

# SAMENVATTING CITYMONITOR 2014

**TOERISME  
UTRECHT**

## *Inzicht in bekendheid & imago Utrecht in de buurlanden | NBTC Holland Marketing*

Om inzicht te krijgen in de bekendheid en het imago van de Nederlandse steden in onze buurlanden is NBTC Holland marketing vanaf 2014 gestart met de City Monitor. Hierin zijn stedentrippers uit België, Duitsland en Engeland gevraagd of zij de steden kennen, welke associaties ze erbij hebben en of ze geïnteresseerd zijn om de stad in de komende twee jaar te bezoeken. De vragen zijn afgenomen onder inwoners van 18 jaar en ouder die in de afgelopen drie jaar wel eens een stedentrip naar het buitenland hebben ondernomen. De monitor wordt vanaf heden tweejaarlijks uitgevoerd.

- |  |             |
|--|-------------|
| <i>1. Resultaten België</i>              | <i>p. 2</i> |
| <i>2. Resultaten Duitsland</i>           | <i>p. 3</i> |
| <i>3. Resultaten Verenigd Koninkrijk</i> | <i>p. 4</i> |

Het totale rapport inzien? Klik [hier](#)

## RESULTATEN BELGIË

49% van de inwoners van Vlaanderen valt onder de doelgroep 'internationale stedentripper 18+'. Dit zijn 2.532.000 personen. 61% van de inwoners van de rest van België (Wallonië en Brussel) valt onder deze doelgroep; dit zijn 2.268.000 personen. Onder de Belgische stedentrippers zijn relatief veel 18-24-jarigen, relatief weinig 55+ers, relatief veel mannen en relatief veel Traditionals en Post-moderns.

- 24% van de ondervraagde Belgen kan Utrecht spontaan opnoemen. (Vlaanderen 31%)
- 23% is ooit in Utrecht geweest (Vlaanderen 29%). Dit zijn 1.083.000 personen. Hiervan is 62% man. De Post-moderns en Upper-class vormen hierbinnen de grootste doelgroep met 57%.
- 27% kent Utrecht, maar is er nooit geweest (Vlaanderen 31%)
- 41% kent Utrecht alleen van naam (Vlaanderen 37%)
- 9% kent Utrecht niet (Vlaanderen 4%)

*Spontane associaties Utrecht:* universiteit, Dom

*Geholpen associaties Utrecht:* gastvrij, vriendelijk, historisch

*Hoogste scores bij beoordeling Utrecht op verschillende aspecten:* geschikt voor dagtocht (meer dan 30% mee eens), easy going, familie-vriendelijk, goed bereikbaar, gevarieerd winkelaanbod, veel kunst & cultuur (ruim 30% mee eens). Vlaamse citytrippers beoordelen Utrecht positiever op deze aspecten dan de rest van België.

*Behoud- & verbeterpunten* Volgens de ondervraagde Belgen (incl. Vlamingen) zou Utrecht zich kunnen verbeteren qua gunstigheid van prijzen. Tevens vinden de Belgen dat het (hoogstaand) culinair aanbod verbeterd kan worden en Utrecht meer mag verrassen. De Vlamingen noemen deze punten niet. Belangrijke punten om te behouden zijn volgens de Belgen (incl. Vlamingen) het grote kunst- en cultuuraanbod, het gevarieerde winkelaanbod en de goede bereikbaarheid en makkelijke begaanbare stad.

*Kernwaarden:* Utrecht is apart beoordeeld op een drietal kernwaarden: Persoonlijk, Inspirerend en Talentvol. Van deze drie vindt men Inspirerend en Talentvol meer bij Utrecht passen dan Persoonlijk. Inwoners van Vlaanderen vinden Talentvol en Persoonlijk vaker 'enigszins passen' dan inwoners van de rest van België.

*Mate van aantrekkelijkheid:* 91% van de ondervraagde internationale stedentrippers (18+) uit België kent Utrecht minimaal van naam (Vlaanderen 96%). 43% daarvan vindt Utrecht (zeer) aantrekkelijk.

*Mate van aanbeveling* Utrecht wordt beter dan gemiddeld aanbevolen (t.o.v. de andere 10 gemeten steden):  
Net Promotor Score Totaal België: -5 (gemiddelde NPS score voor de tien gemeten steden -11)  
Net promotor Score Vlaanderen: -2 ( gemiddelde NPS score voor de tien gemeten steden -5)

### *Toekomstig bezoek*

- 7% van de ondervraagde Belgen (totaal België) wil in de toekomst een verblijf in Utrecht boeken (Vlaanderen 6%)
- 14% heeft de intentie om een dagtocht te doen (Vlaanderen 17%)
- 10% van de ondervraagde Belgen (totaal België) wil in de toekomst een verblijf en een dagtocht in Utrecht maken (Vlaanderen 9%)
- 69% is niet van plan Utrecht te bezoeken (Vlaanderen 68%)

## RESULTATEN DUITSLAND

45% van de inwoners van Nordrhein-Westfalen / Niedersachsen valt onder de doelgroep 'internationale stedentripper 18+'. Dit zijn 9.621.000 personen. 45% van de inwoners van de rest van Duitsland valt onder deze doelgroep; dit zijn 21.300.000 personen. Onder de Duitse stedentrippers zijn relatief veel 18-24-jarigen, relatief weinig 65+ers, relatief veel Traditionals en Post-moderns en relatief weinig Upperclass.

- 11% van de ondervraagde Duitsers kan Utrecht spontaan opnoemen. (NRW/NS 13%)
- 17% is ooit in Utrecht geweest (NRW/NS 25%). Dit zijn 5.287.000 personen. Hiervan is 56% man. De Post-moderns vormen hierbinnen de grootste doelgroep met 38%.
- 26% kent Utrecht, maar is er nooit geweest (NRW/NS 28%)
- 42% kent Utrecht alleen van naam (NRW/NS 40%)
- 15% kent Utrecht niet (NRW/NS 8%)

*Spontane associaties Utrecht:* stad, Fussball, Dom, grachten, einkaufen

*Geholpen associaties Utrecht:* gastvrije, vriendelijke en historische. Opvallend is dat de Duitsers de Nederlandse steden eerder als onveilig dan veilig ervaren, zo ook Utrecht.

*Hoogste scores bij beoordeling Utrecht (totaal Duitsland) op verschillende aspecten:* geschikt voor dagtocht (meer dan 35% eens), meerdaags verblijf (34% eens), gevarieerd winkelaanbod, familievriendelijk, bourgondisch, easy going en leuke uitgaansmogelijkheden (+/- 30% mee eens).

*Hoogste scores bij beoordeling Utrecht (NRW/NS) op verschillende aspecten:* geschikt voor dagtocht (43% eens), meerdaags verblijf (42% eens), gevarieerd winkelaanbod (meer dan 30% eens), goed bereikbaar (35% eens), familievriendelijk (34% eens), bourgondisch (37% eens), easy going (35% eens), veel kunst % cultuur (32% eens), hoogstaand culinair aanbod (31% eens), leuke uitgaansmogelijkheden (30% eens)

*Behoud- & verbeterpunten* Volgens de ondervraagde Duitsers (incl. NRW/NS) zou Utrecht zich kunnen verbeteren qua gunstigheid van prijzen. Tevens vinden de Duitsers dat Utrecht meer mag verrassen (incl. NRW/NS). NRW/NS ondervraagden geven ook aan dat er meer aantrekkelijke evenementen mogen komen. Belangrijke punten om te behouden zijn volgens ondervraagden uit NRW/NS het bourgondische, de goedbereikbare en easy going stad.

*Kernwaarden:* Utrecht is apart beoordeeld op een drietal kernwaarden: Persoonlijk, Inspirerend en Talentvol. Van deze drie vindt men Inspirerend het meest bij Utrecht passen. Er zijn geen significante verschillen tussen inwoners van NRW/NS en inwoners van de overige deelstaten.

*Mate van aantrekkelijkheid:* 85% van de ondervraagde internationale stedentrippers (18+) uit Duitsland kent Utrecht minimaal van naam (NRW/NS 92%). 32% vindt Utrecht (zeer) aantrekkelijk. (NRW/NS 31%). Dit zijn relatief weinig 18-24-jarigen en relatief veel 45-54-jarigen.

*Mate van aanbeveling* Utrecht wordt minder goed dan gemiddeld aanbevolen (t.o.v. de andere 10 gemeten steden): Net Promotor Score Totaal Duitsland: -15 (gemiddelde NPS score voor de tien gemeten steden -4) Net Promotor Score NRW/NS: -5 ( gemiddelde NPS score voor de tien gemeten steden 2)

### *Toekomstig bezoek*

- 6% van de ondervraagde Duitsers (totaal Duitsland) wil in de toekomst een verblijf in Utrecht boeken (NRW/NS 5%)
- 18% heeft de intentie om een dagtocht te doen (NRW/NS 20%)
- 11% van de ondervraagde Duitsers (totaal Duitsland) wil in de toekomst een verblijf en een dagtocht in Utrecht maken (NRW/NS 9%)
- 65% is niet van plan Utrecht te bezoeken (NRW/NS 65%)

## RESULTATEN VERENIGD KONINKRIJK

53% van de inwoners van GreaterLondon/South East (GL/SE): valt onder de doelgroep ‘internationale stedentripper 18+’. Dit zijn 3.224.000 personen. 40% van de inwoners van de rest van het Verenigd Koninkrijk valt onder deze doelgroep; dit zijn 17.610.000 personen. Onder de Engelse stedentrippers zijn relatief veel 25-34-jarigen, relatief weinig 55+ers, relatief veel mannen, relatief veel Traditionals en Post-moderns en relatief weinig Mainstream.

- 7% van de ondervraagde Engelsen kan Utrecht spontaan opnoemen. (GL/SE 7%)
- 12% is ooit in Utrecht geweest (Vlaanderen 10%). Dit zijn 2.444.000 personen. Hiervan is 29% tussen de 25-34. De Post-moderns en Achievers vormen hierbinnen de grootste doelgroep met 58%.
- 21% kent Utrecht, maar is er nooit geweest (GL/SE 33%)
- 42% kent Utrecht alleen van naam (GL/SE 38%)
- 26% kent Utrecht niet (GL/SE 20%)

*Spontane associaties Utrecht:* treaty, football, university

*Geholpen associaties Utrecht:* gastvrije, fraaie, veilig en historische. Inwoners van GreaterLondon/SE hebben een sterker beeld van Utrecht dan de rest van het Verenigd Koninkrijk

*Hoogste scores bij beoordeling Utrecht (totaal Verenigd Koninkrijk) op verschillende aspecten:* geschikt voor dagtocht, meerdaags verblijf, aantrekkelijke evenementen, familie vriendelijk, verrassend, veel kunst & cultuur, veel architectuur & design, en leuke uitgaansmogelijkheden (40% of meer mee eens)

*Hoogste scores bij beoordeling Utrecht (GL/SE) op verschillende aspecten:* geschikt voor dagtocht (40% eens), meerdaags verblijf (44% eens), gevarieerd winkelaanbod (meer dan 44% eens), goed bereikbaar (43% eens), aantrekkelijke evenementen (44%), verrassend (46%), veel kunst & cultuur (44% eens), veel architectuur & design (46%), hoogstaand culinair aanbod (43% eens), leuke uitgaansmogelijkheden (41% eens)

*Behoud- & verbeterpunten* Volgens de ondervraagde Engelsen zou Utrecht zich kunnen verbeteren qua gunstigheid van prijzen. De ondervraagden uit GL/SE zijn hier milder over. De Engelsen (incl. GL/SE) zijn positief over Utrecht. Belangrijke punten om te behouden zijn volgens hen zijn het aanbod architectuur & design, kunst & cultuur, het verrassende, winkelmogelijkheden, aantrekkelijke evenementen, hoogstaand culinair aanbod, leuke uitgaansmogelijkheden en de goede bereikbaarheid.

*Kernwaarden:* Utrecht is apart beoordeeld op een drietal kernwaarden: Persoonlijk, Inspirerend en Talentvol. Van deze drie vindt men Inspirerend het meest bij Utrecht passen. Inwoners van GL/SE vinden Talentvol vaker ‘helemaal passen’ dan inwoners van de rest van het Verenigd Koninkrijk. Daarentegen vinden zij juist Persoonlijk vaker ‘enigszins passen’.

*Mate van aantrekkelijkheid:* 74% van de ondervraagde internationale stedentrippers (18+) uit het Verenigd Koninkrijk kent Utrecht minimaal van naam (GL/SE 880%). 49% van de stedentrippers uit het Verenigd Koninkrijk totaal, vindt Utrecht (zeer) aantrekkelijk. Dit is 45% in GL/SE. Relatief veel mannen en weinig vrouwen, veel 65+ers en weinig 18-24-jarigen. Dit zijn relatief veel Post-moderns en relatief weinig Achievers.

*Mate van aanbeveling* Utrecht wordt gemiddeld aanbevolen (t.o.v. de andere 10 gemeten steden): Net Promotor Score Totaal Verenigd Koninkrijk: -15 (gemiddelde NPS score voor de tien gemeten steden -15). Net promotor Score GL/SE: 7 ( gemiddelde NPS score voor de tien gemeten steden 9)

### *Toekomstig bezoek*

- 6% van de ondervraagde Engelsen (totaal Verenigd Koninkrijk) wil in de toekomst een verblijf in Utrecht boeken (GL/SE 13%)
- 15% heeft de intentie om een dagtocht te doen (GL/SE 20%)

## **TOERISME UTRECHT**

- 11% van de ondervraagde Engelsen (totaal Verenigd Koninkrijk) wil in de toekomst een verblijf en een dagtocht in Utrecht maken (GL/SE 15%)
- 68% is niet van plan Utrecht te bezoeken (GL/SE 52%)