

## Provincie Zuid-Holland heeft de meeste topattracties (14), Utrecht slechts drie **IMAGO DOLFINARIUM DUIKELT: MINDER GESCHIKT VOOR KINDEREN VOLGENS OUDERS**

**Een onthullende tv-uitzending van Rambam over circuspraktijken en voortdurende protesten van dierenorganisaties om het park te mijden. Dolfinarium zit duidelijk in de hoek waar de klappen vallen. Uit de 5<sup>e</sup> editie van het Dagattracties Merkenonderzoek onder 1.600 Nederlanders blijkt dat het imago van het dierenattractiepark uit Harderwijk sinds 2010 voor de vierde keer op rij keldert. Voor Corpus, de attractie over het menselijk lichaam, is de toekomst rooskleurig door de sterkst stijgende populariteit. De Efteling is voor de vijfde keer de favoriete dagattractie.**

### **Andere opvallende conclusies uit de 5<sup>e</sup> editie van het Dagattracties Merkenonderzoek:**

- Hoogste groeiverwachting voor Wildlands, maar de vraag is of dit wordt waargemaakt
- All inclusive entree van Friese Duinen Zathe levert eerste plaats op wat betreft prijs/kwaliteit
- Duinen Zathe scoort ook het best op vriendelijk personeel, samen met de Efteling
- Gemoedelijkste attractie is Sprookjeswonderland, de gewaagde is Bodyworlds

### **Dolfinarium heeft alle schijn tegen; Beekse Bergen sterk in de lift**

'Op de ranglijst van populairste diertuinen is het Dolfinarium sinds 2010 gedaald van de eerste naar de derde plek. Vooral in de afgelopen vier jaar is de waardering voor het Dolfinarium onderuit gegaan', aldus merkadviseur Hendrik Beerda. 'Negatieve publiciteit over het dierenwelzijn heeft ervoor gezorgd dat mensen veel minder geneigd zijn om de zeedierenshows te bezoeken. De toekomst van het Dolfinarium ziet er weinig rooskleurig uit nu de sympathie zo laag is en ouders de attractie veel minder geschikt vinden voor kinderen. Een rigoureuze koerswijziging lijkt onvermijdelijk om het tij te keren. Het recent geopende waterpark en de samenwerking met de Plastic Soup Foundation lijken hiervoor onvoldoende. Een omslag naar educatief centrum, bijvoorbeeld met dierenopvang, lijkt kansrijker nu het publiek zich afkeert van de inzet van dieren als attractie. Beekse Bergen maakt een tegengestelde beweging door. Het safaripark wordt steeds meer gewaardeerd om zijn sympathieke, kindvriendelijke aanbod. Sinds 2010 steeg het bezoekersaantal van Beekse Bergen fors en al twee jaar heeft het de sterkste reputatie onder de dierenattracties.'

### **Top-10 populairste diertuinen in 2018 (+ positie in 2016, 2014, 2012 en 2010)**

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| 1. (1,7,6,5) Beekse Bergen       | 6. (6,8,8,8) Ouwehands Dierenpark Rhenen |
| 2. (4,4,3,2) Artis               | 7. (7,1,4,6) Koninklijke Burgers' Zoo    |
| 3. (2,2,1,1) Dolfinarium         | 8. (-,-,-,-) WILDLANDS Adventure Zoo     |
| 4. (3,3,2,4) Apenheul            | 9. (8,11,9,-) SEA LIFE Scheveningen      |
| 5. (5,6,5,3) Diergaarde Blijdorp | 10. (9,9,10,10) DierenPark Amersfoort    |

Ranglijst op basis van merkkracht (= gemiddelde van geholpen naamsbekendheid, merkwaaardering en merkbinding). Bron: Dagattracties Merkenonderzoek 2010 t/m 2018. In 2010 werd een top-30 van sterkste merken gemeten, daarna een top-50.

### **Populariteit Corpus meer dan verviervoudigd sinds 2010**

Corpus is de dagattractie waarvan de positie in de afgelopen jaren het sterkst is gestegen. Deze attractie over het menselijk lichaam die dit jaar zijn tienjarig bestaan viert, wordt vanaf het begin al zeer gewaardeerd. Dit vanwege zijn onderscheidende en leerzame aanbod voor kinderen. Dankzij de fors toegenomen bekendheid staat Corpus nu dertiende op de ranglijst van populairste, leerzame dagattracties en heeft het jaarlijks ruim 200.000 bezoekers. De ranglijst wordt aangevoerd door het Anne Frank Huis, het Rijksmuseum en Het Spoorwegmuseum.

### **Top-10 populairste leerzame dagattracties in 2018 (+ positie in 2016, 2014, 2012 en 2010)**

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| 1. (1,1,1, -) Anne Frank Huis           | 6. (6,8,14,5) Naturalis             |
| 2. (2,2,3,1) Rijksmuseum Amsterdam      | 7. (5,6,5,6) Deltapark Neeltje Jans |
| 3. (3,3,4,2) Het Spoorwegmuseum         | 8. (10,11,6,-) Aviodrome            |
| 4. (4,4,7,3) Nederlands Openluchtmuseum | 9. (11,5,10,-) Zuiderzeemuseum      |
| 5. (7,7,12,-) Het Scheepvaartmuseum     | 10. (8,9,8,-) Omniversum            |

Ranglijst op basis van merkkracht (= gemiddelde van geholpen naamsbekendheid, merkwaaardering en merkbinding). Bron: Dagattracties Merkenonderzoek 2010 t/m 2018. In 2010 werd een top-30 van sterkste merken gemeten, daarna een top-50.

## **Zuid-Holland heeft de meeste topattracties (14), de provincie Utrecht slechts drie**

Zuid-Holland heeft zijn positie in de vrijetijdsmarkt sinds 2016 flink versterkt en neemt nu de nummer één plek in. Twee jaar geleden werd deze topospositie nog gedeeld met Noord-Holland. De belangrijkste Zuid-Hollandse uitjes blijven het Haagse Madurodam en Diergaarde Blijdorp. Het Rotterdamse recreatiegebied Plaswijckpark behoort nu ook tot de topattracties. In de afgelopen twee jaar raakten drie Noord-Hollandse attracties uit het zicht van het Nederlandse publiek: wassenbeeldmuseum Madame Tussauds, het Hilversumse media-instituut Beeld en Geluid en het Texelse Wadden- en Noordzeecentrum Ecomare. Binnen de Randstad valt de provincie Utrecht in negatieve zin op vanwege het beperkte aantal gerenommeerde daguitjes. Ondanks de centrale ligging zijn alleen Ouwehands Dierenpark, het Spoorwegmuseum en DierenPark Amersfoort voor het brede Nederlandse publiek van topniveau.

## **Aantal dagattracties met een nationale reputatie per provincie in 2018 (+ aantal in 2016)**

- |                                 |                           |
|---------------------------------|---------------------------|
| 1. Zuid-Holland: 14 (2016: 13)  | 5. Utrecht: 3 (2016: 3)   |
| 2. Noord-Holland: 10 (2016: 13) | 6. Friesland: 2 (2016: 0) |
| 3. Gelderland: 5 (2016: 6)      | Overijssel: 2 (2016: 2)   |
| Limburg: 5 (2016: 6)            | 7. Drenthe: 1 (2016: 1)   |
| 4. Flevoland: 4 (2016: 3)       | Zeeland: 1 (2016: 1)      |
| Noord-Brabant: 4 (2016: 3)      | 8. Groningen: 0 (2016: 0) |

Ranglijst op basis van aantal dagattracties met een nationale reputatie per provincie. Bron: Dagattracties Merkenonderzoek 2016 en 2018. SnowWorld is in twee provincies gevestigd, Limburg en Zuid-Holland.

## **Hoogste groeiverwachting voor Wildlands, maar de vraag is of dit wordt waargemaakt**

Voor het in 2016 geopende Wildlands, dat in de plaats van Dierenpark Emmen kwam, verwacht het publiek de grootste groei in de komende twee jaar. 'Deze nummer één plaats op de lijst van verwachte groeiers is weinig verrassend', aldus adviseur Beerda. 'Wildlands is nog relatief nieuw en heeft veel positieve publiciteit gekregen. Het is dan logisch dat er veel nieuwe bezoekers worden verwacht. Het is vooral spannend voor Wildlands of het de torenhoge ambitie van meer dan een miljoen bezoekers per jaar op de lange termijn kan waarmaken. Hiervoor is enorm veel herhaalbezoek nodig. Voorlopig is het merk Wildlands nog een stuk zwakker dan het oude Dierenpark Emmen, dat in het slotjaar bijna 800.000 bezoekers trok. Uit het onderzoek blijkt dat Wildlands nu nog als spannend en nieuw wordt gezien, maar wat betreft waardering, sfeer en sympathie zijn de scores lager dan bij het oude dierenpark. Opvallend is dat drie namen in de top-5 van groeiers steevast tot de sterkste merken van de sector horen: Efteling, Rijksmuseum en Anne Frank Huis. In de top-50 van sterkste dagattractiemerken staan ze nummer één, twee en vier. De tendens is dat de meest gerenommeerde partijen verder doorgroeien.'

## **Top-5 groeiverwachting**

1. WILDLANDS Adventure Zoo Emmen
2. Efteling
3. Rijksmuseum Amsterdam
4. NEMO Science Museum
5. Anne Frank Huis

Ranglijst op basis van de verwachte groei van het bezoekersaantal in de komende twee jaar. Bron: Dagattracties Merkenonderzoek 2018.

## **All inclusive entree van Friese Duinen Zathe levert eerste plaats op wat betreft prijs/kwaliteit; Duinen Zathe scoort ook het best op vriendelijk personeel, samen met de Efteling**

'Terwijl attractieparken meestal bekend staan om hun hoge prijzen, staat het Friese Duinen Zathe juist bekend om zijn aantrekkelijke prijzen. Reden is de *all inclusive* entreprijzen. Voordeel hiervan is dat er duidelijkheid bestaat over alle uitgaven voor kaartjes, attracties, eten en drinken. En daar houdt de Nederlander van', aldus Hendrik Beerda. 'Ook wat betreft de vriendelijkheid van het personeel staat Duinen Zathe op nummer één. Ongetwijfeld speelt ook hier het *all inclusive*-aanbod een rol. Nadat je hebt betaald, lijkt het net alsof de medewerkers steeds cadeautjes uitdelen.'

## Top-3 beste prijs/kwaliteitverhouding

1. Attractiepark Duinen Zathe
2. Plaswijckpark
3. AquaZoo Friesland

## Top-3 vriendelijkste personeel

1. Attractiepark Duinen Zathe
2. Efteling
3. De Orchideeën Hoeve

Ranglijst op basis van respectievelijk de imagofactoren 'Goede prijs/kwaliteitverhouding' en 'Vriendelijk personeel'. Bron: Dagattracties Merkenonderzoek 2018.

## Gemoedelijkste attractie is Sprookjeswonderland, de gewaagde is Bodyworlds

'Attracties over het menselijk lichaam vindt de Nederland best spannend. Vandaar dat Body Worlds en Corpus in de top-3 staan van de gewaagde attracties. De spanning die Walibi weet op te wekken in de achtbaan en het spookziekenhuis levert de Flevolandse tienerattractie de tweede plek op wat betreft gewaagd aanbod. In lijn met het nostalgisch thema wordt Sprookjeswonderland in Enkhuizen als de gemoedelijkste dagattractie van Nederland gezien. Ook de Orchideeën Hoeve in Flevoland, met tropische kas en dierentuin, en het Apeldoornse familiepretpark Julianatoren worden als bijzonder gemoedelijk ervaren. 'Nadeel van dit gemoedelijke imago is wel dat een uitje hiermee als weinig dynamisch wordt ervaren en daardoor voor veel gezinnen met kinderen minder aantrekkelijk is', aldus Hendrik Beerda.

## Top 3 gewaagde attracties

1. BODY WORLDS
2. Walibi Holland
3. CORPUS

## Top-3 gemoedelijkste attracties

1. Sprookjeswonderland
2. De Orchideeën Hoeve
3. Julianatoren

Ranglijst op basis van respectievelijk de imagofactoren 'gedurfd' en 'zachtmoedig'. Bron: Dagattracties Merkenonderzoek 2018.

## Efteling voor de vijfde keer op rij de favoriete dagattractie van Nederland

Al sinds de eerste meting van het Dagattracties Merkenonderzoek in 2010 stevent de reputatie van de Efteling hoog boven de andere attracties uit. Wat betreft kindvriendelijk aanbod, afwisseling, vernieuwing, sfeer en horeca spant deze Brabantse attractie de kroon. De enorme merkkracht zorgt ervoor dat de Efteling ook veruit de meeste bezoekers weet te trekken: ruim 5 miljoen in 2017.

## Top-10 populairste attractieparken in 2018 (+ positie in 2016, 2014, 2012 en 2010)

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| 1. (1,1,1,1) Efteling       | 6. (6,5,6,6) Avonturenpark Hellendoorn |
| 2. (2,2,2,2) Madurodam      | 7. (7,7,7,7) Julianatoren              |
| 3. (3,4,5,5) Slagharen      | 8. (8,8,8,8) Drievliet                 |
| 4. (4,6,4,4) Walibi Holland | 9. (9,12,9,9) Toverland                |
| 5. (5,3,3,3) Duinrell       | 10. (10,9,-,-) Linnaeushof             |

Ranglijst op basis van merkkracht (= gemiddelde van geholpen naamsbekendheid, merkwaardering en merkbinding). Bron: Dagattracties Merkenonderzoek 2010 t/m 2018. In 2010 werd een top-30 van sterkste merken gemeten, daarna een top-50.

## Onderzoek onder 1.600 respondenten

Voor het onderzoek zijn 1.600 respondenten in twee fases ondervraagd. Eerst is de spontane bekendheid van alle Nederlandse dagattracties onderzocht. Daarna is voor de 50 bekendste merken in detail navraag gedaan naar de merkkracht en het imago. Elk merk is op 40 factoren onderzocht: spontane bekendheid, merkkracht (= geholpen bekendheid, waardering en binding), merkpersoonlijkheid (16 factoren), merkprestatie (17 factoren), bezoekingentent, bezoek en groeiverwachting. Met het onderzoek is de reputatie van alle Nederlandse dagattracties gemeten.

## Noot voor de redactie

---

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Hendrik Beerda: 06 - 51 05 49 09 of [mail@hendrikbeerda.nl](mailto:mail@hendrikbeerda.nl)

## **Bijlage 1: Ranglijst van alle Nederlandse dagattracties met een nationale reputatie, gerangschikt naar merkkracht (= gemiddelde van geholpen naamsbekendheid, waardering en binding)**

- |                                     |                                |
|-------------------------------------|--------------------------------|
| 1. Efteling                         | 26. DierenPark Amersfoort      |
| 2. Anne Frank Huis                  | 27. Zuiderzeemuseum            |
| 3. Madurodam                        | 28. Omniversum                 |
| 4. Rijksmuseum Amsterdam            | 29. Drievliet                  |
| 5. Beekse Bergen                    | 30. Avifauna                   |
| 6. Artis                            | 31. NEMO Science Museum        |
| 7. Dolfinarium                      | 32. Archeon                    |
| 8. Apenheul                         | 33. CORPUS                     |
| 9. Diergaarde Blijdorp              | 34. Zaanse Schans              |
| 10. Slagharen                       | 35. SnowWorld                  |
| 11. Ouwehands Dierenpark Rhenen     | 36. Floriade                   |
| 12. Keukenhof                       | 37. Toverland                  |
| 13. Het Spoorwegmuseum              | 38. Linnaeushof                |
| 14. Walibi Holland                  | 39. Kasteeltuinen Arcen        |
| 15. Koninklijke Burgers' Zoo        | 40. Museon                     |
| 16. Duinrell                        | 41. BODY WORLDS                |
| 17. Nederlands Openluchtmuseum      | 42. ZooParc Overloon           |
| 18. Avonturenpark Hellendoorn       | 43. GaiaZOO                    |
| 19. Het Scheepvaartmuseum           | 44. De Orchideeën Hoeve        |
| 20. Julianatoren                    | 45. Sprookjeswonderland        |
| 21. WILDLANDS Adventure Zoo Emmen   | 46. AquaZoo Friesland          |
| 22. SEA LIFE Scheveningen           | 47. Dierenrijk                 |
| 23. Naturalis                       | 48. Plaswijckpark              |
| 24. Deltapark Neeltje Jans          | 49. Pretpark de Valkenier      |
| 25. Luchtvaart- Themapark Aviodrome | 50. Attractiepark Duinen Zathe |

## **Bijlage 2: Details over het Dagattracties Merkenonderzoek 2018**

- Het Dagattracties Merkenonderzoek meet sinds 2010 tweejaarlijks de reputatie van alle Nederlandse attractieparken, dierentuinen, leerzame dagattracties en overige daguitjes.
- Het onderzoek wordt in eigen beheer uitgevoerd en heeft dus geen opdrachtgever of andere belanghebbende.
- Het onderliggende onderzoeksmodel BrandAlchemy™ is met de Universiteit van Amsterdam ontwikkeld.
- Met onderzoeksmodel BrandAlchemy™ wordt ook merkenonderzoek uitgevoerd in de boeken-, cultuur-, evenementen-, goededoelen-, overheids-, retail-, sponsor-, sport- en ziekenhuissector en voor steden, streken en provincies.
- Sinds 2006 zijn met het onderzoeksmodel 3.000 merken gemeten en hebben 500.000 respondenten aan de onderzoeken deelgenomen.
- Het Dagattracties Merkenonderzoek 2018 is uitgevoerd door een professioneel onderzoeksbureau dat bijvoorbeeld ook verantwoordelijk is voor de marktonderzoeken van NOS, Rabobank en Albert Heijn.
- De vragenlijst is online voorgelegd aan een representatieve steekproef van 1.600 Nederlanders die lid zijn van een online panel. Er zijn voldoende respondenten ondervraagd om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over de onderzochte merken.
- Voor het onderzoek zijn de respondenten in twee fasen ondervraagd. Eerst is de spontane bekendheid van alle Nederlandse dagattracties onderzocht. Daarna is voor de 50 bekendste merken in detail navraag gedaan naar de merkkracht en het imago. Elk merk is op 40 factoren onderzocht: spontane bekendheid, merkkracht (= geholpen bekendheid, waardering en binding), merkpersoonlijkheid (16 factoren), merkprestatie (17 factoren), bezoekingentent, bezoek en groeiverwachting.
- De theorie die ten grondslag ligt aan het merkenmodel BrandAlchemy™ is eenvoudig en breed geaccepteerd in de merkenliteratuur: een merk ontwikkelt zich in drie fasen (bekendheid, waardering en binding). Om deze drie fasen te kunnen doorlopen moet het merk een relevant onderscheidende positie innemen ten opzichte van de concurrentie, de merkpositionering. Deze merkpositionering wordt gerealiseerd met de ontwikkeling van merkpersoonlijkheid en merkprestatie.