9%

telling na lemmatisering en groepering

ImagoMonitor Brabant 2022	resp.	%
1 Gezelligheid	880	28,54%
2 Carnaval	725	23,52%
3 Natuur	296	9,60%
4 Zachte g	289	9,37%
5 Guus Meeuwis	277	8,98%
6 Worstebroodjes	276	8,95%
7 Mooi(e)	229	7,43%
8 Eindhoven	199	6,45%
9 Bourgondisch	198	6,42%
10 Den Bosch	189	6,13%
11 Bos	137	4,44%
12 Bossche bollen	136	4,41%
13 Bier	133	4,31%
14 Gemoedelijk	104	3,37%
15 Efteling	98	3,18%

telling na lemmatisering en groepering

totaal aan associaties	rang	aantal	top-5 %
1 Eindhoven		1.280	50%
2 s-Hertogenbosch		1.228	47%
3 Breda		1.180	44%
4 Tilburg		1.125	45%
5 Roosendaal		1.062	35%
6 Helmond		1.001	32%
7 Oss		951	44%
= totaal (steden)		7.827	-
* Brabant (na steden)		8.599	-

GEHOLPEN ASSOCIATIES

GEHOLPEN ASSOCIATIES

2

In het onderdeel 'geholpen associaties' is aan de respondenten dertig associaties voorgelegd en is hen gevraagd om met 'ja' of 'nee' aan te geven of ze de associatie vonden passen bij de stad in kwestie. De respondenten is niet gevraagd om de steden ten opzichte van elkáár te beoordelen.

De geholpen associaties werden voorgelegd nádat ze eerst spontane associaties hadden opgetekend.

Deze manier van uitvragen maakt het mogelijk om de zeven steden onderling te vergelijken én om iets te zeggen over de geholpen associaties per stad. Daarnaast is een aantal van de associaties eerder ook bij Brabant zelf gemeten, waardoor we ook vergelijkingen kunnen maken tussen de steden en Brabant.

En score onder 50% betekent dat er meer respondenten zijn die een associatie niet vinden passen bij de stad in kwestie dan wel. Wij rekenen meestal met 70% als de grens van wanneer een geholpen associatie sterk mag worden genoemd en 80% en daarboven als 'zeer sterk'.



GEHOLPEN ASSOCIATIES

2

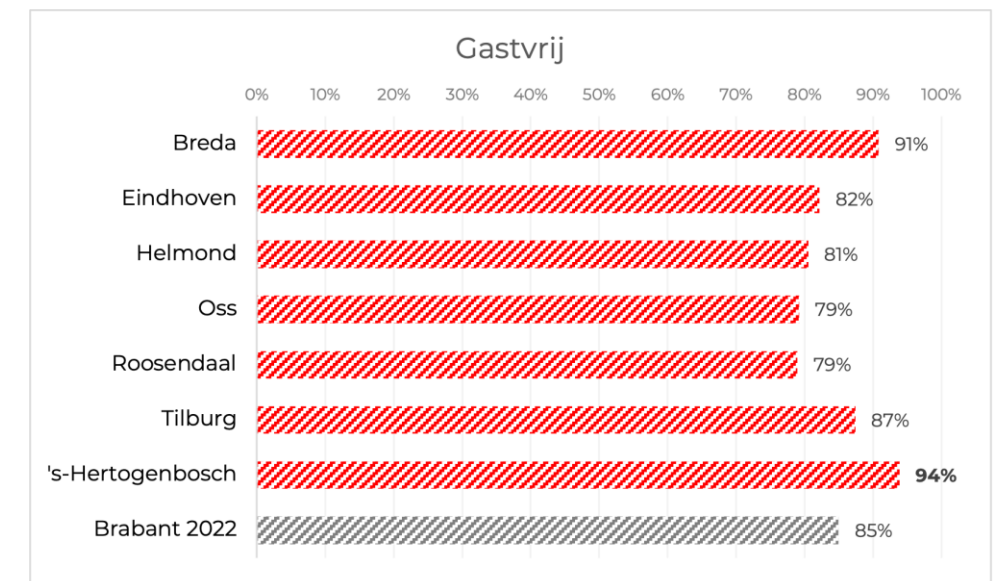
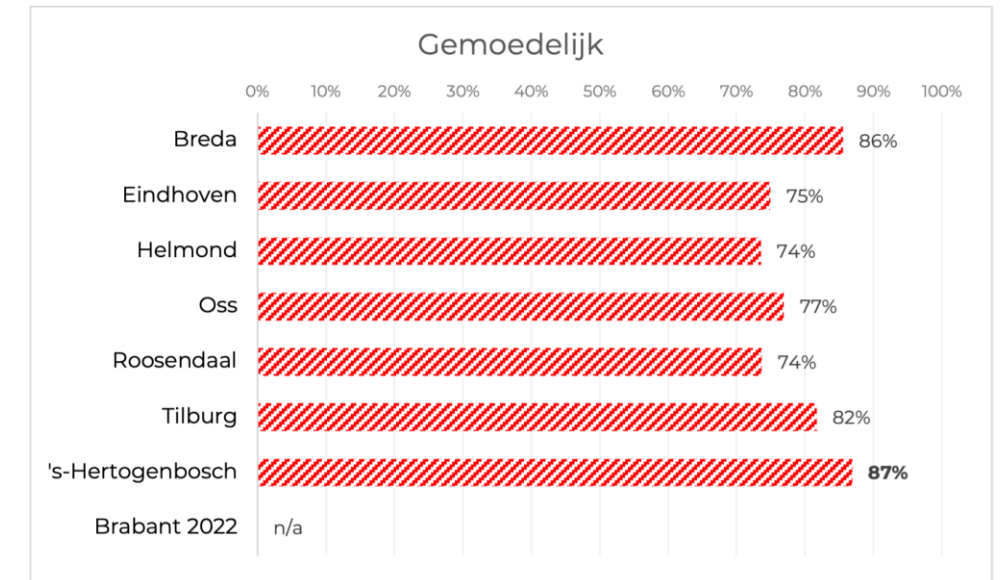
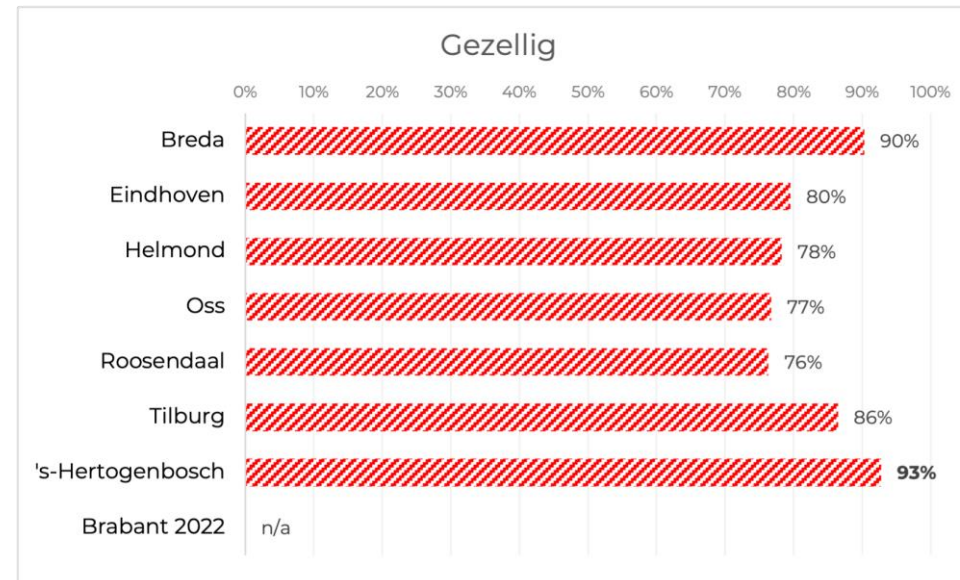
We beginnen met het bekijken van de traditioneel sterke Brabantse associaties. 's-Hertogenbosch scoort het hoogst op alle vier associaties – en op drie van de associaties zelfs boven de 90%! Breda is de eeuwige tweede en Tilburg de stabiele derde. Voor alle zeven Brabantse steden geldt dat deze vier associaties als sterk mogen worden beschouwd.

Bij **'gezellig'** is de voorsprong van 's-Hertogenbosch (93%) op Breda (90%) slechts 3%. Tilburg (86%) volgt met 6% minder en Eindhoven (80%) met 13% minder. Helmond (78%), Oss (77%) en Roosendaal (76%) zitten daar net onder en erg dicht op elkaar.

Bij **'gemoedelijk'** is de voorsprong van 's-Hertogenbosch (87%) op Breda (86%) slechts 1%. En ook Tilburg (82%) zit er dicht op. Oss (77%) scoort iets hoger dan Eindhoven (75%), Helmond (74%) en Roosendaal (74%).

Bij **'hartelijk'** herhaalt dit patroon zich. Ook hier zit Breda (89%) erg dicht op 's-Hertogenbosch (91%). Dit zijn overigens de twee steden die hoger scoren dan Brabant (88%) zelf. Tilburg (86%) zit er echter niet ver onder. Eindhoven (79%), Roosendaal (78%), Helmond (77%) en Oss (77%) volgen op gepast afstand.

Ook bij **'gastvrij'** vormt 's-Hertogenbosch (94%) een kopgroep met Breda (91%) en Tilburg (87%). De 94% score van Den Bosch is tevens de hoogste score van alle dertig associaties met alle zeven steden. Ook hier scoren 's-Hertogenbosch en Breda hoger dan Brabant (85%) zelf, maar scoort ook Tilburg hoger.



GEHOLPEN ASSOCIATIES

2

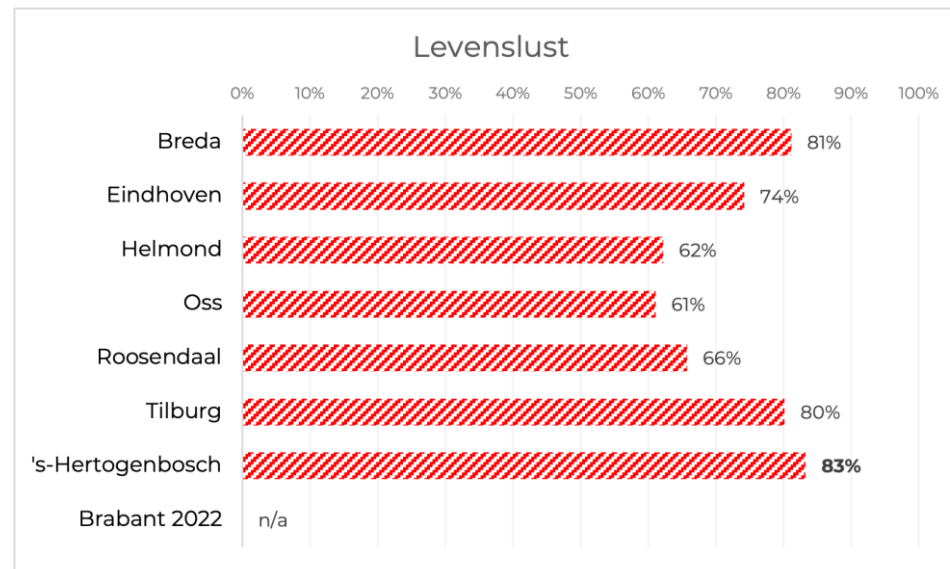
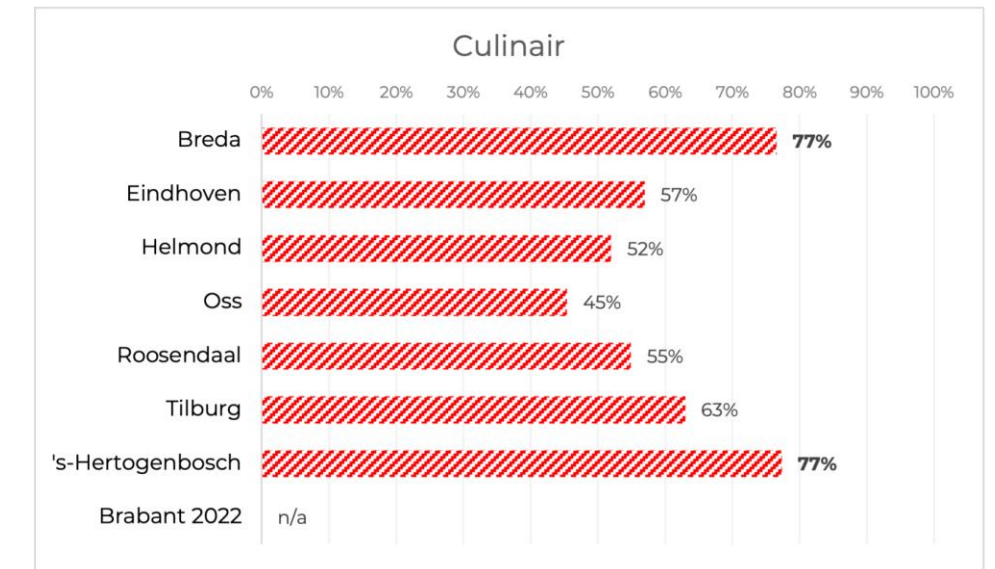
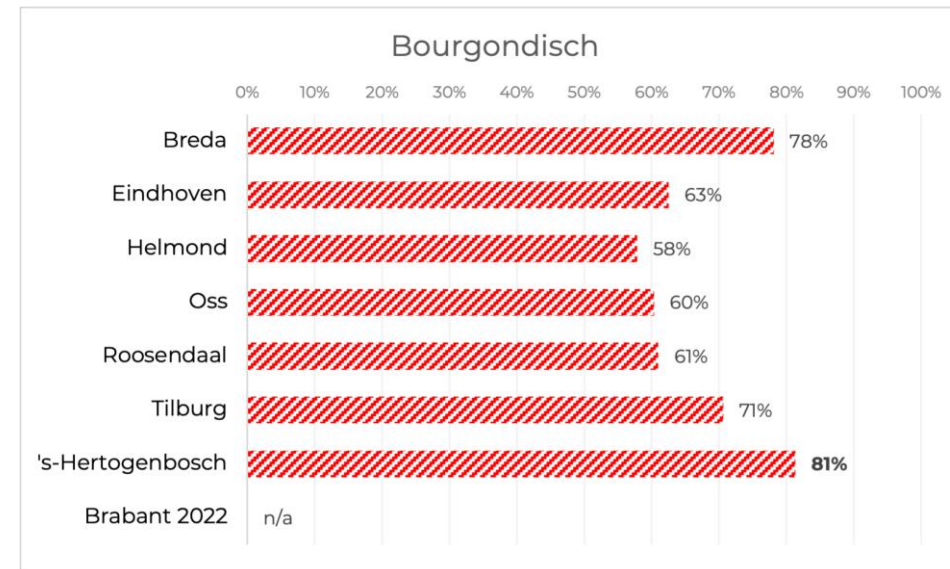
Ook **'Bourgondisch'** is voor 's-Hertogenbosch (81%), Breda (78%) en Tilburg (71%) een sterke associatie. Het verschil tussen 's-Hertogenbosch en Tilburg is overigens wel groot: 10%. Desalniettemin is het voor alle drie de steden een sterke associatie. Eindhoven (63%) 8% lager dan Tilburg, en Roosendaal (61%), Oss (60%) en Helmond (58%) volgen elkaar redelijk snel op.

Bij **'culinair'** wint 's-Hertogenbosch (77,3%) het nipt van Breda (76,6%). De afstand tot Tilburg is groot (14% minder).

Bij **'levenslust'** is de kopgroep van 's-Hertogenbosch (83%), Breda (81%) en Tilburg (80%) weer zichtbaar. Eindhoven (74%) roept hier ook een sterke associatie mee op, terwijl Roosendaal (66%), Helmond (62%) en Oss (61%) minder sterk scoren hierop.

Het is duidelijk dat er zeer sterke associatieve relaties zijn tussen zowel 's-Hertogenbosch als Breda met Brabant. Deze twee steden en de regio versterken en/of bevestigen elkaars associaties, maar zijn daardoor ook weinig complementair in de zin dat er geen nieuwe associaties worden toegevoegd.

Op basis van de resultaten op deze en de vorige pagina is het overigens duidelijk dat alle zeven steden – al is het in verschillende mate – meeliften op én bijdragen aan de traditioneel sterke Brabantse associaties.



GEHOLPEN ASSOCIATIES

2

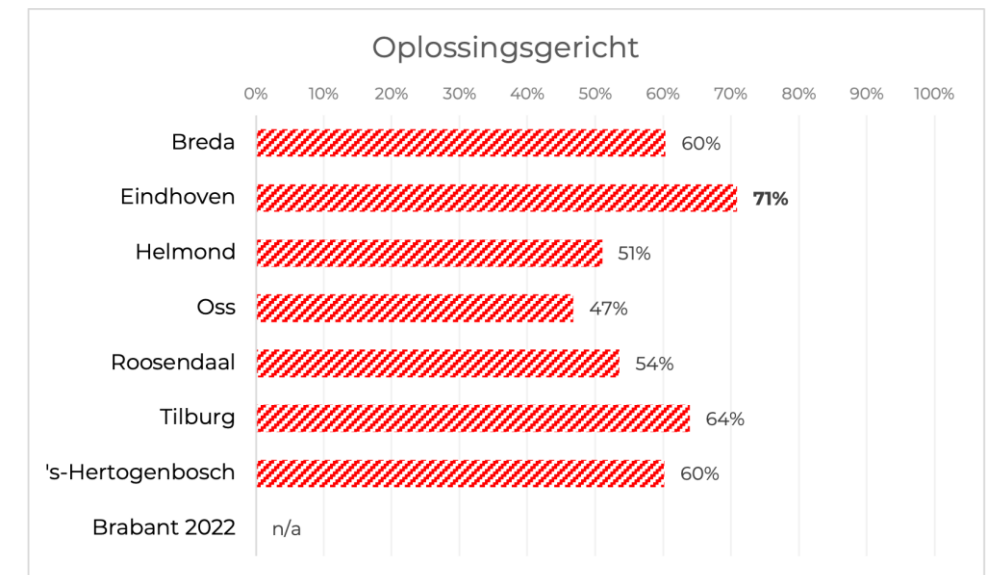
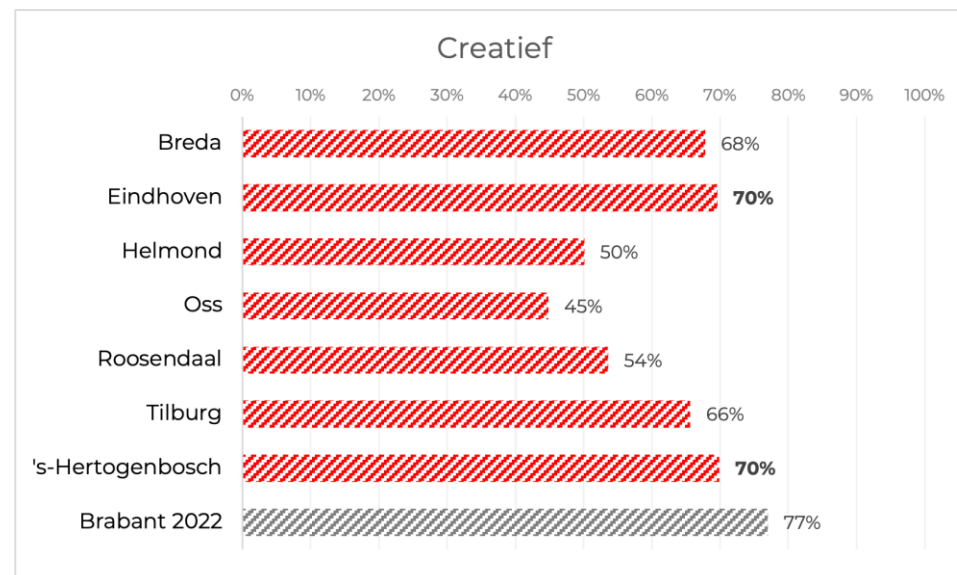
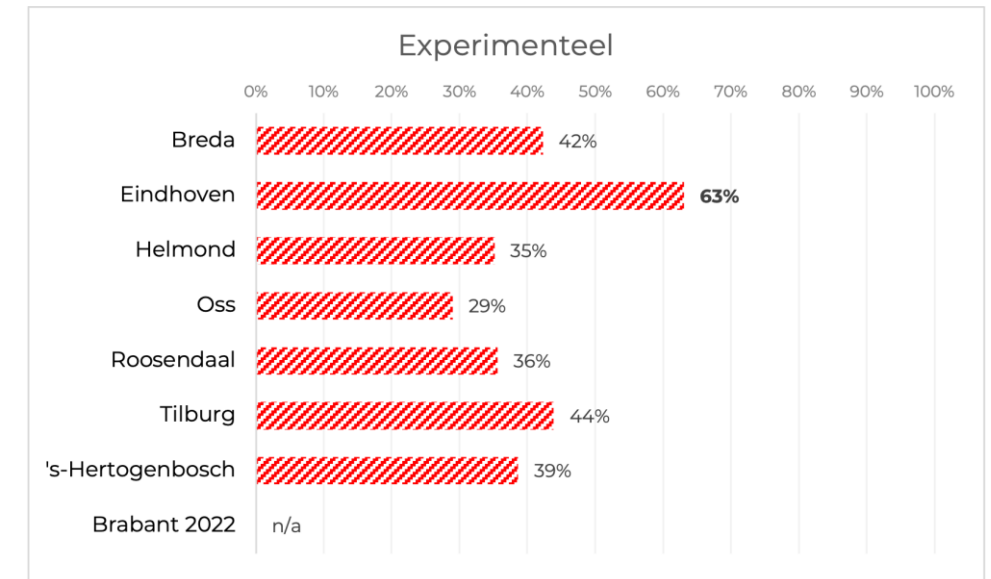
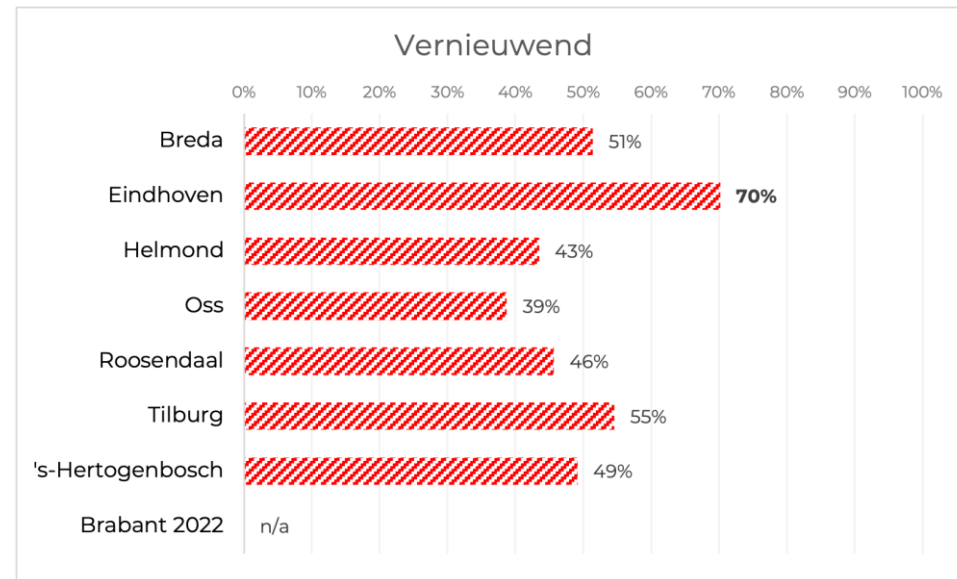
Eindhoven neemt – niet geheel verrassend – een leidende positie in op associaties die te maken hebben met innovatie.

Bij **'vernieuwend'** (70%) en **'experimenteel'** (63%) laat Eindhoven de andere zes Brabantse steden ver achter zich. In alle vier gevallen komt Tilburg op de 2^e plek, gevolgd door Breda. De verschillen zijn (zeer) groot en liggen tussen 15% en 20%.

Bij **'creatief'** (70%) scoren Eindhoven en 's-Hertogenbosch nagenoeg gelijk, direct gevolgd door Breda (68%) en Tilburg (66%). 'Creatief' is de enige van deze vier associaties waar Eindhoven niet met afstand de leiding neemt.

Bij **'oplossingsgericht'** liggen de scores dicht bij elkaar. Hier volgt Tilburg op 6% achterstand, en Breda scoort 11% lager dan Eindhoven (71%).

Oss scoort verreweg het laagst op alle vier associaties die hier weergegeven zijn en Helmond lijkt hier niet mee te liften op de geografische ligging dicht bij Eindhoven – ondanks dat Eindhoven een vrij sterke spontane associatie was bij Helmond.



GEHOLPEN ASSOCIATIES

2

Eindhoven neemt ook de leiding op 'ambitueus', 'impact', 'grensverleggend' en 'internationaal georiënteerd'.

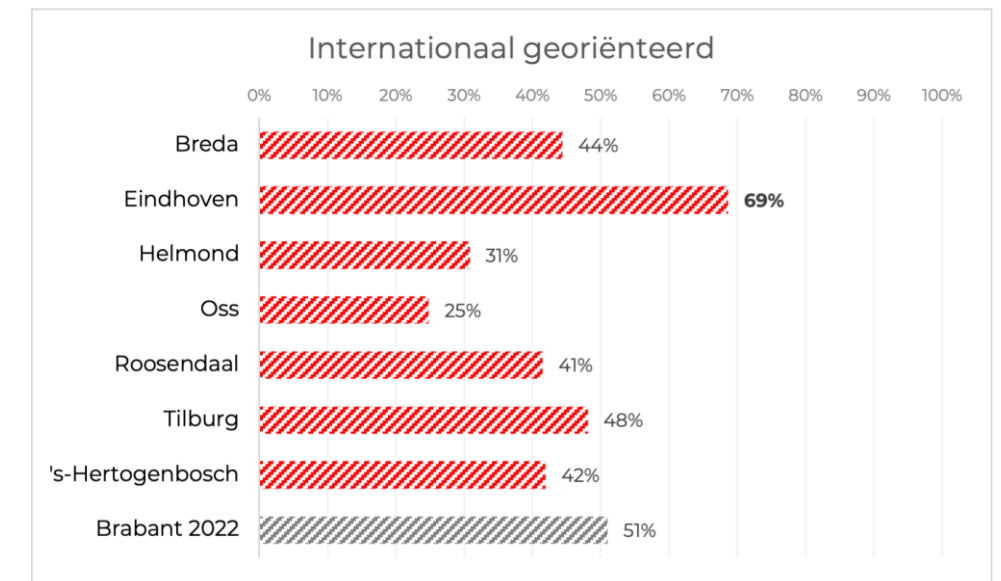
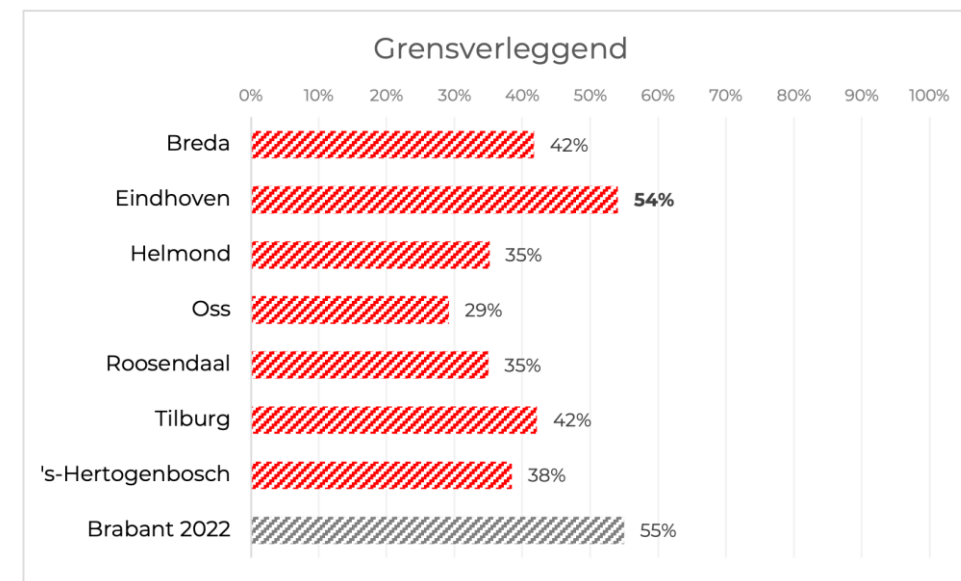
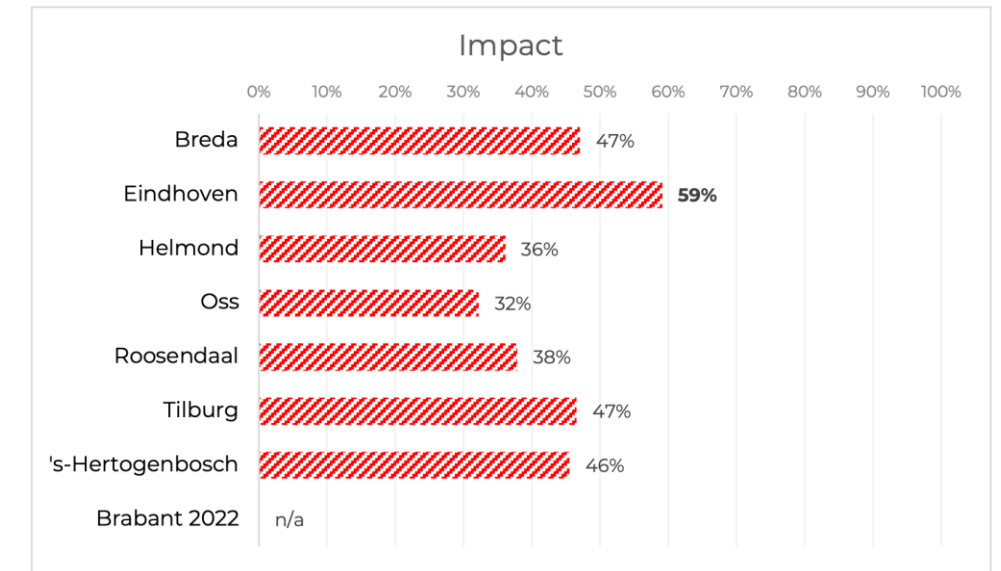
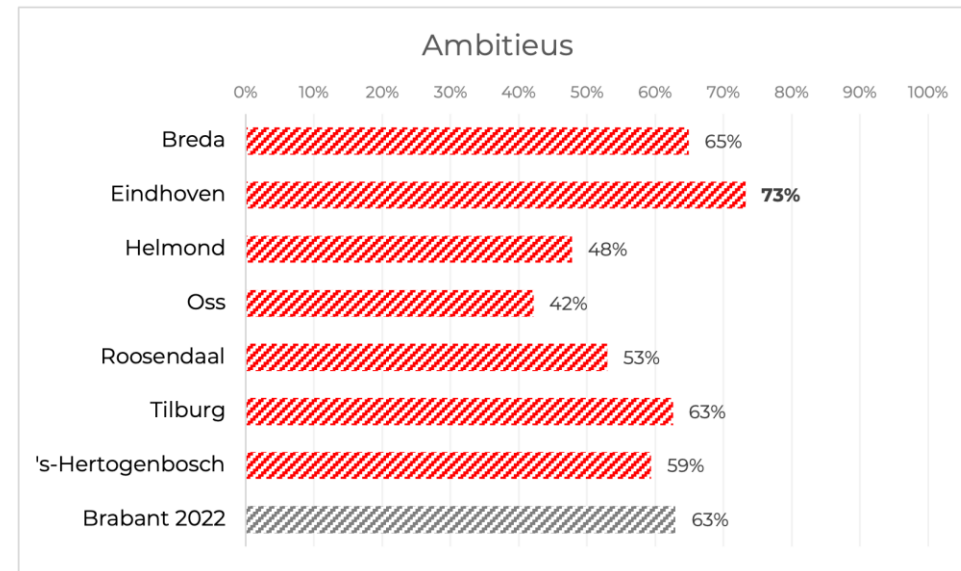
Bij **'ambitueus'** wordt Eindhoven (73%) gevolgd door Breda (8% lager), Tilburg (10% lager) en 's-Hertogenbosch (14% lager). Eindhoven, Breda en Tilburg scoren hier hoger dan Brabant als zodanig, terwijl de andere vier steden lager scoren dan Brabant.

Bij **'impact'** zijn de scores minder positief. Eindhoven (59%) scoort als enige van de zeven steden hoger dan 50%. Eindhoven wordt gevolgd door Breda en Tilburg (beiden 12% lager) en 's-Hertogenbosch (13% lager).

De associatie **'grensverleggend'** valt op: 'Brabant' (55%) scoort iets hoger dan 'Eindhoven' (54%), terwijl de andere Brabantse steden ver achter blijven. Maar in alle gevallen is er geen sprake van een sterke associatie met 'grensverleggend'.

Bij **'internationaal georiënteerd'** scoort Eindhoven ook als enige meer dan 50%. Met 69% is de afstand naar Tilburg (21% lager), Breda (25% lager), 's-Hertogenbosch (27% lager) en Roosendaal (28% lager) groot!

Ook bij deze vier associaties scoort Oss verreweg het minst positief van de zeven Brabantse steden en Helmond lift ook hier weinig mee op Eindhoven.



GEHOLPEN ASSOCIATIES

2

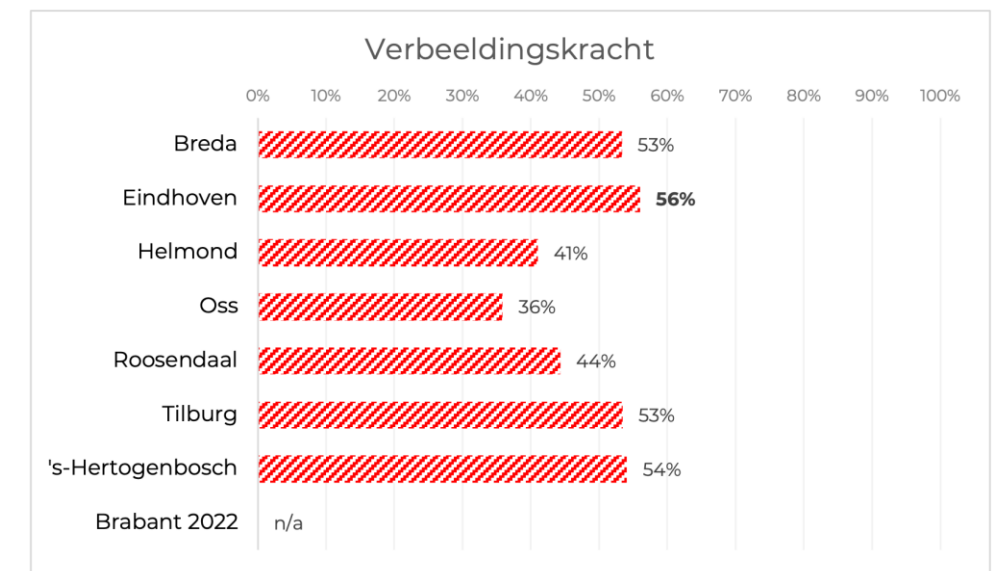
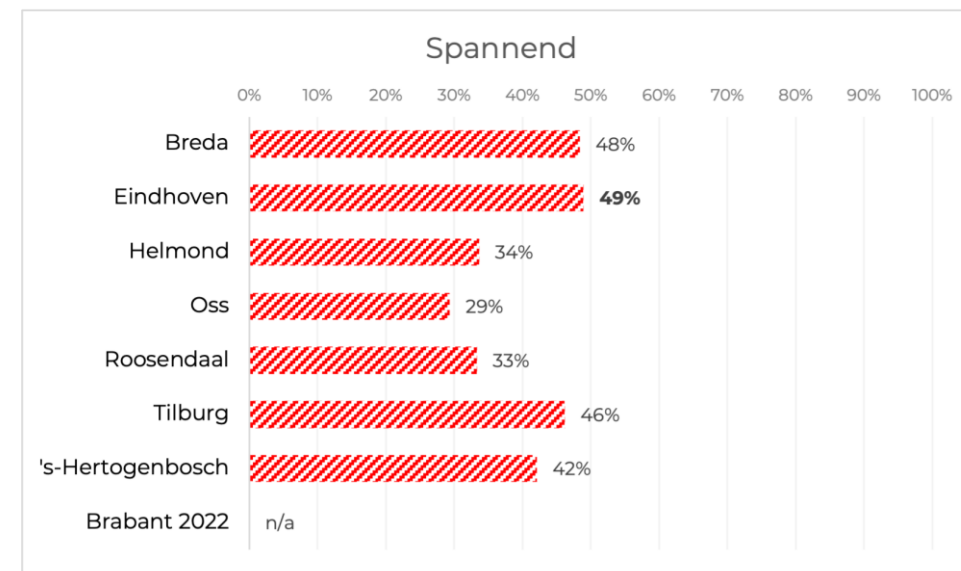
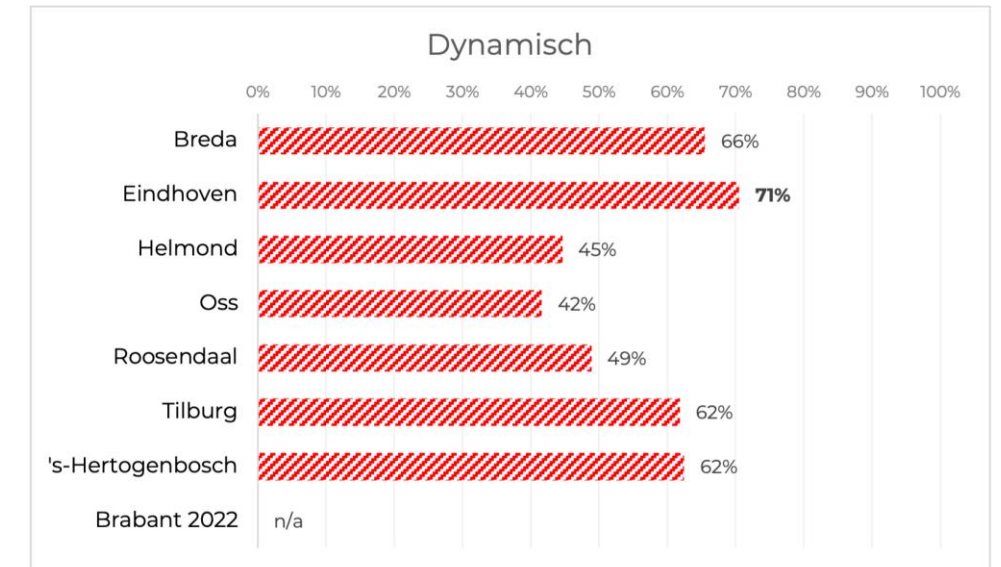
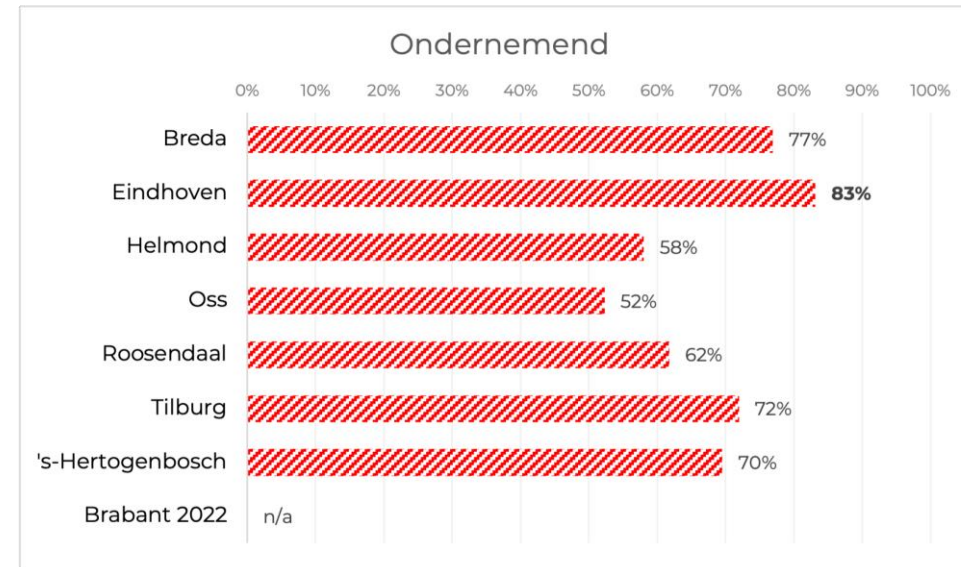
Eindhoven scoort ook het hoogst op 'ondernemend', 'dynamisch', 'spannend' en 'verbeeldingskracht'.

Met een zeer sterke score van 83% presteert Eindhoven 6% hoger dan Breda, 11% hoger dan Tilburg en 13% hoger dan 's-Hertogenbosch. Alle zeven Brabantse steden scoren hoger dan 50% bij deze associatie, waarbij Oss en Helmond het laagst scoren.

Bij **'dynamisch'** scoort Eindhoven (71%) slechts 5% hoger dan Breda en 9% hoger dan Tilburg en 's-Hertogenbosch. Roosendaal, Helmond en Oss scoren alle drie lager dan 50%, en weer scoort Oss het laagst.

Geen van de zeven steden scoort hoger dan 50% op de associatie **'spannend'**. Eindhoven komt het dichtst bij met 49%, gevolgd door Breda (48%), Tilburg (46%) en 's-Hertogenbosch (42%). Dit is geen sterke associatie bij de Brabantse steden., en al helemaal niet bij Oss die slechts 29% scoort.

Bij **'verbeeldingskracht'** komen de vier grote steden nét boven de 50%. Met 56% scoort Eindhoven hier 2% hoger dan 's-Hertogenbosch, en 3% hoger dan Breda en Tilburg. Weer is Oss hekkensluiter met 36%, 20% lager dan Eindhoven.



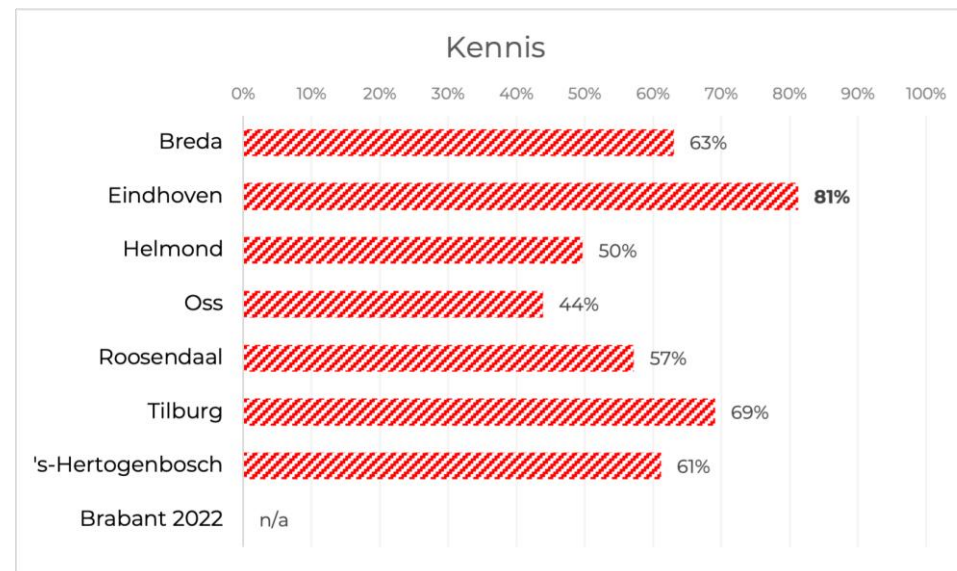
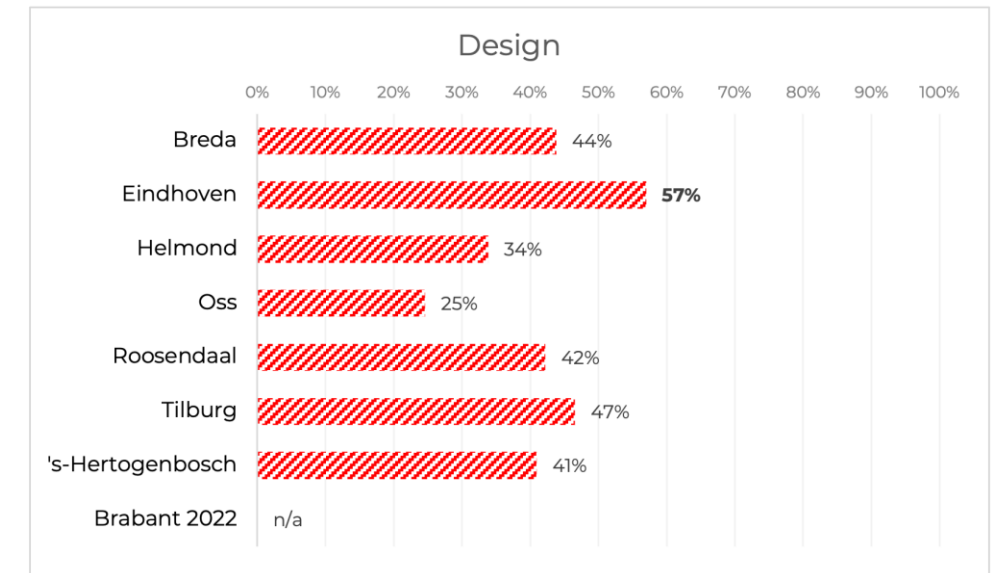
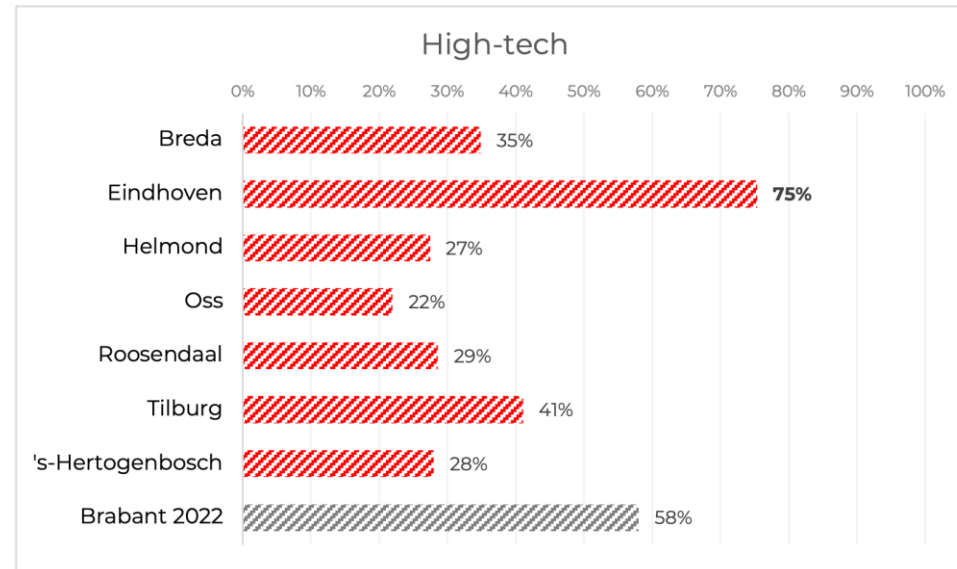
GEHOLPEN ASSOCIATIES

2

Niet geheel verrassend scoort Eindhoven verreweg het hoogst op **'high-tech'**. Als enige Brabantse stad scoort Eindhoven boven 50%. Tilburg komt op een 2^e plaats, maar met 34% minder, en Breda volgt met 40%. Oss scoort hier met 22% het slechtst van alle zeven steden, gemeten over alle dertig associaties. De score van 75% is echter niet zo sterk als men misschien zou verwachten, gezien de metier van het innovatieve en industriële complex in en om Eindhoven. Helmond krijgt weer geen noemenswaardige bonus van de geografische en mentale nabijheid, terwijl Brabant als geheel wel profiteert van de associaties van Eindhoven. Met 58% scoort Brabant 17% lager, maar nog altijd veel hoger dan ieder van de andere zes steden.

Op **'design'** neemt Eindhoven ook een leidende positie, maar hier met veel minder voorsprong op Tilburg (10% minder), Breda (13% minder) en 's-Hertogenbosch (16% minder). Ook hier is Eindhoven de enige stad die hoger scoort dan 50%, maar gezien de profilering en de metiers van Eindhoven is 57% niet een goede score. Ook al scoren de andere steden minder goed, 'design' is geen sterke associatie bij Eindhoven.

Bij **'kennis'** ligt dit anders. Eindhoven scoort hier 81%, gevolgd door universiteitsstad Tilburg (69%), Breda (63%) en 's-Hertogenbosch (61%). Roosendaal (57%) weet hier afstand te nemen van de 50%-grens, Helmond scoort 50-50, en weer scoort Oss het zwakst met 44%.



GEHOLPEN ASSOCIATIES

2

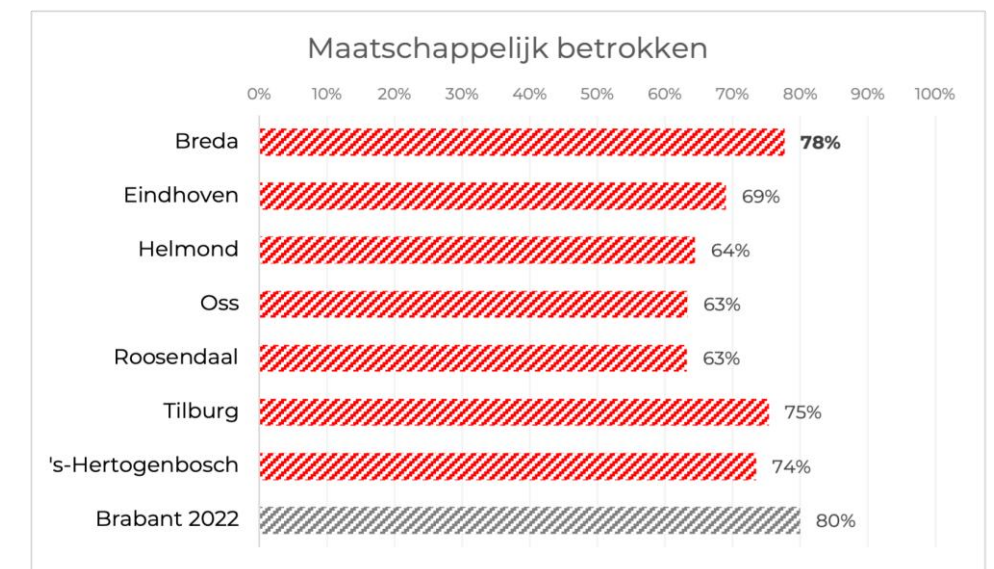
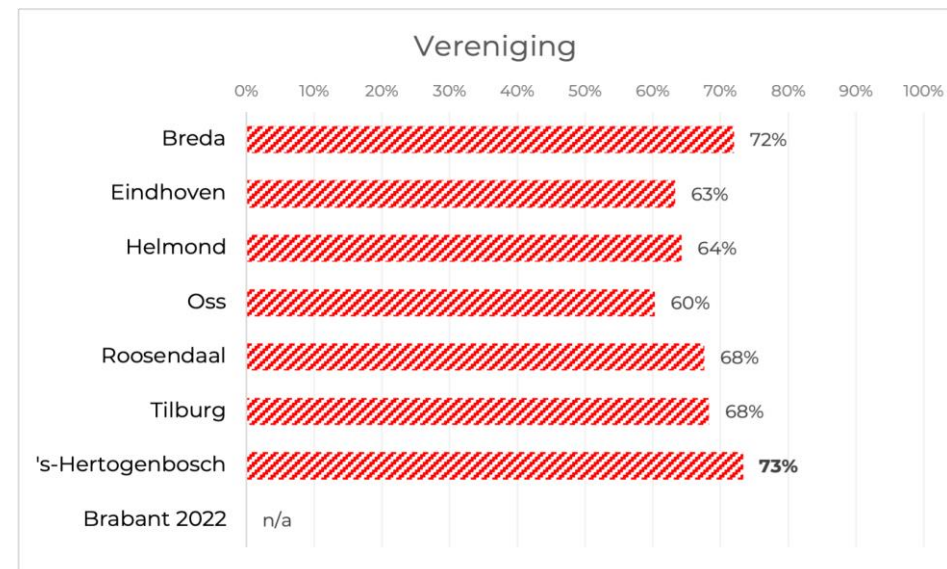
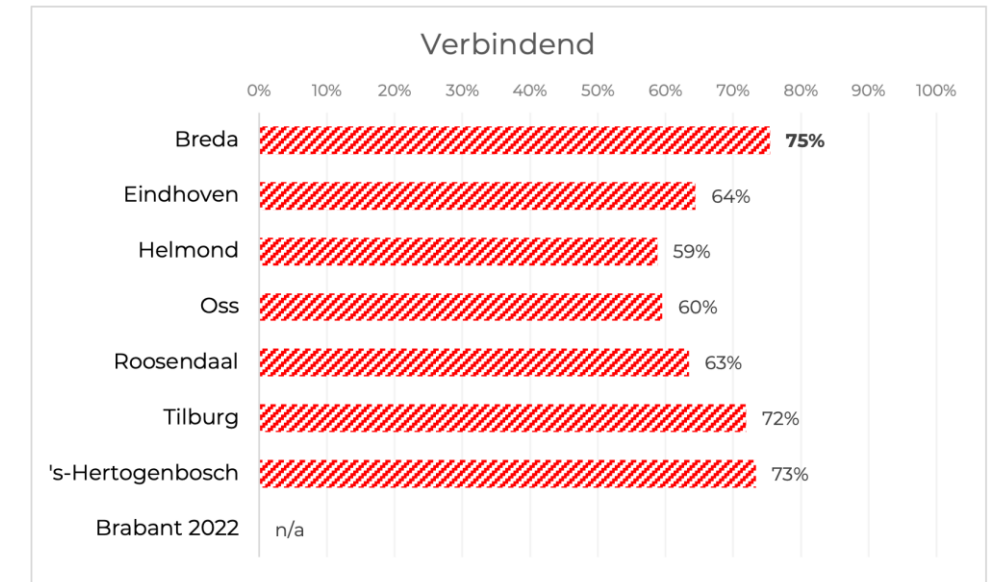
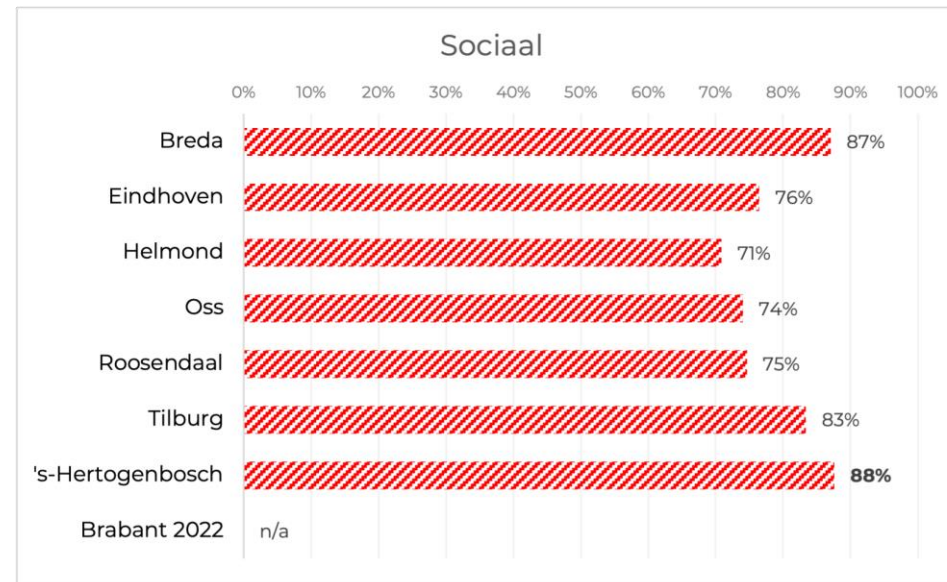
In het domein van de meer zachte associaties, zien we Eindhoven niet meer de leiding nemen, maar komen 's-Hertogenbosch, Breda en Tilburg weer bovendrijven.

'**Sociaal**' is een sterke associatie van alle zeven Brabantse steden. De verschillen zijn niet heel groot. 's-Hertogenbosch (88%) scoort het hoogst, maar slechts 17% hoger dan Helmond (71%) die het laagst scoort. Breda is nipt tweede met (87%).

Bij '**verbindend**' scoort Breda (75%) het hoogst. 's-Hertogenbosch (73%) en Tilburg (72%) zitten er dichtbij. Eindhoven (64%) en Roosendaal (63%) volgen daar met Oss (60%) en Helmond (59%) niet ver achter.

'**Vereniging**' wordt het meest geassocieerd met 's-Hertogenbosch (73%) en Breda (72%). Tilburg en Roosendaal volgen (beiden 68%). Helmond (64%), Eindhoven (63%) en Oss (60%) volgen ook hier niet ver achter.

Bij '**maatschappelijk betrokken**' zien we een interessant effect. Brabant scoort met 80% hoger dan alle zeven steden. Wellicht komt dit door de associaties die Brabant oproept met andere vriendelijke waarden. Breda komt met 78% het dichtst bij, gevolgd door Tilburg (75%) en 's-Hertogenbosch (74%). Voor deze drie steden is het nog een sterke associatie. Voor Eindhoven (69%) nipt niet, en de andere drie steden volgen dicht op elkaar.



GEHOLPEN ASSOCIATIES

2

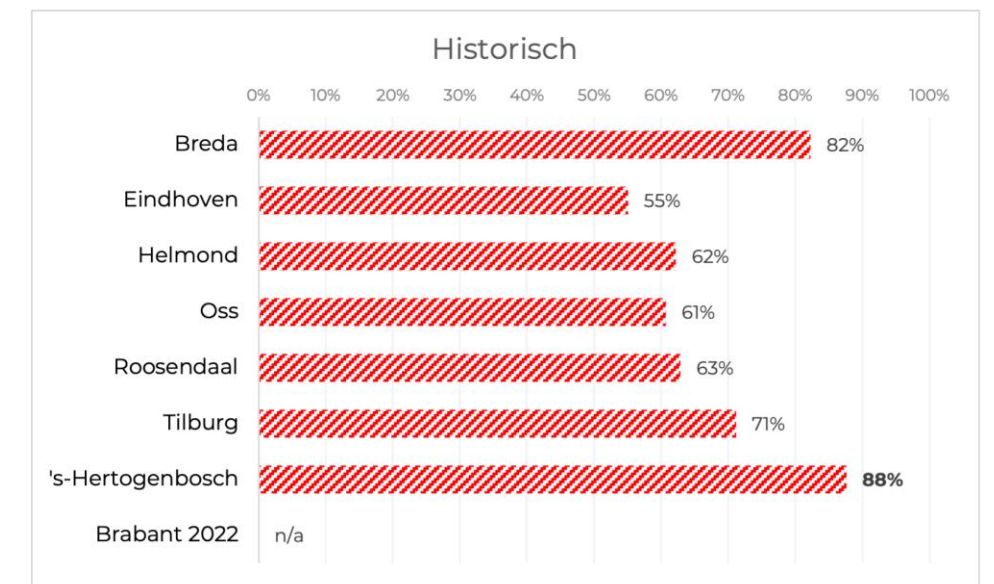
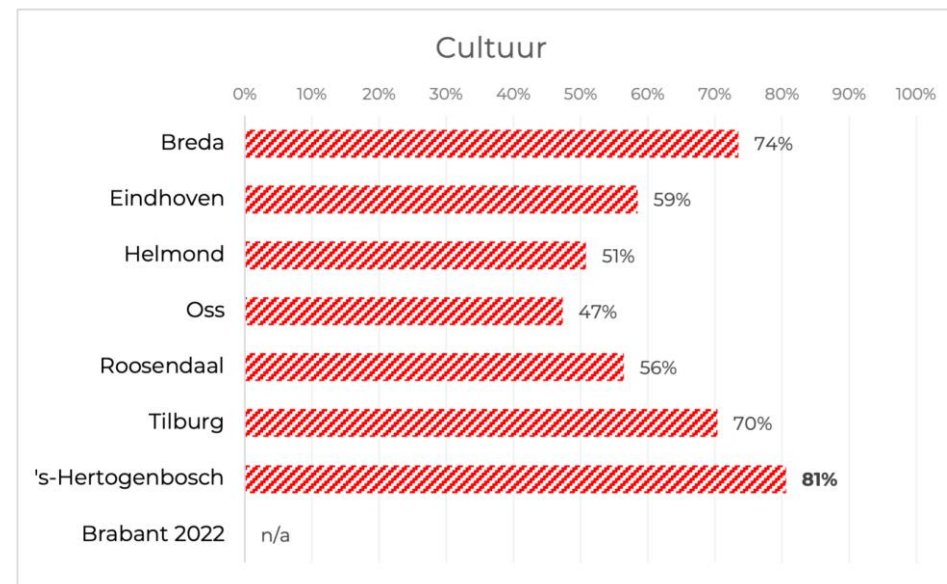
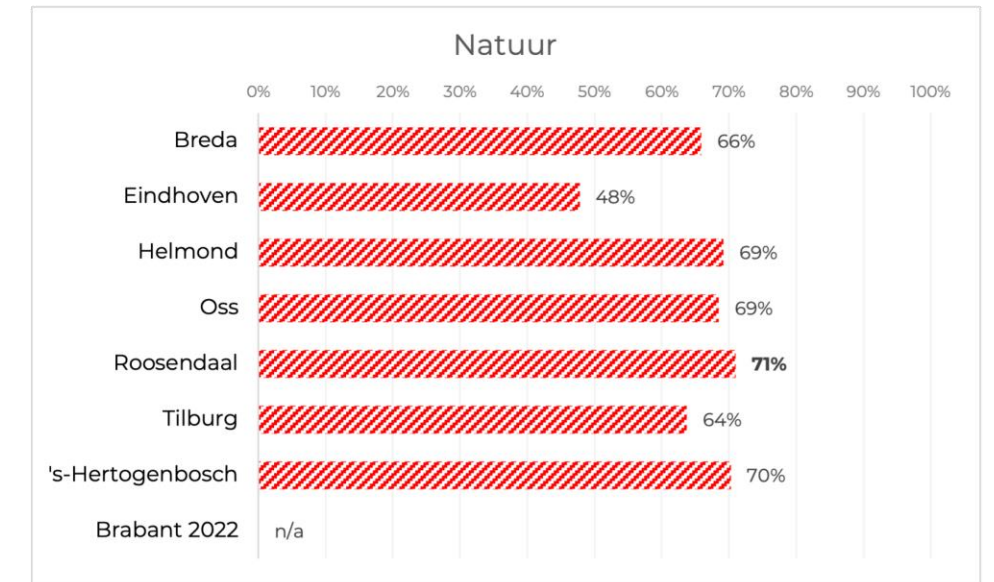
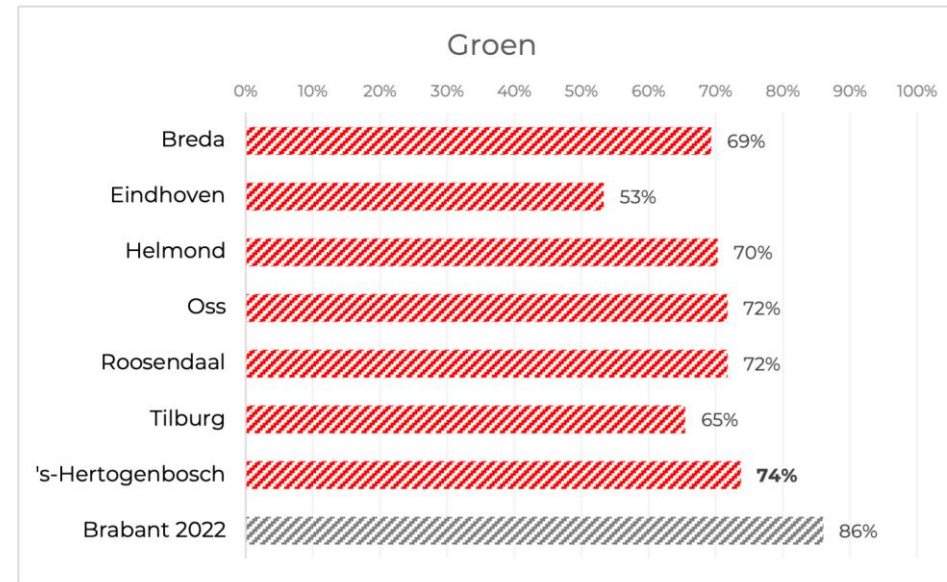
'Groen' wordt het meest met 's-Hertogenbosch (74%) geassocieerd, maar ook bij Roosendaal (72%), Oss (72%) en Helmond (70%) spreken we van een sterke associatie. Breda (69%) en Tilburg (65%) komen daar ook bij in de buurt, terwijl Eindhoven hier de laatste plaats inneemt met slechts 53%. Het is verder logisch dat Brabant als regio met 86% alle zeven steden (ver) achter zich laat.

Bij 'natuur' zien we voor het eerst een andere stad dan 's-Hertogenbosch, Breda of Eindhoven de leiding nemen. Die eer valt hier Roosendaal (71%) ten deel, nauw gevolgd door 's-Hertogenbosch (70%), Helmond (69%), Oss (69%) en op iets grotere achterstand Breda (66%). Hekkensluiser is ook hier Eindhoven die met 48% opvallend ver achter de andere zes steden eindigt.

's-Hertogenbosch neemt weer de koppositie in als het over 'cultuur' en 'historisch' gaat.

Bij 'cultuur' (81%) wordt de provinciehoofdstad weer door Breda (74%) en Tilburg (70%) op afstand gevolgd. Eindhoven (59%), Roosendaal (56%) en nipt Helmond (51%) komen boven de grens van 50%, terwijl Oss (47%) daar net onder valt.

Bij 'historisch' (88%) wordt de provinciehoofdstad ook gevolgd door Breda (82%) en vormen deze samen een kopgroep. Tilburg (71%) komt daar achter. Roosendaal (63%), Helmond (62%) en Oss (61%) vormen de middenmoot, terwijl Eindhoven met 55% het minst met historisch wordt geassocieerd.



ATTITUDE

(ISI = Image Sentiment Indicator)

ATTITUDE (ISI)

3

Dit onderdeel van de ImagoMonitor tracht te becijferen hoe de respondenten denken over het beeld van de zeven individuele Brabantse steden (attitude: negatief tot positief) in relatie tot het beeld van Brabant als geheel.

Bij het interpreteren van de attitude-resultaten dient men zich te realiseren dat de vraag wordt gesteld op een schaal van -10 (zeer negatief) tot +10 (zeer positief). Op basis daarvan wordt het gemiddelde berekend. Dit gemiddelde moet dus niet worden gelezen als een rapportcijfer dat opereert op een schaal van 0 of 1 naar 10.



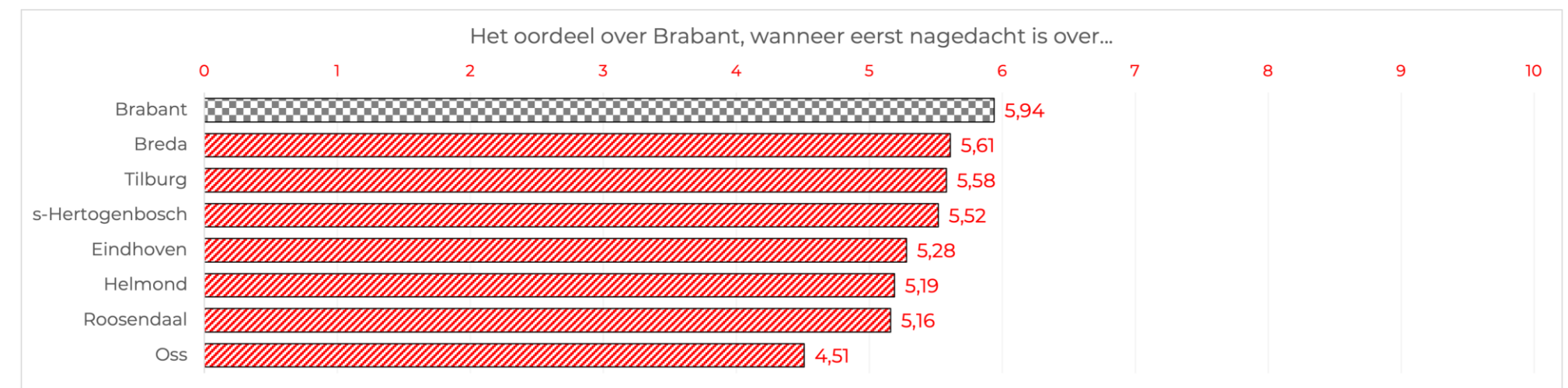
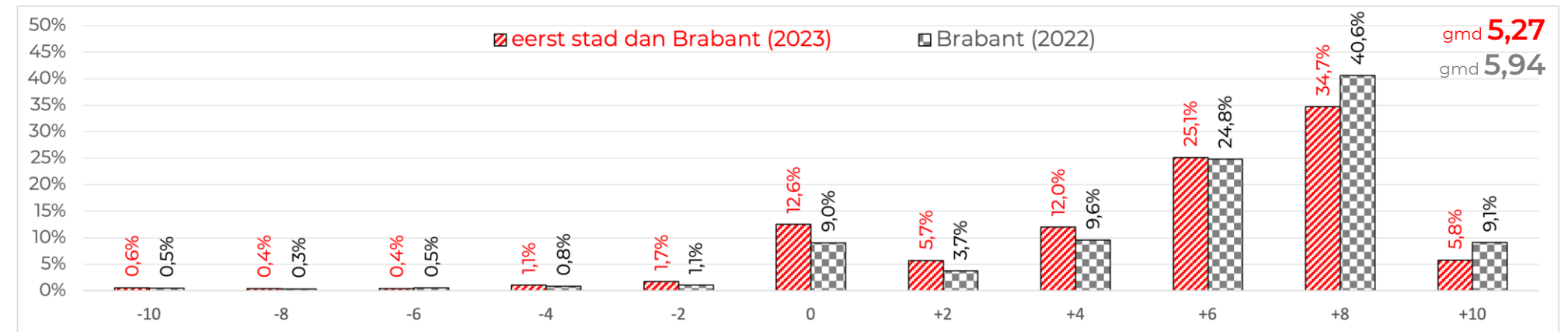
ATTITUDE (ISI)

3

In de 2022-editie van de Brabantse ImagoMonitor scoorde Brabant een 5,94 op een schaal van -10 tot +10 onder de niet-Brabanders. In de huidige editie scoort Brabant een 5,27. Dit is 0,67 punt lager. In de vergelijking met 2022 moeten we echter rekening houden met het feit dat in deze speciale editie de respondenten eerst vragen hebben gekregen over een van de zeven steden, en pas daarna over Brabant. Daarnaast scoorde Brabant in de 2020-editie een 5,13 - 0,14 punt lager dan nu en 0,8 punt lager dan in 2022. Er zou daarom ook sprake kunnen zijn van een normale onzekerheidsmarge, waarbij 2022 een uitschieter omhoog was.

Wanneer we berekenen hoe het beeld van Brabant anders wordt beoordeeld wanneer de respondenten eerst aan een van de zeven steden hebben moeten denken, zien we grote verschillen. Van de zeven steden zijn de respondenten het positiefst over Brabant, wanneer ze eerst aan Breda moesten denken (5,61). Dicht daarop zit Tilburg (5,58) en 's-Hertogenbosch (5,52). Eindhoven volgt op enige afstand met 5,28. Deze vier steden zitten (niet) boven het gemiddelde van 5,27. Helmond (5,19) zit net onder het gemiddelde, terwijl Roosendaal (5,16) en - vooral - Oss (4,51) er behoorlijk onder zitten.

Voor alle zeven steden geldt echter dat Brabant lager scoort dan wanneer direct aan Brabant wordt gedacht. Dit is een belangrijke constatering die consequenties kan hebben voor strategie en uitvoering, met name m.b.t. marktwerking.



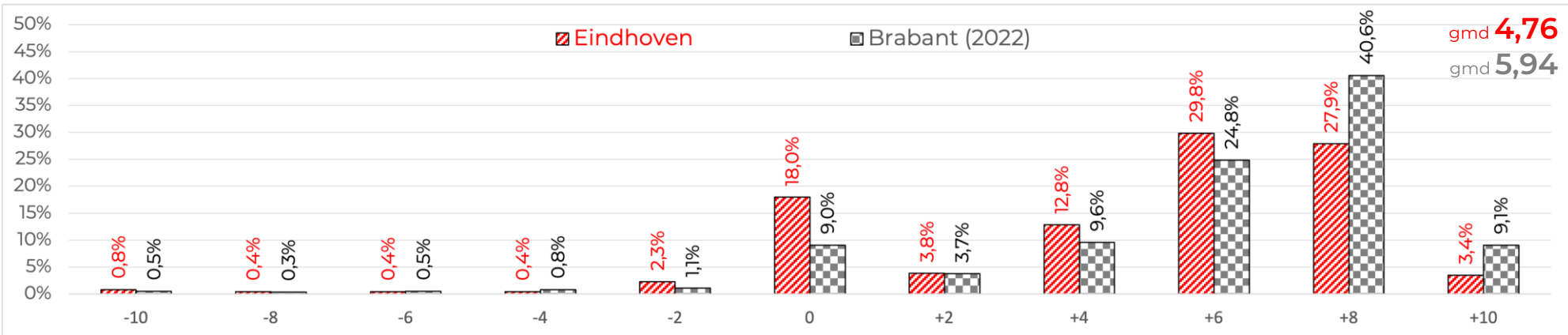
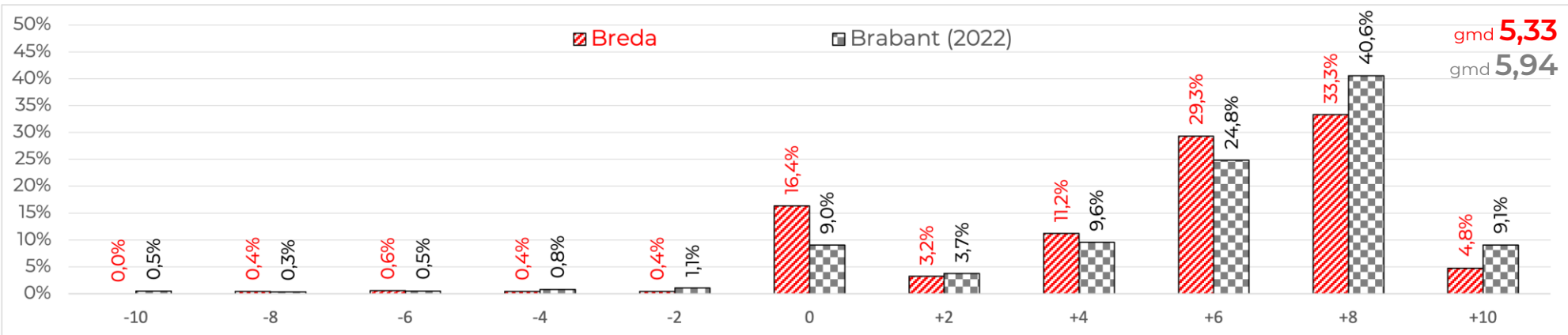
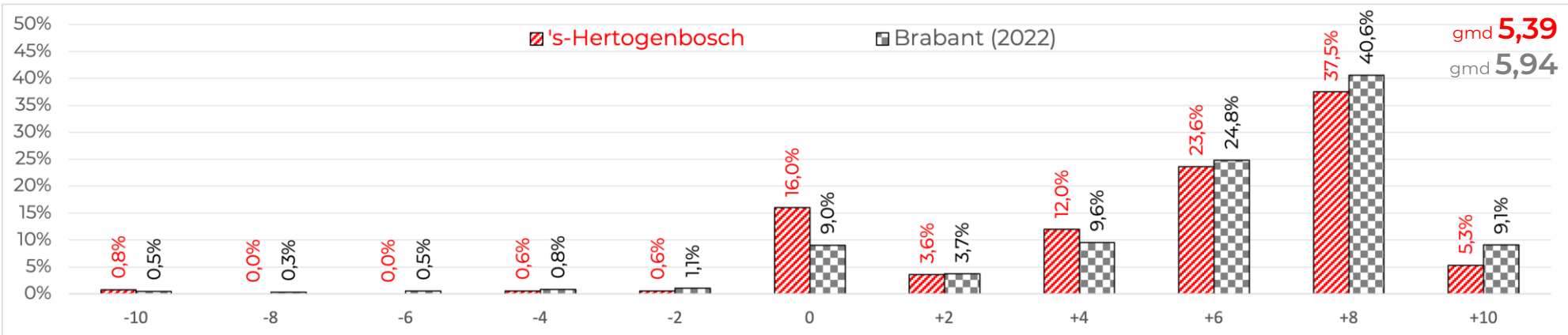
ATTITUDE (ISI)

3

's-Hertogenbosch krijgt een 5,39 van de respondenten. Dit is voor een stad een voldoende score. Het betreft immers geen rapportcijfer en boven de 5,0 beschouwen wij als 'redelijk goed'. Bij 's-Hertogenbosch zijn er ook het minst neutrale scores (slechts 16%), vergeleken met de andere zeven steden (bij Oss is dat 41,8%). Het feit dat 's-Hertogenbosch qua associaties en vanwege de status als provinciehoofdstad nauw verbonden is met Brabant, verhoogt de tendens dat zowel attitude als associaties elkaar beïnvloeden en versterken tussen 's-Hertogenbosch en Brabant. Daarbij zagen wij in het onderdeel over spontane en geholpen associaties dat er 'stadse' associaties verbonden kunnen worden met Brabant.

Voor Breda geldt dit ook. Breda krijgt een 5,33 van de respondenten. Ook hier geldt dat er sprake is van een 'redelijk goede' score.

Voor Eindhoven is zowel het resultaat als de implicaties complexer. Eindhoven krijgt een 4,76, wat lager is dan wat men zou verwachten na jarenlang 'positief' nieuws uit Eindhoven en groeiende erkenning van Eindhoven als centrum van een van de belangrijkste economische regio's van Nederland. We zien iets meer neutrale scores en ook iets meer licht negatieve scores. We kunnen hier niet een plausibele oorzaak voor vinden in de data en zullen ons weerhouden van speculaties. Wat wél duidelijk is, is dat Eindhoven qua associaties echt iets anders toe kan voegen aan de associaties met Brabant. Dit kan van strategisch belang zijn.



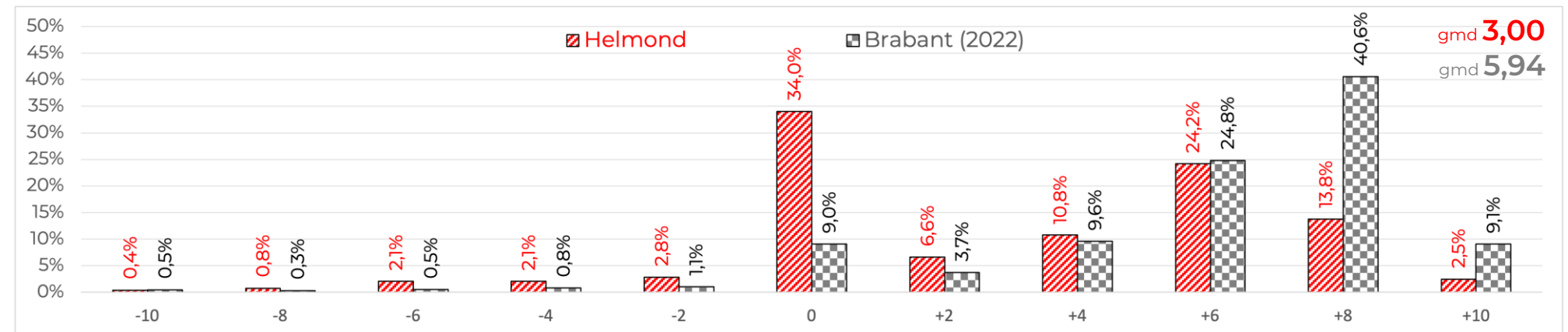
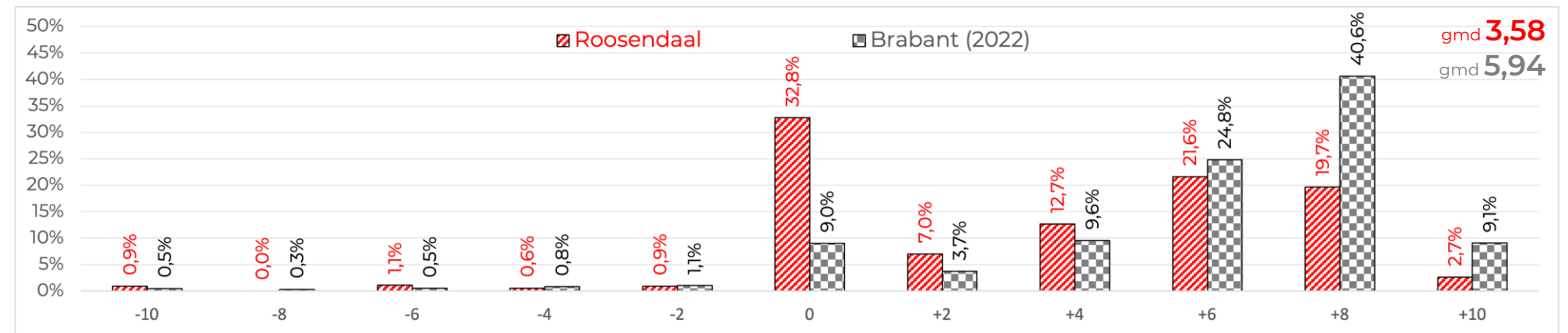
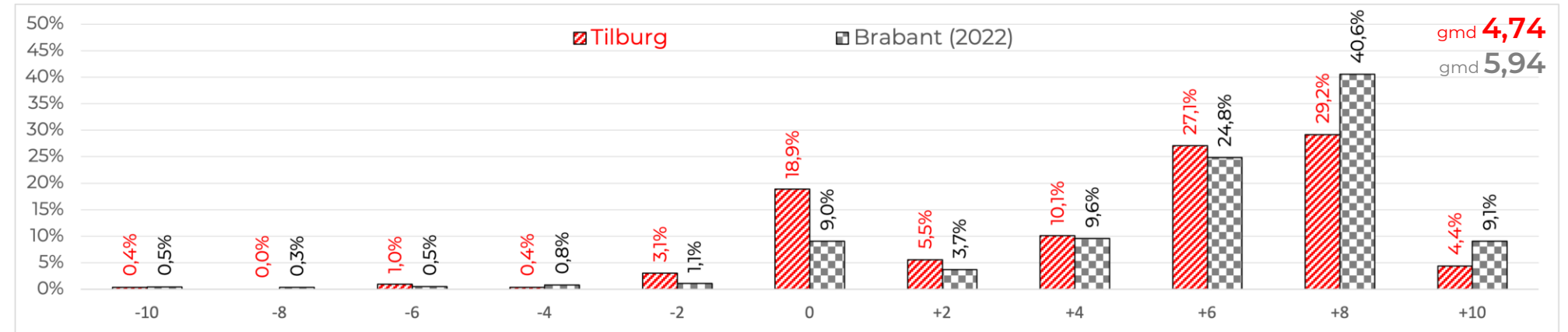
ATTITUDE (ISI)

3

Tilburg scoort met 4,74 een verwaarloosbaar 0,02 punt lager dan Eindhoven. Er zijn 1% tot 3% meer neutrale scores dan bij de andere grote steden, en iets meer licht negatieve scores. Tegelijk zijn er ook meer +8's en +10's dan bij Eindhoven het geval is. Het patroon hier duidt op een stad die niet zo'n sterk profiel heeft óf een stad die men nog niet zo goed kent. Wellicht is het een combinatie van allebei.

Roosendaal scoort met 3,58 veel lager dan de vier grote steden. De verklaring hiervoor is makkelijk te zien in de grafiek rechts. 32,8% van de respondenten zijn volledig neutraal. Dit is een hoge score die vooral wijst op onbekendheid. Dit vermoeden wordt versterkt door een nagenoeg gebrek aan negatieve scores.

Helmond scoort nóg lager dan Roosendaal en ook hier zijn er veel neutrale scores (34%). De conclusie dat ook hier primair sprake is van onbekendheid wordt in het geval van Helmond ondersteund door de spontane associaties, waar respondenten vooral topografische associaties opvoerden in plaats van inhoudelijke. Op de volgende pagina zien we ook dat Helmond van de zeven steden het lastigst te plaatsen was voor de respondenten. Als men niet weet waar een stad ligt wordt de relatie met andere schaalniveaus – in dit geval Brabant – uiteraard verstoord. Bij onbekendheid met de stad zelf kunnen associaties van Brabant niet aan Helmond worden toegeschreven. Tot slot merken wij op dat van alle zeven steden, Helmond de meeste negatieve oordelen heeft gekregen (8,1%).



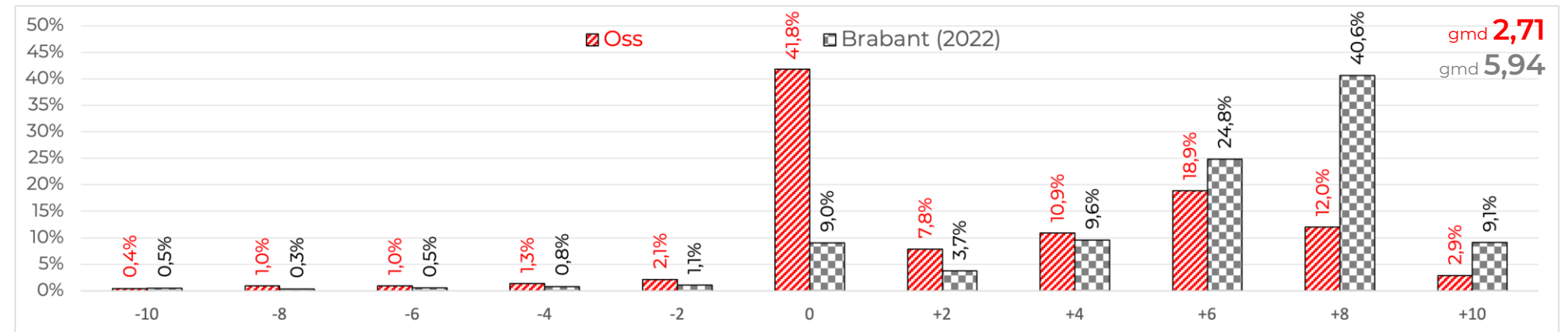
ATTITUDE (ISI)

3

Na Helmond is **Oss** de stad met meest negatieve oordelen (5,7%). Daarnaast is het de stad met de meeste neutrale scores – maar liefst 41,8%! Het is dan ook niet verrassend dat Oss slechts 2,71 scoort. Dit is een lage score die duidt op een combinatie van onbekendheid en een slecht imago. Net zoals bij Helmond is ook bij Oss een aantal topografische associaties die duiden op relatief lage bekendheid met de stad zelf.

Omdat de invloed van de attitude en associaties van een stad op de attitude en associaties van de regio waarin die stad ligt afhankelijk is van de topografische kennis, hebben wij hier naar gevraagd. Voor **Oss** zien we dat 84% van de respondenten weet dat het een Brabantse stad is. Dat zit met **Helmond** minder goed. Hier is de topografische kennis het zwakst. 72% van de respondenten hebben het goed, maar 9,5% denkt dat Helmond in Limburg ligt, en 4,7% zelfs in Noord-Holland! Bij **Roosendaal** is er een voorspelbare verwarring met bijna-naamgenoot Rozendaal bij Arnhem. 6,6% van de respondenten denkt – wellicht hierdoor – dat Roosendaal in Gelderland ligt. Bij de vier grote steden was de topografische kennis – zoals verwacht – het grootst.

Het is duidelijk dat Eindhoven, Tilburg, Roosendaal, Helmond en Oss ieder een (veel) minder positief beeld hebben dan Brabant. Wat Roosendaal, Helmond en – vooral – Oss betreft zijn, zijn de scores zelfs zorgwekkend laag.



In welke provincie ligt	n	Breda	n	Eindhoven	n	Helmond	n	Oss	n	Roosendaal	n	Tilburg	n	's-Hertogenbosch
Noord-Brabant	465	88,6%	452	86,4%	380	71,8%	439	83,8%	392	74,2%	449	85,7%	455	86,7%
Drenthe	2	0,4%	4	0,8%	5	0,9%	9	1,7%	5	0,9%	1	0,2%	3	0,6%
Flevoland	3	0,6%	2	0,4%	5	0,9%	3	0,6%	2	0,4%	1	0,2%	3	0,6%
Friesland	2	0,4%	0	0,0%	3	0,6%	1	0,2%	4	0,8%	3	0,6%	3	0,6%
Gelderland	7	1,3%	7	1,3%	14	2,6%	23	4,4%	35	6,6%	3	0,6%	2	0,4%
Groningen	4	0,8%	5	1,0%	3	0,6%	7	1,3%	1	0,2%	2	0,4%	7	1,3%
Limburg	12	2,3%	19	3,6%	50	9,5%	9	1,7%	8	1,5%	23	4,4%	11	2,1%
Noord-Holland	12	2,3%	12	2,3%	25	4,7%	7	1,3%	25	4,7%	14	2,7%	14	2,7%
Overijssel	4	0,8%	4	0,8%	12	2,3%	11	2,1%	2	0,4%	4	0,8%	6	1,1%
Utrecht	2	0,4%	5	1,0%	7	1,3%	2	0,4%	5	0,9%	1	0,2%	6	1,1%
Zeeland	1	0,2%	0	0,0%	2	0,4%	1	0,2%	7	1,3%	0	0,0%	2	0,4%
Zuid-Holland	11	2,1%	13	2,5%	23	4,3%	12	2,3%	42	8,0%	23	4,4%	13	2,5%
n (respons)	525		523		529		524		528		524		525	

AANTREKKELIJKHEID

AANTREKKELIJKHEID

4

In dit onderdeel worden vragen gesteld over de aantrekkelijkheid van de steden én van Brabant om te wonen, om op te groeien, om te studeren, om oud te worden, om een baan te vinden, om te ondernemen, om te recreëren en om cultuur mee te maken.

Bij aantrekkelijkheid worden wel gevraagd om rapportcijfers, waarbij 5,5 of daarboven als 'voldoende aantrekkelijk' wordt beschouwd en 7,0 of daarboven als 'zeer aantrekkelijk'.



AANTREKKELIJKHEID

4

Brabant wordt over het algemeen iets aantrekkelijker gevonden wanneer respondenten eerst aan Tilburg (+0,02) of Breda (+0,01) hebben moeten denken. 's-Hertogenbosch (0,00) maakt geen verschil, terwijl respondenten Brabant als minder aantrekkelijk beoordelen als ze eerst aan Eindhoven (-0,13), Roosendaal (-0,15), Helmond (-0,17) of – vooral – Oss (-0,27) hebben moeten denken.

Hoewel de verschillen misschien klein lijken is het belangrijk om te beseffen dat er sprake is van afwijkende invloed op de totale aantrekkelijkheid van Brabant. Het interessante zijn niet de scores zelf, maar het verschil tussen de scores.

Brabant zelf is aantrekkelijker zonder dat men eerst aan een van de steden heeft gedacht op de dimensies 'recreëren' en 'oud worden'. Tilburg trekt Brabant het meest omhoog op de dimensies 'wonen' en 'studeren', terwijl 's-Hertogenbosch dat het beste doet op 'opgroeien' en 'cultuur mee maken'. Breda trekt het meeste omhoog op de dimensies 'baan vinden' en 'ondernemen'.

Wanneer wij een vergelijking maken tussen de aantrekkelijkheid van Brabant zonder dat eerst aan een stad is gedacht en wanneer dat wel het geval is, valt op dat de aantrekkelijkheid van Brabant op zeven van de acht dimensies (iets) lager scoren wanneer de respondenten eerst vragen zijn gesteld over een van de zeven steden. Dit resultaat komt overeen met de andere resultaten die in deze rapportage gepresenteerd zijn.

Aantrekkelijkheid van Brabant, wanneer eerst nagedacht is over...	eerst Breda dan Brabant	Δ 2022	eerst Eindhoven dan Brabant	Δ 2022	eerst Tilburg dan Brabant	Δ 2022	eerst 's-Hertogenbosch dan Brabant	Δ 2022	eerst stad dan Brabant (2023)	Δ 2022	direct Brabant (2022)
om te wonen	6,74	-0,1	6,71	-0,1	6,85	0,0	6,84	0,0	6,71	-0,1	6,8
om op te groeien	6,79	0,0	6,71	-0,1	6,85	0,1	6,87	0,1	6,71	-0,1	6,8
om te studeren	6,78	0,1	6,64	0,0	6,85	0,2	6,57	-0,1	6,56	-0,1	6,6
om oud te worden	6,85	-0,1	6,67	-0,2	6,90	0,0	6,88	0,0	6,78	-0,1	6,9
om een baan te vinden	6,64	0,2	6,49	0,0	6,59	0,1	6,46	0,0	6,48	0,0	6,5
om te ondernemen	6,72	0,1	6,63	0,0	6,61	0,0	6,59	0,0	6,58	0,0	6,6
om te recreëren	7,14	-0,2	7,02	-0,4	7,12	-0,3	7,27	-0,1	7,11	-0,3	7,4
om cultuur mee te maken	7,13	0,0	6,80	-0,3	7,09	0,0	7,20	0,1	6,96	-0,1	7,1
gemiddelde score	6,85	0,01	6,71	-0,13	6,86	0,02	6,84	0,00	6,74	-0,1	6,8
n (respons)	525		523		524		525		3.678		3.082

Aantrekkelijkheid van Brabant, wanneer eerst nagedacht is over...	eerst Helmond dan Brabant	Δ 2022	eerst Oss dan Brabant	Δ 2022	eerst Roosendaal dan Brabant	Δ 2022	eerst stad dan Brabant (2023)	Δ 2022	direct Brabant (2022)
om te wonen	6,67	-0,1	6,50	-0,3	6,68	-0,1	6,71	-0,1	6,8
om op te groeien	6,58	-0,2	6,48	-0,3	6,69	-0,1	6,71	-0,1	6,8
om te studeren	6,40	-0,2	6,24	-0,4	6,47	-0,2	6,56	-0,1	6,6
om oud te worden	6,73	-0,2	6,67	-0,2	6,76	-0,1	6,78	-0,1	6,9
om een baan te vinden	6,44	0,0	6,33	-0,2	6,41	-0,1	6,48	0,0	6,5
om te ondernemen	6,54	-0,1	6,43	-0,2	6,53	-0,1	6,58	0,0	6,6
om te recreëren	7,07	-0,3	7,06	-0,3	7,07	-0,3	7,11	-0,3	7,4
om cultuur mee te maken	6,88	-0,2	6,79	-0,3	6,85	-0,3	6,96	-0,1	7,1
gemiddelde score	6,66	-0,17	6,56	-0,27	6,68	-0,15	6,74	-0,1	6,8
n (respons)	529		524		528		3.678		3.082

AANTREKKELIJKHEID

4

Hoewel in deze rapportage de focus ligt op de relaties tussen de steden en Brabant, staan we tot slot stil bij de individuele steden per dimensie.

Brabant zelf wordt aantrekkelijker geacht voor alle dimensies, behalve 'studeren' en 'baan vinden'. Bij 'studeren' worden de universiteitssteden Eindhoven en Tilburg als aantrekkelijker beschouwd, en bij 'baan vinden' wordt alleen Eindhoven als aantrekkelijker beoordeeld. Verder zien wij 's-Hertogenbosch vaak als de meest aantrekkelijke van de zeven steden.

Bij 'wonen' scoren de steden dicht bij elkaar. 's-Hertogenbosch scoort als meest aantrekkelijke stad slechts 0,92 punt hoger dan Helmond als minst aantrekkelijke. Bij 'op groeien' is dit verschil kleiner (0,89). Verder is de volgorde hetzelfde. Bij 'oud worden' is het verschil nóg kleiner (0,84) en qua volgorde is Roosendaal boven Eindhoven geklommen. Verder is het beeld stabiel. Bij 'studeren' is het verschil veel groter, namelijk 1,81 punt, waarbij Roosendaal, Helmond en Oss als onvoldoende aantrekkelijk worden beoordeeld door de respondenten. Bij 'baan vinden' en 'ondernemen' zien we Eindhoven en Breda iets beter scoren. Bij 'recreëren' en 'cultuur mee maken' zien we dezelfde volgorde als in eerste instantie. Het verschil tussen 's-Hertogenbosch als meest aantrekkelijke en Helmond als minst aantrekkelijke, is met 1,29 punt het grootst bij 'cultuur mee maken'.

Aantrekkelijkheid: **evenredig gewogen**

* Brabant	6,8
1 s-Hertogenbosch	6,59
2 Breda	6,53
3 Eindhoven	6,38
4 Tilburg	6,33
5 Roosendaal	5,88
6 Oss	5,65
7 Helmond	5,63

Aantrekkelijkheid: om te **wonen**

* Brabant	6,8
1 s-Hertogenbosch	6,65
2 Breda	6,43
3 Tilburg	6,22
4 Eindhoven	6,17
5 Roosendaal	6,02
6 Oss	5,75
7 Helmond	5,73

Aantrekkelijkheid: om **op te groeien**

* Brabant	6,8
1 s-Hertogenbosch	6,56
2 Breda	6,36
3 Tilburg	6,21
4 Eindhoven	6,14
5 Roosendaal	6,05
6 Oss	5,81
7 Helmond	5,67

Aantrekkelijkheid: om te **studeren**

1 Eindhoven	6,82
2 Tilburg	6,61
* Brabant	6,6
3 Breda	6,6
4 s-Hertogenbosch	6,55
5 Roosendaal	5,46
6 Helmond	5,2
7 Oss	5,01

Aantrekkelijkheid: om **oud te worden**

* Brabant	6,9
1 s-Hertogenbosch	6,63
2 Breda	6,46
3 Tilburg	6,25
4 Roosendaal	6,1
5 Eindhoven	6,02
6 Oss	5,95
7 Helmond	5,79

Aantrekkelijkheid: om **een baan te vinden**

1 Eindhoven	6,62
* Brabant	6,5
2 Breda	6,46
3 s-Hertogenbosch	6,22
4 Tilburg	6,21
5 Roosendaal	5,71
6 Helmond	5,54
7 Oss	5,45

Aantrekkelijkheid: om te **ondernemen**

* Brabant	6,6
1 Eindhoven	6,56
2 Breda	6,47
3 s-Hertogenbosch	6,45
4 Tilburg	6,31
5 Roosendaal	5,75
6 Helmond	5,64
7 Oss	5,58

Aantrekkelijkheid: om te **recreëren**

* Brabant	7,4
1 s-Hertogenbosch	6,74
2 Breda	6,7
3 Tilburg	6,38
4 Eindhoven	6,33
5 Roosendaal	6,06
6 Oss	5,96
7 Helmond	5,79

Aantrekkelijkheid: om **cultuur mee te maken**

* Brabant	7,1
1 s-Hertogenbosch	6,95
2 Breda	6,76
3 Tilburg	6,49
4 Eindhoven	6,38
5 Roosendaal	5,86
6 Oss	5,69
7 Helmond	5,66

CONCLUSIES

CONCLUSIES

De **belangrijkste conclusie** is dat 'Brabant' over het algemeen een sterker merk is dan ieder van de zeven steden afzonderlijk. We zien ook dat Brabant van grotere invloed is op de associaties van de zeven steden dan andersom.

In de associaties zien we een stevige vertegenwoordiging van de traditionele, zachte Brabantse associaties in wat de respondenten associëren met de steden. Dit geldt voor alle zeven steden.

Bij de attitude zien we aan de hand van de ISI (image sentiment indicator, -10 t/m +10) dat Brabant minder positief wordt beoordeeld wanneer respondenten eerst aan een van de zeven steden hebben moeten denken, dan wanneer men direct aan Brabant denkt.

In het geval van zeven van de acht dimensies van aantrekkelijkheid die wij meten, zien we dat Brabant (iets) minder aantrekkelijk wordt wanneer de respondenten eerst aan een van de zeven Brabantse steden hebben moeten denken. Dit effect is het grootst bij de aantrekkelijkheid van Brabant als een plek om te recreëren.

We concluderen tevens dat er grote verschillen zijn in de relaties tussen de zeven steden en Brabant.

Eindhoven is het meest onderscheidend en is daardoor het meest complementair t.o.v. Brabant als zodanig. Dit betekent dat het sterk context-afhankelijk zal zijn wanneer Eindhoven en Brabant elkaar versterken of juist verzwakken.

Steden als 's-Hertogenbosch en Breda versterken overduidelijk de traditionele Brabantse associaties en vullen deze slechts aan met meer 'stadse' associaties, zoals winkelen, uit eten en het culturele

aanbod. Tilburg neemt een tussenpositie in, waarbij de stad zowel exponent is van de traditionele Brabantse associaties als ook aanleunt tegen het postindustriële en universitaire dat ook Eindhoven is gaan kenmerken.

Roosendaal, Helmond en Oss krijgen veel Brabantse associaties toebedeeld van de respondenten die ze geografisch goed weten te plaatsen, maar vallen vooral op door relatieve onbekendheid met de steden en wat ze te bieden hebben. Wanneer deze steden meer werk maken van hun eigen bekendheid zal dit ook ten goede komen aan Brabant. Tegelijk kan Brabant een zeer waardevol onderdeel zijn van de profilering en proposities van deze steden, wanneer hun doelstellingen overeenkomen met hetgeen waar Brabant als merk sterk in is.

Helmond lijkt verrassend weinig te profiteren van de nabijheid tot Eindhoven. Oss scoort op een aantal dimensies, op attitude, bekendheid en ook qua sommige geholpen associaties zorgwekkend slecht.

Alle bevindingen in ogenschouw nemend, zijn de resultaten van dit onderzoek een inhoudelijk pleidooi voor een flexibele merkarchitectuur, waarbij de steden en Brabant van context tot context beslissen welk 'merk' het meest relevant is voor welke 'markt'. De merkrelaties laten zien dat hier niet een eenduidig antwoord op te formuleren is.

Een nauwere samenwerking rondom merkmanagement en verschillende initiatieven rond marktbewerking lijkt op basis van deze data dus niet alleen nuttig en wenselijk, maar ook van strategisch belang voor zowel Brabant als de zeven steden, gezamenlijk en afzonderlijk.

De Brabantse ImagoMonitor Speciale Steden-editie 2023 is uitgevoerd door Expoints met gebruik van een panel van Dynata. Het onderzoek werd begeleid door Martin Boisen van For the Love of Place, die tevens de auteur is van deze beknopte rapportage.

Voor correspondentie kunt u contact opnemen met Sandy van den Hoogen van team Brabant Branding: svdhoogen@brabant.nl