

# ImagoMonitor Brabant



# Waarom monitoring ?

Het vestigen van, of bouwen aan, het imago van een regio of stad vraagt een lange adem. Het monitoren van dat imago is daarbij van groot belang. Om langjarig te kunnen monitoren hoe het merk 'Brabant' zich ontwikkelt, was geen instrument voorhanden dat voldeed aan onze behoefte: op wetenschappelijke basis, open source, samen met onze partners en te benchmarken met andere regio's. Daarom ontwikkelden we deze zelf: de ImagoMonitor Brabant.

De ImagoMonitor meet:

- De stand van zaken van het imago van Brabant op moment x.
- De ontwikkeling van het merk door de jaren heen. Door de recente meting af te zetten tegen de resultaten van eerdere metingen, wordt duidelijk of en in welke richting het imago zich beweegt.

De resultaten van de ImagoMonitor kunnen dienen als input voor het ontwikkelen van een strategie, het maken van keuzes of voor de wijze van communiceren over beleid of evenementen.



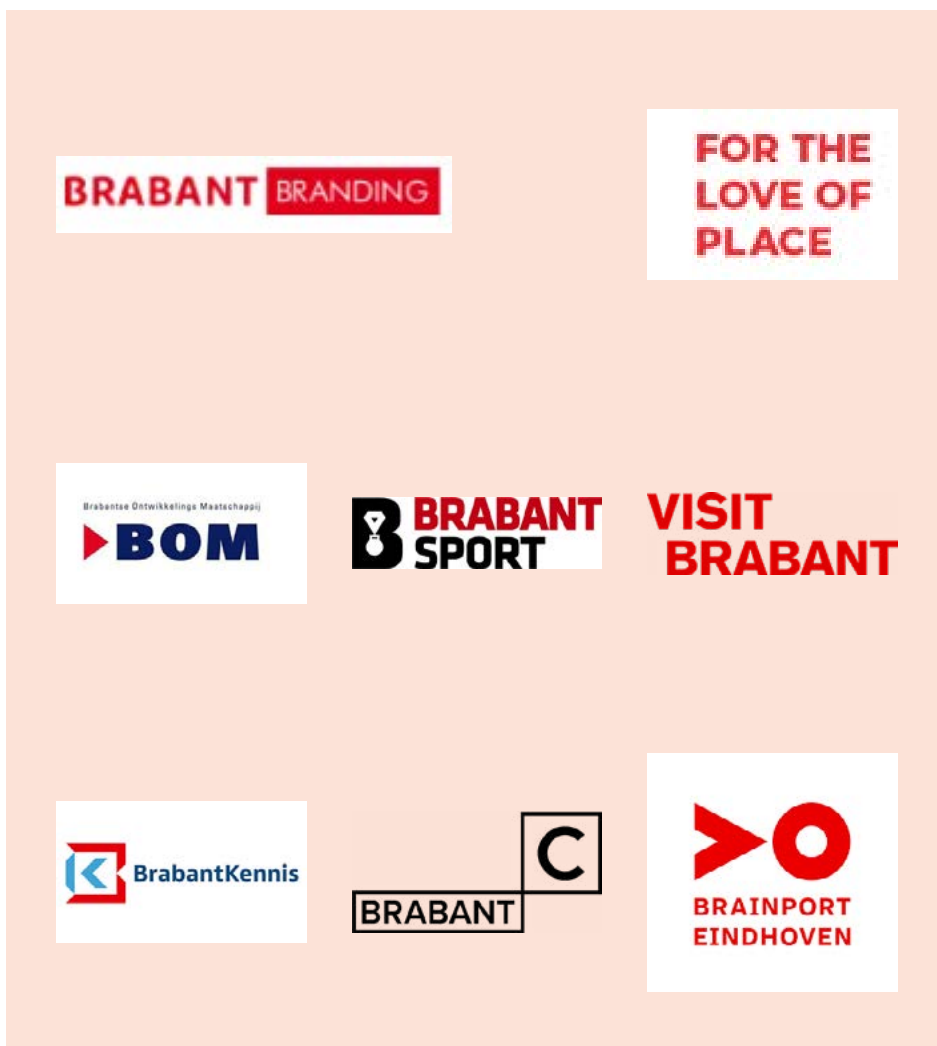
# Samenwerking

Bij de ontwikkeling van de ImagoMonitor zijn we gestart met een 'rondje langs de velden'.

Met die partners in Brabant die ook, net als Brabant Branding, behoefte hadden aan monitoring op Brabantbreed en nationaal niveau, maakten we een inventarisatie:

- wat is er al aan voor ons relevant onderzoek?
- wat ontbreekt nog?
- wat willen wij zelf, en wat willen onze belangrijkste partners?

We besloten gezamenlijk een eigen instrument te ontwikkelen. En zo geschiede!



# Inventarisatie en criteria

We bepaalden een aantal belangrijke uitgangspunten:

- We doen het niet alleen voor onszelf: samenwerken is een must.
- We gaan voor een wetenschappelijke opzet; hier werd Martin Boisen (For the Love of Place) voor ingeschakeld.
- Pilen en proberen mag (moet).
- Anderen moeten er gebruik van kunnen maken: creative commons.
- Wens tot benchmarken met andere regio's.



# Mijlpalen

2019: Ontwikkeling ImagoMonitor

2020: 1e editie Imagomonitor Brabant (nulmeting)

2022: 2<sup>e</sup> editie ImagoMonitor Brabant

2023: Special: Stedeneditie

2024: Winnaar City- en Regiomarketing Innovatie Award

**HET IMAGO VAN BRABANT  
2020**

**FOR THE  
LOVE OF  
PLACE**



# Wat meet de ImagoMonitor

De ImagoMonitor meet twee van de vier dimensies van een imago:

- Zelfbeeld:
  - hoe ziet de Brabander zelf het imago van Brabant? D.m.v. het registreren van spontane associaties van Brabanders.
  - hoe denkt de Brabander dat niet-Brabanders over Brabant denken (projectie of verwachting)?
- Ontvangen beeld: wat denken, vinden, voelen niet-Brabanders daadwerkelijk bij/over/van Brabant?



De andere twee dimensies toetsen we wel, maar met andere methoden.

- Streefbeeld (gewenste imago): hoe wil je dat men (Brabanders en niet-Brabanders) (het merk) Brabant ziet? Dit toetsen we periodiek onder belangrijke stakeholders en gaat over de ambities die we gezamenlijk hebben met het beeld.
- Gecommuniceerd beeld: in inhoudsanalyses, merkfiltersessies en positioneringstrajecten beoordelen we in hoeverre hetgeen dat gecommuniceerd is in overeenstemming is met het streefbeeld (gewenste imago).

# Onderzoeksopzet

De ImagoMonitor kent twee vragenlijsten: één voor Brabanders en één voor niet-Brabanders.

Steekproef (2022):

- 2.031 Brabanders
- 3.083 niet-Brabanders

De ImagoMonitor bestaat uit drie modules:

- **Kopmodule:** blijft door de jaren heen hetzelfde. Dit waarborgt de consistentie en vergelijkbaarheid. Iedere nieuwe editie van de ImagoMonitor is zodoende direct te relateren aan de voorgaande edities en ontwikkelingen over tijd worden inzichtelijk. De kopmodule zit helemaal vooraan in de vragenlijsten, waardoor de spontane associaties écht spontaan zijn.
- **Middenmodule:** bestaat uit twee delen: geholpen associaties als toets voor de merkwwaarden, en de aantrekkelijkheid van de regio als gebied om te wonen, werken, recreëren, etc. (acht dimensies). De middenmodule kan (beperkt) worden aangepast van editie tot editie.
- **Staartmodule:** vraagt naar achtergrondkenmerken van respondenten. Ook hier kunnen naar wens kenmerken worden toegevoegd of gewijzigd. Afhankelijk van de pannelleverancier waarmee gewerkt wordt zullen meer of minder controlevragen nodig zijn om de respons te verifiëren qua representativiteit én om Brabanders en niet-Brabanders voldoende uit elkaar te houden.



# Onderzoeksopzet

De ImagoMonitor kan worden uitgebreid met een specifieke vragenlijst. Denk aan een specifieke respondentgroep (zoals bedrijven), aan onderzoek onder anderstaligen (bijv. voor imago-onderzoek in buurlanden), of met een editie gericht op het imago van steden of streken binnen je regio.

Ook kunnen onderzoeken van derden gekoppeld worden aan de ImagoMonitor: door het invoegen van de kopmodule aan de start van een ander onderzoek, kunnen de resultaten van beide onderzoeken aan elkaar worden gerelateerd en worden de data verrijkt.

## 1. Kopmodule

De kopmodule bestaat uit:

- Woonplaats
- Spontane associaties (zelfbeeld)
- Oordeel beeld van Brabant op dit moment
- Ontwikkeling beeld van Brabant (afgelopen jaar, afgelopen 4 jaar)
- Toekomstinschatting beeld van Brabant (afgelopen jaar, afgelopen 4 jaar)

## 2. Middenmodule

De middenmodule bestaat uit:

- Persoonlijke oordeel over Brabant als plek om te .... : 8 dimensies (schaal 0-10)
- Stellingen (schaal helemaal oneens – helemaal eens) op basis van het streefbeeld/gewenst imago
- Geholpen associaties: past kenmerk x bij Brabant (ja-nee)
- Zelfbeeld: wat denken Brabanders dat ánderen over Brabant denken?

## 3. Staartmodule

De staartmodule bestaat uit:

- Trots op woonplaats en provincie (schaal 0-10)
- Demografie: geslacht, leeftijd, huishouden, opleidingsniveau, inkomen, geboorteplaats
- Werksituatie / student + niveau
- Niet-Brabanders: kenden ze Brabant al en waarvan/waardoor?



# Speciale editie 2023: Brabantse steden

In 2023 is er een extra editie gedraaid van de ImagoMonitor Brabant, die de relatie onderzoekt tussen de merken van 7 Brabantse steden en het regiomerk 'Brabant'.

Voor deze editie is de reguliere ImagoMonitor uitgezet onder niet-Brabanders, en aangevuld met vragen naar de spontane associaties bij 7 Brabantse steden én bij 'Brabant'.

De helft van de respondenten kreeg eerst vragen over 'Brabant' en daarna over één van de zeven steden. De andere helft startte met spontane associaties bij één van de steden, en kreeg pas daarna de vragen over 'Brabant'.

Een aantal Brabantse steden zet gezamenlijk dit onderzoek zelfstandig voort.



# Voorwaarden voor gebruik

De ImagoMonitor-methodiek is ontwikkeld door Karel Jan Alsem, Jan Wever (Hanzehogeschool Groningen), Sierdjan Koster (Rijksuniversiteit Groningen) en Martin Boisen (For the Love of Place). De Image Sentiment Indicator (ISI) waar gebruik van wordt gemaakt in de methodiek is ontwikkeld door Martin Boisen (For the Love of Place).

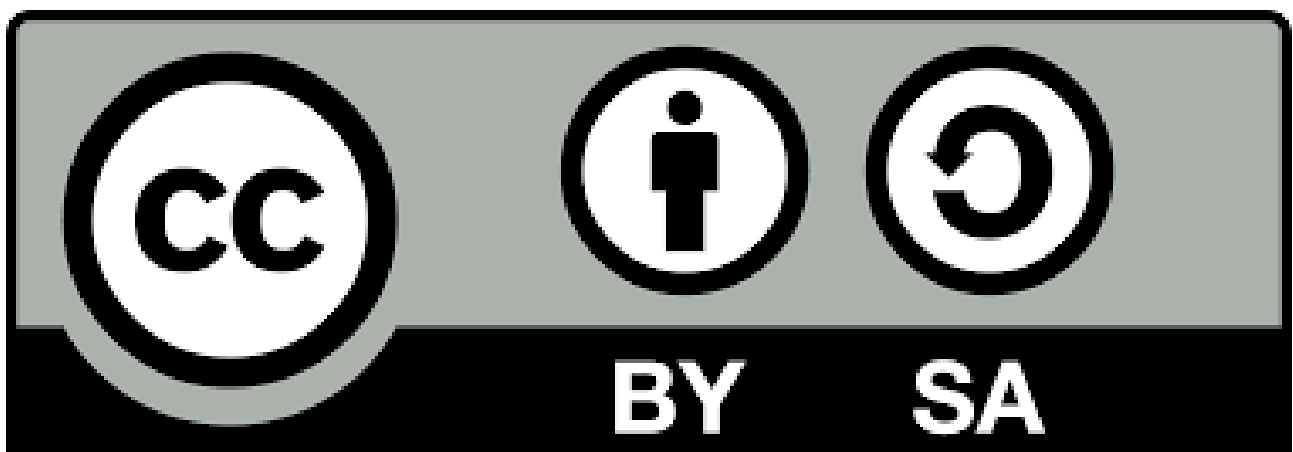
Toepassing van de methodiek is gratis, mits dit vermeld wordt op alle producten die er uit voortkomen. Ook stellen de ontwikkelaars het op prijs indien men datasets ter beschikking stelt voor nader wetenschappelijk onderzoek.

Het onderzoek is ontwikkeld onder een creative commons licentie: CC BY-SA.

Dat betekent dat anderen de methodiek mogen gebruiken en delen onder de volgende voorwaarden:

- BY = naamsvermelding van de oorspronkelijke ontwikkelaars;
- SA = gelijkdelen: afgeleide werken moeten onder dezelfde licentie worden gedeeld (andere mensen moeten het werk dus ook vrij kunnen hergebruiken onder dezelfde voorwaarden).

Deze methodiek wordt ook ingezet door Provincie Fryslân en Nationaal Programma Groningen én door meerdere steden en regio's in binnen- en buitenland. Zo ontstaat er een referentiekader voor analyse en ter vergelijking.



# Team Brabant Branding

Team Brabant Branding adviseert graag over dit onderzoeksinstrument. Omdat het een open source instrument is, zijn er geen verdere ontwikkelkosten aan verbonden, en is eigen onderzoek daarmee voordeliger uit te voeren. Ook over het toevoegen van de kopmodule aan ander onderzoek, of een speciale editie zoals de Stedeneditie uit 2023, kunnen we je adviseren.

Team Brabant Branding heeft de resultaten beschikbaar van alle edities van de ImagoMonitor die gedraaid hebben. De voor jou interessante resultaten halen we graag voor je naar boven.

We benchmarken de resultaten van Brabant met andere regio's die dezelfde monitor hebben ingezet (2024: Groningen en Friesland).

Meer lezen over de monitor of de rapportage bekijken?  
Ga naar [www.inbrabant.nl/brabant-branding/imagomonitor](http://www.inbrabant.nl/brabant-branding/imagomonitor).



# Contact

## Team Brabant Branding

Gwen Zuring

Sandy van den Hoogen

Farah Clark

Nathalie van de Vijver

