

Wat is de designstad van Nederland?

ONDERZOEK
 Samen met online panellieverancier GMI hebben merkonderzoeksbureau MindWorld en markadviesbureau Synergie gekeken naar de designstad van Nederland. Het merkebeeld is in kaart gebracht op basis van de eigenschappen en gerelateerde gevoelens die spontaan aan deze onderwerpen worden verbonden. De drie onderzoeken zijn uitgevoerd met een representatieve steekproef (3 x N = 150) onder Nederlandse internetters van 24 jaar en ouder.

Mindworld: merken worden in kaart gebracht op basis van alle eigenschappen en gevoelens die consumenten er spontaan aan kunnen verbinden. Deze keer designsteden in Nederland.

Heeft Nederland een designstad? In 2004 en 2005 was het een hot thema, met initiatieven als Amsterdam Design en investeringen van een miljoen in 'Design Connection Eindhoven'. De namen Rotterdam, Amsterdam en Eindhoven circuleren op internet als Nederlandse designsteden. Hiervoor wordt veel stellende argumentatie gebruikt ('het is zo') in plaats van constaterende ('mensen zien'). Daarom zochten we uit welke stad de titel designstad kan claimen.

Met een eerste Mindworld brachten we de eigenschappen in kaart die mensen koppelen aan 'designstad'. In dit onderzoek vroegen we vervolgens of dit paste bij Rotterdam, Amsterdam en Eindhoven. De twee steden die daar het best bij pasten onderzochten we vervolgens door daarvan een Mindworld te maken.

Hip en trendy

Om bij designstad te beginnen, dat is geen eenduidig begrip. De meest voorkomende eigenschappen betreffen hip, trendy, modern (29 procent) en aansprekend (14 procent). De betekenis van 'design' varieert. Sommigen betrekken het op architectuur (10 procent), anderen op mode (7 procent), sfeer (6 procent), of stijl en innovatie (beide 5 procent). Parijs wordt vaak spontaan genoemd (8 procent). Kortom, design is divers en daardoor een bijna onmogelijke propositie om te claimen.

Gevraagd naar de Nederlandse steden, vindt 40 procent van de respondenten Rotterdam een designstad, 32,7 procent Amsterdam en slechts 21,4 procent Eindhoven. Ondanks alle initiatieven van Eindhoven (zoals Design Academy, TU/e Industrial Design, Philips Design, European Design Week) gaat het om Rotterdam of Amsterdam. Het is illustratief voor de complexiteit van merkbouw. Relevantie, uniek onderscheidend vermogen en duidelijke aanwezigheid zijn randvoorwaarden voor een sterk merkebeeld.

Rotterdam versus Amsterdam

Het beeld van Rotterdam en Amsterdam verdiepten we in twee Mindworlds. Rotterdam is het meest eenduidige merk: een havenstad

met bijzondere gebouwen. Het beeld van Amsterdam is diverser. Druk, grachten, winkelen en gezelligheid. Design heeft in Rotterdam een andere lading dan in Amsterdam. In Rotterdam staat design voor modern, architectuur, moderne gebouwen, de skyline, de Erasmusbrug en kubuswoningen. Amsterdams design heeft betrekking op oud-Hollands, de grachten, musea en mode (PC Hooftstraat). Vooral fysieke eigenschappen (blikvangers), sfeer en bewoners worden genoemd. Activiteiten komen nauwelijks voor in het merkebeeld.

Het is duidelijk dat flagships (fysieke iconen, blikvangers) het merkebeeld bepalen, niet evenementen of activiteiten. En dat is precies waarom Eindhoven het niet wint. Op internet wordt Eindhoven verbonden aan 'innovatie' en 'modern'. Deze associaties lijken op die van Rotterdam. Echter, Rotterdam bezit flagships, Eindhoven vooral instellingen en activiteiten. Misschien kleuren deze de opinie van professionals, het brede publiek zeggen ze niet zoveel. Eindhoven resteert twee opties: eigen flagships creëren die zich kunnen meten met die van Rotterdam of een eigen type design claimen, zoals industrieel design. Het laatste biedt de meeste potentie.

En Rotterdam en Amsterdam? Op designgebied is de uitslag 1-1. Waarbij vooral Rotterdam zich er goed aan doet te realiseren dat de flagships vooral in Nederland betekenis hebben.

Rudmer van der Meulen is commercieel manager MindWorld (rudmer@mindworld.eu), **Jelmer van der Meulen** is merkadviseur bij Synergie (jelmer.vandermeulen@synergie.nl) en **Leon de Koning**, managing director Northern Europe, GMI (Global Market Insite)

