

Reclame Respons Meting

Reacties op de Reclame Campagne van Stichting Regiobranding Zuid-Limburg
2011



Katja Sillen MSc.

PhD candidate Maastricht University

Review door: Gaby Odekerken-Schröder

Data verzameling door: RMI full service marktonderzoek

Met medewerking van: Han Mensink

Oktober 2011

Inhoud

Inleiding	2
Hoofdstuk 1: Data Beschrijving	2
Hoofdstuk 2: Resultaten voor heel Nederland	4
Hoofdstuk 3: Resultaten Zuid-Limburg.....	9
Conclusie	13
Bijlage 1: Executive Summary TV commercial	17
Bijlage 2: Nederland open vragen.....	19
Bijlage 3: Zuid-Limburg open vragen.....	39
Bijlage 4: Superbowl reclames	47

Inleiding

In dit document worden de resultaten besproken van de reclame respons meting die is uitgevoerd in oktober 2011. De meting is uitgevoerd onder hoogopgeleide mensen in Nederland. De resultaten worden eerst gepresenteerd in tabelvorm, gevolgd door een korte analyse. In deze analyse worden ook enkele resultaten uit 2010 naast de resultaten uit 2011 gezet.

Hoofdstuk 1: Data Beschrijving

Aantal respondenten (Totaal): 395

Aantal respondenten herkomst Nederland (exclusief Zuid-Limburg): 289

Aantal respondenten herkomst Zuid-Limburg: 106

Geslacht:

	Frequentie	Procent
Man	199	50,4
Vrouw	196	49,6
Totaal	395	100,0

Opleiding:

	Frequentie	Procent
Basisschool	1	0,3
Middelbare School	5	1,3
Beroepsopleiding (MBO)	3	0,8
Hogere beroepsopleiding (HBO)	273	69,1
Universitaire opleiding	113	28,6
Totaal	395	100,0

Thuisituatie (voor open antwoorden zie bijlage 2 en 3):

	Frequentie	Procent
Ongehuwd of alleenstaand	79	20,0
Gehuwd of samenwonend zonder kinderen	165	41,8
Gehuwd of samenwonend met kinderen	135	34,2
Anders, namelijk:	16	4,1
Totaal	395	100,0

Inkomen

	Frequentie	Procent
minder dan €15.000	16	4,1
15.001 tot €30.000	28	7,1
€30.001 tot €65.000	149	37,7
€65.001 tot €100.000	83	21,0
€100.001 tot €130.000	10	2,5
€130.001 tot €200.000	12	3,0
meer dan €200.000	1	0,3
Dat wil ik liever niet prijsgeven	96	24,3
Totaal	395	100,0

Beroep:

	Frequentie	Procent
bouw, bouwnijverheid	4	1,0
cultuur, sport en recreatie	11	2,8
detailhandel en reparatie van consumentenartikelen	4	1,0
financiële instellingen (bank, niet-verplichte sociale verze	15	3,8
gezondheids- en welzijnszorg	48	12,2
groothandel	7	1,8
horeca	2	0,5
industrie, winning van delfstoffen, nutsbedrijven	20	5,1
landbouw, visserij, jacht en bosbouw	4	1,0
onderwijs	49	12,4
overheidsdiensten, openbaar bestuur en verplichte sociale ve	35	8,9
post- en telecommunicatie	3	0,8
transport, vervoer, opslag	4	1,0
vormgever, sales, communicatie en marketing	7	1,8
zakelijke dienstverlening	66	16,7
anders	21	5,3
ik ben op dit moment niet werkzaam	95	24,1
Totaal	395	100,0

Hoofdstuk 2: Resultaten voor heel Nederland

Heeft u deze advertentie wel eens gezien? (Meerdere antwoorden mogelijk¹)

	Frequentie	Procent aangekruist
Ja, ik heb deze advertentie(s) online gezien	9	3,1
Ja, ik heb deze advertentie(s) in print, (bijv. in de krant) gezien	22	7,6
Ja, ik heb deze advertentie(s) ergens anders gezien, namelijk: (zie ook bijlage)	10	3,5
Ja, ik heb deze advertentie(s) gezien maar ik weet niet meer waar	47	16,3
Nee, ik heb deze advertentie(s) nog nooit gezien	207	71,6

Kunt u hieronder kort omschrijven wat volgens u de boodschap was van de zojuist getoonde advertenties?
Open vraag, voor antwoorden, zie bijlage 2.

Wat is u het meest opgevallen aan de advertenties?

	Frequentie	Procent
de foto	146	50,5
de tekst	58	20,1
de slogan	43	14,9
het logo	18	6,2
anders, namelijk: (Zie ook bijlage 2)	24	8,3
Totaal	289	100,0

Welke van onderstaande slogans is u het meest bijgebleven na het zien van de advertenties?

	Frequentie	Procent
"Alles wijst op Zuid-Limburg"	30	10,4
"Zuid-Limburg: mijn lust, mijn leven"	19	6,6
"Zuid-Limburg: de juiste balans tussen leven en werken"	27	9,3
"Zuid-Limburg: bright site of life"	74	25,6
Geen van de slogans is me bijgebleven	132	45,7
Anders, namelijk: (Zie ook bijlage 2)	7	2,4
Totaal	289	100,0

¹ Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk. De percentages zijn procent van het aantal respondenten, aangezien 1 respondent meerdere antwoorden kan geven is het totaal percentage opgeteld groter dan 100%. Om verwarring te voorkomen geef ik bij vragen waar meerdere antwoorden mogelijk zijn geen totaalpercentage. Bij de vragen waar u wel een totaalpercentage vindt konden respondenten slechts 1 antwoord geven.

Hieronder staat een aantal stellingen over de regio Zuid-Limburg. In welke mate bent u het met de verschillende stellingen eens?

	Helemaal Eens	Eens	Niet eens/Niet oneens	Oneens	Helemaal oneens
Zuid-Limburg biedt ruime carrièrekansen	6 (2,1%)	34 (11,8%)	150 (51,9%)	80 (27,7%)	19 (6,6%)
Zuid-Limburg heeft toonaangevende onderwijsinstellingen	17 (5,9%)	109 (37,7%)	140 (48,4%)	21 (7,3%)	2 (0,7%)
Zuid-Limburg behoort tot de hoogwaardige technologische topregio's	9 (3,1%)	53 (18,3%)	170 (58,8%)	53 (18,3%)	4 (1,4%)
Zuid-Limburg heeft een sterk gevarieerd woningaanbod	31 (10,7%)	128 (44,3%)	123 (42,6%)	6 (2,1%)	1 (0,3%)

Hoe aantrekkelijk zou u het vinden om in de regio Zuid-Limburg te wonen?

	Frequentie	Procent
zeer aantrekkelijk	18	6,2
aantrekkelijk	88	30,4
niet aantrekkelijk, niet onaantrekkelijk	76	26,3
onaantrekkelijk	53	18,3
zeer onaantrekkelijk	39	13,5
weet ik niet	15	5,2
Totaal	289	100,0

Hoe aantrekkelijk zou u het vinden om in de regio Zuid-Limburg te werken?

	Frequentie	Procent
zeer aantrekkelijk	8	2,8
aantrekkelijk	53	18,3
niet aantrekkelijk, niet onaantrekkelijk	97	33,6
onaantrekkelijk	66	22,8
zeer onaantrekkelijk	38	13,1
weet ik niet	26	9,0
n.v.t. ik werk er al op dit moment	1	0,3
Totaal	289	100,0

Heeft u commercial al eens eerder gezien?

	Frequentie	Procent
ja, eenmaal	37	12,8
ja, meerdere keren	80	27,7
Ja, heel vaak	2	0,7
Nee, nog nooit	170	58,8
Totaal	289	100,0

Op welke zender heeft u deze commercial (het vaakst) gezien?

	Frequentie	Procent
Nederland 1	14	11,8
Nederland 2	2	1,7
Nederland 3	2	1,7
RTL 4	4	3,4
RTL 5	1	0,8
RTL 7	0	0,0
Ergens anders	0	0,0
Weet ik niet meer	96	80,7
Totaal	119	100,0

Heeft u één of meerdere van bovenstaande banners al eens eerder gezien?

	Frequentie	Procent
ja, eenmaal	23	8,0
ja, meerdere keren	13	4,5
Ja, heel vaak	0	0,0
Nee, nog nooit	253	87,5
Totaal	289	100,0

Heeft u al eens op een van deze banners geklikt om naar de bijbehorende website te gaan?

	Frequentie	Procent
ja, eenmaal	8	22,8
ja, meerdere keren	1	2,8
Nee, nog nooit	27	75,0
Totaal	36	100,0

Deze advertenties en de radiospotjes zijn slechts enkele voorbeelden van een grotere campagne. In welke mate bent u het eens met onderstaande stellingen?

	Helemaal eens	Eens	Niet eens/Niet oneens	Oneens	Helemaal Oneens
Het is duidelijk wat er met de campagne bedoeld wordt	103 (35,6%)	158 (54,7%)	23 (8,0%)	4 (1,4%)	1 (0,3%)
De campagne is aantrekkelijk	61 (21,1%)	164 (56,7%)	52 (18%)	10 (3,5%)	2 (0,7%)
De campagne is opvallend	61 (21,1%)	136 (47,1%)	70 (24,2%)	21 (7,3%)	1 (0,3%)
Ik begrijp de campagne	97 (33,6%)	164 (56,7%)	24 (8,3%)	3 (1,0%)	1 (0,3%)
Het is duidelijk dat de campagne over de regio Zuid-Limburg gaat	134 (46,4%)	133 (46,0%)	20 (6,9%)	2 (0,7%)	0 (0,0%)
De campagne maakt duidelijk waar de regio Zuid-Limburg voor staat	71 (24,6%)	151 (52,2%)	57 (19,7%)	8 (2,8%)	2 (0,7%)
Door de campagne ga ik anders denken over de regio Zuid-Limburg	14 (4,8%)	71 (24,6%)	114 (39,4%)	76 (26,3%)	14 (4,8%)
De campagne wekt sympathie op voor de regio Zuid-Limburg	43 (14,9%)	142 (49,1%)	68 (23,5%)	28 (9,7%)	8 (2,8%)
Door de campagne ga ik mij verder informeren over wonen, werken of leven in Zuid-Limburg	5 (1,7%)	18 (6,2%)	67 (23,2%)	126 (43,6%)	73 (25,3%)
Door de campagne ben ik van plan om www.zuidlimburg.nl te bezoeken	8 (2,8%)	25 (8,7%)	70 (24,2%)	129 (44,6%)	57 (19,7%)
Tijdens het bekijken van de advertenties bedacht ik mij hoe nuttig deze campagne voor mij is	6 (2,1%)	27 (9,3%)	56 (19,4%)	125 (43,3%)	75 (26,0%)
De advertenties hebben niets te maken met mijn behoeftes	69 (23,9%)	103 (35,6%)	70 (24,2%)	36 (12,5%)	11 (3,8%)
Tijdens het bekijken van de advertenties bedacht ik redenen waarom ik wel of niet geïnteresseerd ben in informatie over Zuid-Limburg	19 (6,6%)	75 (26,0%)	104 (36,0%)	58 (201,1%)	33 (11,4%)

Welk onderdeel van de campagne is voor u het meest aantrekkelijk? (Voor open antwoorden zie bijlage 2)

	Frequentie	Procent
De printreclames / Advertenties	75	26,0
De banners / reclames op websites	24	8,3
De televisiecommercial	127	43,9
Geen van bovenstaande	63	21,8
Totaal	289	100,0

**Hebben de advertenties een positieve of negatieve invloed gehad op het beeld dat u had van de regio Zuid-Limburg?
(Voor open antwoorden zie bijlage 2)**

	Frequentie	Procent
zeer positieve invloed	11	3,8
positieve invloed	119	41,2
geen invloed	151	52,2
negatieve invloed	8	2,8
zeer negatieve invloed	0	0,0
Totaal	289	100,0

Heeft u de website www.zuidlimburg.nl wel eens bezocht?

	Frequentie	Procent
ja meerdere keren	7	2,4
ja eenmaal	15	5,2
nee nog nooit	267	92,4
Totaal	289	100,0

Had u een specifieke reden om de website [zuidlimburg.nl](http://www.zuidlimburg.nl) te bezoeken? Zo ja, kunt u dan aangeven welke reden u

hiervoor had? (meerdere antwoorden mogelijk)²

	Frequentie	Procent aangekruist
Ja, ik was op zoek naar informatie over wonen in Zuid-Limburg	0	0,0%
Ja, ik was op zoek naar informatie over werken in Zuid-Limburg	4	18,2%
Ja, ik was op zoek naar informatie over een verblijf of vakantie in Zuid-Limburg	14	4,8%
Ja, ik was op zoek naar informatie over Zuid-Limburg in het algemeen (cijfers, geschiedenis, etc.)	6	27,3%
Ja, ik was specifiek op zoek naar iets anders.	1	4,5%
Nee, ik was niet op zoek naar specifieke informatie/ik kwam toevallig op de site.	5	1,7%

Heeft u nog opmerkingen naar aanleiding van deze vragenlijst?

Open vraag, voor antwoorden, zie bijlage 2

² De vragen over de website hebben slechts 22 respondenten (alleen mensen die de website daadwerkelijk bezocht hebben gaven antwoord op deze vragen). Dit maakt het onmogelijk om conclusies te trekken aangezien de data niet representatief is voor deze vragen. De overige vragen over de website worden hier dan ook niet behandeld. Voor meer informatie over de bezoekredenen van de website verwijst ik u naar het website onderzoek.

Hoofdstuk 3: Resultaten Zuid-Limburg

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de respondenten afkomstig uit Zuid-Limburg besproken. Deze groep is een aparte categorie binnen het onderzoek. Mensen die al in een regio wonen zijn over het algemeen positiever over de regio en hebben meer aandacht voor de reclame campagne aangezien het onderwerp dichterbij hen staat.

Heeft u deze advertentie wel eens gezien? (Meerdere antwoorden mogelijk)

	Frequentie	Procent
Ja, ik heb deze advertentie(s) online gezien	5	4,7
Ja, ik heb deze advertentie(s) in print, (bijv. in de krant) gezien	16	15,1
Ja, ik heb deze advertentie(s) ergens anders gezien, namelijk: (zie ook bijlage 3)	8	7,5
Ja, ik heb deze advertentie(s) gezien maar ik weet niet meer waar	22	20,8
Nee, ik heb deze advertentie(s) nog nooit gezien	62	58,5

Kunt u hieronder kort omschrijven wat volgens u de boodschap was van de zojuist getoonde advertenties?

Open vraag, voor antwoorden, zie bijlage 3.

Wat is u het meest opgevallen aan de advertenties?

	Frequentie	Procent
de foto	62	58,5
de tekst	10	9,4
de slogan	19	17,9
het logo	8	7,5
anders, namelijk:	7	6,6
Totaal	106	100,0

Welke van onderstaande slogans is u het meest bijgebleven na het zien van de advertenties?

	Frequentie	Procent
"Alles wijst op Zuid-Limburg"	6	5,7
"Zuid-Limburg: mijn lust, mijn leven"	7	6,6
"Zuid-Limburg: de juiste balans tussen leven en werken"	11	10,4
"Zuid-Limburg: bright site of life"	39	36,8
Geen van de slogans is me bijgebleven	41	38,7
Anders, namelijk: (Zie ook bijlage 3)	2	1,9
Totaal	106	100,0

Hieronder staat een aantal stellingen over de regio Zuid-Limburg. In welke mate bent u het met de verschillende stellingen eens?

	Helemaal Eens	Eens	Niet eens/Niet oneens	Oneens	Helemaal oneens
Zuid-Limburg biedt ruime carrièrekansen	0 (0,0%)	24 (22,6%)	33 (31,1%)	33 (31,1%)	16 (15,1%)
Zuid-Limburg heeft toonaangevende onderwijsinstellingen	14 (13,2%)	58 (54,7%)	20 (18,9%)	13 (12,3%)	1 (0,9%)
Zuid-Limburg behoort tot de hoogwaardige technologische topregio's	4 (3,8%)	30 (28,3%)	43 (40,6%)	22 (20,8%)	7 (6,6%)
Zuid-Limburg heeft een sterk gevarieerd woningaanbod	19 (17,9%)	62 (58,5%)	17 (16,0%)	8 (7,5%)	0 (0,0%)

Heeft u commercial al eens eerder gezien?

	Frequentie	Procent
ja, eenmaal	12	11.3
ja, meerdere keren	40	37.7
Ja, heel vaak	0	0.0
Nee, nog nooit	54	50.9
Totaal	106	100,0

Op welke zender heeft u deze commercial (het vaakst) gezien?

	Frequentie	Procent
Nederland 1	12	23.1
Nederland 2	0	0.0
Nederland 3	0	0.0
RTL 4	2	3.8
RTL 5	0	0.0
RTL 7	0	0.0
Ergens anders	3	5.8
Weet ik niet meer	35	67.3
Totaal	52	100,0

Heeft u één of meerdere van bovenstaande banners al eens eerder gezien?

	Frequentie	Procent
ja, eenmaal	5	4.7
ja, meerdere keren	8	7.5
Ja, heel vaak	0	0.0
Nee, nog nooit	93	87.7
Totaal	106	100,0

Heeft u al eens op een van deze banners geklikt om naar de bijbehorende website te gaan?

	Frequentie	Procent
ja, eenmaal	1	7.7
ja, meerdere keren	1	7.7
Nee, nog nooit	11	84.6
Totaal	13	100,0

Deze advertenties en de radiospotjes zijn slechts enkele voorbeelden van een grotere campagne. In welke mate bent u het eens met onderstaande stellingen?

	Helemaal eens	Eens	Niet eens/Niet oneens	Oneens	Helemaal Oneens
Het is duidelijk wat er met de campagne bedoeld wordt	31 (29,2%)	61 (57,5%)	11 (10,4%)	3 (2,8%)	0 (0,0%)
De campagne is aantrekkelijk	23 (21,7%)	50 (47,2%)	22 (20,8%)	9 (8,5%)	2 (1,9%)
De campagne is opvallend	22 (20,8%)	51 (48,1%)	19 (17,9%)	13 (12,3%)	1 (0,9%)
Ik begrijp de campagne	36 (34,0%)	53 (50,0%)	13 (12,3%)	3 (2,8%)	1 (0,9%)
Het is duidelijk dat de campagne over de regio Zuid-Limburg gaat	45 (42,5%)	53 (50,0%)	7 (6,6%)	1 (0,9%)	0 (0,0%)
De campagne maakt duidelijk waar de regio Zuid-Limburg voor staat	18 (17,0%)	56 (53,8%)	20 (18,9%)	10 (9,4%)	2 (1,9%)
Door de campagne ga ik anders denken over de regio Zuid-Limburg	3 (2,8%)	12 (11,3%)	40 (37,7%)	38 (35,8%)	13 (12,3%)
De campagne wekt sympathie op voor de regio Zuid-Limburg	16 (15,1%)	55 (51,9%)	20 (18,9%)	12 (11,3%)	3 (2,8%)
Door de campagne ga ik mij verder informeren over wonen, werken of leven in Zuid-Limburg	3 (2,8%)	9 (8,5%)	40 (37,7%)	39 (36,8%)	15 (14,2%)
Door de campagne ben ik van plan om www.zuidlimburg.nl te bezoeken	4 (3,8%)	16 (15,1%)	30 (28,3%)	41 (38,7%)	15 (14,2%)
Tijdens het bekijken van de advertenties bedacht ik mij hoe nuttig deze campagne voor mij is	1 (0,9%)	9 (8,5%)	26 (24,5%)	48 (45,3)	22 (20,8%)
De advertenties hebben niets te maken met mijn behoeftes	8 (7,5%)	37 (34,9%)	44 (41,5%)	14 (13,2%)	3 (2,8%)
Tijdens het bekijken van de advertenties bedacht ik redenen waarom ik wel of niet geïnteresseerd ben in informatie over Zuid-Limburg	1 (0,9%)	20 (18,9%)	43 (40,6%)	28 (26,4%)	14 (13,2%)

Welk onderdeel van de campagne is voor u het meest aantrekkelijk? (Voor open antwoorden zie bijlage 3)

	Frequentie	Procent
De printreclames / Advertenties	17	16,0
De banners / reclames op websites	9	8,5
De televisiecommercial	58	54,7
Geen van bovenstaande	22	20,8
Totaal	106	100,0

Hebben de advertenties een positieve of negatieve invloed gehad op het beeld dat u had van de regio Zuid-Limburg? (Voor open antwoorden zie bijlage 3)

	Frequentie	Procent
zeer positieve invloed	2	1,9
positieve invloed	45	42,5
geen invloed	54	50,9
negatieve invloed	4	3,8
zeer negatieve invloed	1	0,9
Totaal	106	100,0

Heeft u de website www.zuidlimburg.nl wel eens bezocht?

	Frequentie	Procent
ja meerdere keren	13	12,3
ja eenmaal	11	10,4
nee nog nooit	82	77,4
Totaal	106	100,0

Had u een specifieke reden om de website [zuidlimburg.nl](http://www.zuidlimburg.nl) te bezoeken? Zo ja, kunt u dan aangeven welke reden u hiervoor had? (meerdere antwoorden mogelijk)

	Frequentie	Procent aangekruist
Ja, ik was op zoek naar informatie over wonen in Zuid-Limburg	1	4,2
Ja, ik was op zoek naar informatie over werken in Zuid-Limburg	1	4,2
Ja, ik was op zoek naar informatie over een verblijf of vakantie in Zuid-Limburg		
Ja, ik was op zoek naar informatie over Zuid-Limburg in het algemeen (cijfers, geschiedenis, etc.)	3	12,5
Ja, ik was specifiek op zoek naar iets anders	6	25,0
Nee, ik was niet op zoek naar specifieke informatie/ik kwam toevallig op de site.	10	16,7

Heeft u nog opmerkingen naar aanleiding van deze vragenlijst?
Open vraag, voor antwoorden, zie bijlage 3

Conclusie

Resultaten voor Nederland exclusief Zuid-Limburg.

Als men kijkt naar de resultaten voor Nederland blijkt dat 27% van de respondenten zich kan herinneren dat ze al eens een campagne uiting van deze campagne gezien hebben. Dit cijfer ligt 19% hoger dan bij de campagne van vorig jaar. De recall rate (het aantal mensen dat weten waar de campagne over gaat na het zien van de advertenties) is ook hoger dan bij de vorige campagne (82% t.o.v. 76% bij de vorige campagne).

In de campagne van 2011 wordt de website wederom als representatie van Zuid-Limburg ingezet. Vergelijk het met een Bijenkorf campagne: de informatie die er in staat is om het imago te versterken en om mensen naar het warenhuis te lokken met het laten zien van een sample van wat er allemaal voor aantrekkelijks is in deze warenhuizen.

Als men kijkt naar de verschillende elementen van de print advertentie is te zien dat de foto duidelijk het meest opvallende element is in de advertentie, gevolgd door de tekst. Iets meer dan 54 % van de mensen kon zich een slogan herinneren. Bij deze meting kon 25.6% zich de correcte slogan herinneren (bright site of life) terwijl 10.4% van de respondenten zich de oude slogan kon herinnerde (alles wijst op Zuid-Limburg) in plaats van de recente slogan. Bijna 26% van de respondenten geeft aan de printreclames het aantrekkelijkste onderdeel van de campagne te vinden.

De televisiecommercial lijkt een succesvolle stap te zijn binnen de reclamecampagne. Maar liefst 41.2% van de respondenten geeft aan de televisiecommercial al eens eerder gezien te hebben en dan voornamelijk op Nederland 1. De televisiecommercial is dit jaar zelfs het aantrekkelijkste onderdeel van de campagne volgens 43,9% van de respondenten. Ook in een aparte test van de televisie commercial (uitgevoerd door Han Mensink van Ideas & Opinions) reageren mensen zeer positief op de campagne. Vooral de onderdelen die gaan over wonen, werken, kansen voor kinderen en de filevrije omgeving komen positief uit de bus³.

De kernstellingen veranderen in de meting van dit jaar enigszins van patroon. Terwijl vorig jaar de carrièrekansen als neutraal beoordeeld werden, zijn respondenten dit jaar negatiever over dit onderwerp, net zoals in eerdere metingen. Technologie in de regio wordt net als vorig jaar als neutraal beoordeeld. Wonen en onderwijs zijn nog steeds significant positieve factoren van de regio volgens de respondenten van het onderzoek.

Bij het beoordelen van de advertenties blijkt dat de campagne significant duidelijk (90%), aantrekkelijk (78%), opvallend (68%) en goed te begrijpen (90%) is. Het is duidelijk waar de campagne voor staat (92%) en ook waar Zuid-Limburg voor staat (77%). Verder wekt de campagne sympathie op voor Zuid-Limburg (64%)⁴. Opvallend is dat de campagne van 2011 op al bovenstaande punten beter beoordeeld wordt dan de campagne van 2010.

³ Zie ook Bijlage 1 voor een executive summary van het onderzoek naar de tv-commercial.

⁴ Alle one-sample t-tests die uitgevoerd zijn voor deze data waren significant positief.

8% van de respondenten geeft aan meer informatie te willen over Zuid-Limburg en 12% geeft aan de website eens te gaan bezoeken naar aanleiding van de advertenties⁵. 45% van de respondenten geeft aan dat de campagne een positieve invloed heeft op het beeld dat zij hadden van de regio Zuid-Limburg (In vergelijking met 39% bij de campagne van vorig jaar). Bij 52% van de respondenten had de campagne geen invloed en slechts 3% geeft aan dat de campagne een negatieve invloed heeft op hun beeld van Zuid-Limburg. Dit is een zeer goed resultaat in vergelijking met andere campagnes⁶.

Het onderzoek voor deze campagne is uitgevoerd door heel Nederland. In onderstaande tabel worden enkele cijfers uit de campagne 2009 en 2010 naast elkaar gezet:

	Campagne 2010	Campagne 2011 (NL)
Recognition (Advertentie gezien)	8%	27%
Recall (Advertentie inhoud correct)	76%	82%
Campagne wekt sympathie op voor Z-L	52%	64%
Positieve verandering van beeld Z-L	39%	45%
Campagne is duidelijk	85%	90%
Campagne is aantrekkelijk	60%	78%
Campagne is opvallend	52%	68%
Campagne is goed te begrijpen	83%	90%
Duidelijk waar de campagne voor staat	83%	92%
Duidelijk waar Z-L voor staat	65%	77%

opvallend is dat de campagne van 2011 op elk van de bovenstaande punten hoger scoort dan de campagne van 2010. Acht op de tien Nederlanders weten de boodschap van de campagne correct te formuleren. In het onderzoek werden mensen gevraagd of ze een bepaalde advertentie al eens hadden gezien. Op het volgende scherm werd gevraagd wat de boodschap van de eerder getoonde advertenties was zonder dat ze de mogelijk hadden

⁵ Beide one-sample t-tests die uitgevoerd zijn voor deze data waren significant negatief.

⁶ Deze getallen geven een netto verbeteringsscore aan van 42% (positieve verandering - negatieve verandering). Ter vergelijking, bij superbowl reclames (de duurste televisie reclames ter wereld) liggen de top drie verbeteringsscores tussen de 39% en 45%. Zie pagina 30.

de advertenties nogmaals te bekijken. Dit benadert de situatie waarin men normaal gesproken de advertenties zou bekijken (attentiewaarde) zoveel mogelijk.

In vergelijking met 2010 zijn er verschillende conclusies te trekken op het gebied van de print campagne (in 2010 werd er geen gebruik gemaakt van een landelijke TV-campagne). De Recognition rate voor de print campagne is doorgestegen naar 27% tijdens de huidige campagne. Dit is zelfs hoger dan de “shock effect campagne” van 2009 waar een recognition rate van 20% gehaald werd. De Recall rate is daarnaast ook gestegen. Van 55% tijdens de campagne van 2009 naar 76% tijdens de campagne van 2010 en maar liefst 82% tijdens de huidige campagne. Ten slotte stijgt het aantal mensen die naar aanleiding van de campagne een positiever beeld van de regio ervaren van 20% in 2009 en 39% in 2010 naar 45% in 2011. Al met al een zeer positief resultaat.

Ter vergelijking, bij superbowl reclames (de duurste televisie reclames ter wereld) liggen de top drie verbeteringsscores tussen de 39% en 45%

Vergelijking Nederland en Zuid-Limburg.

In de meting van dit jaar is er specifiek een meting gedaan onder een groep inwoners van Zuid-Limburg. Onderstaand enkele cijfers voor Nederland en Zuid-Limburg naast elkaar.

<i>Reclame-respons meting 2011 (bron: Universiteit Maastricht)</i>	Nederland	Zuid-Limburg
Recognition Rate		
(aantal mensen dat zich spontaan herinnert de campagne te hebben gezien)		
- print / banner campagne	27%	38%
- TV campagne	41%	49%
Daadwerkelijk positiever beeld van de regio	45%	44%
Recall Rate	82%	87%
(aantal mensen dat de boodschap van de campagne juist interpreteert)		

Het beeld dat weergegeven wordt in bovenstaande tabel laat voor de recognition en voor de recall rate hogere cijfers zien voor Zuid-Limburg dan voor Nederland. Dit is een logisch gevolg voor het feit dat mensen hun aandacht vaker richten op zaken waarmee ze al bekend zijn. Een inwoner van Zuid-Limburg zal dus sneller opletten als er iets over Zuid-Limburg te zien of te horen is dan iemand die niet in deze regio woont.

Opvallend is dat verder zowel bijna de helft van de inwoners van Zuid-Limburg als de rest van Nederland een positiever beeld van de regio hebben na het zien van de campagne. Men zou verwachten dat door de eigen ervaring van inwoners van de regio met Zuid-Limburg, de impact van de spot veel lager zou zijn. Deze trend ziet men ook terug in de cijfers voor de beoordeling van de campagne. Zuid-Limburgers scoren hoger op onderdelen zoals duidelijkheid en aantrekkelijkheid, maar lager op onderdelen zoals persoonlijk nut van de campagne. Ook dit is logisch. Inwoners hebben immers al de eigen ervaring en dus minder behoefte aan extra informatie. Het is zeer waarschijnlijk dat de commercial een gevoel van trots oproept bij inwoners van Zuid-Limburg en positieve emoties bij inwoners van Nederland. Deze gevoelens kunnen werken als een verzachtend effect in het geval van negatieve aandacht voor de regio en zijn daarom zeer waardevol in het proces van regiobranding.

Bijlage 1: Executive Summary TV commercial

Executive summary - post-test tv-commercial RegioBranding Zuid-Limburg **Onderzoek en Verwerking door: Han Mensink**

Respondenten

Overeenkomstig eerdere testen is een steekproef uit het Eupanel van DirectResearch uitgenodigd voor dit onderzoek. Aantal respondenten: 150

Imago

- *Een sterk gevarieerd woningaanbod* wordt door de meerderheid van de respondenten geassocieerd met Zuid-Limburg.
- Bijna de helft vindt Zuid-Limburg *zeer geschikt om te wonen en te werken*
- *Carrièreperspectief* en *innovatieve industrie* associëren de respondenten slechts beperkt met Zuid-Limburg.

Begrip van de tv-commercial

- Er worden drie aspecten herkend:
 - Ga naar Zuid-Limburg (call to action)
 - Een mooie plek om te wonen en te werken (reason why)
 - Zuid-Limburg biedt meer dan je denkt (imago veranderend)
- Bijna alle respondenten weten de primaire doelgroep adequaat te omschrijven.

Eerste indruk

- Zo'n 70% is positief
- Aantrekkelijke reclame
- Aantrekkelijke regio
- Waardering humor

Waardering

Spontaan

- Aansprekend volgens meer dan 70%
- Minderheid heeft moeite met de geloofwaardigheid

Geholpen

- Spreekt aan, opvallend, sympathiek en duidelijk, eigen aan Zuid-Limburg!
- Iets meer mensen hebben nu moeite met geloofwaardigheid

Impact

- Een derde gaat Zuid-Limburg met andere ogen bekijken!

Nadere analyse van afzonderlijke scènes

- Meest aansprekend: de grote tuin, opstopping met koeien en fietsende kinderen
- Minst aansprekend: man in café en laboratorium

Conclusie

De tv-commercial is een duidelijke versterking voor het imago. De humor spreekt aan zonder afbreuk te doen aan de boodschap. Een minderheid vindt het *too good to be true*, met name mensen die ervaring hebben met Zuid-Limburg (familie, vrienden, er gewoond of gestudeerd

hebben). De hoeveelheid deelboodschappen in de commercial leidt er wel toe dat er winnaars en verliezers zijn. Wonen, werken, kansen voor kinderen en filevrij zijn de winnaars. Carrière, innovatie en scholen leggen het in deze commercial af tegen de eerder genoemde scènes.

Aanbeveling

Aanleiding voor de test was mede het bepalen of de commercial ook op onderdelen goed zou scoren. Daar zijn kanttekeningen bij te plaatsen.

- Man in café; inburgeren triggert negatieve reacties, het woord inburgering vermijden
- Innovatie; te generiek, in voice-over een iets lichtere toon en concreet
- Laptop scène; te kort om er de humor van in te zien. Overweging is om deze scene te laten vervallen en een oplossing zoeken voor het onderwerp scholen in de voice over

Bijlage 2: Nederland open vragen

In deze bijlage zijn de antwoorden op de open vragen te vinden voor Nederland.

Heeft u één of meerdere advertenties van bovenstaande campagne al eens eerder gezien? - ja, ik heb deze advertentie(s) ergens anders gezien. namelijk: (Open)

op tv

televisie

tv

TV

tv commercial

tv-reclames

Kunt u hieronder kort omschrijven wat volgens u de boodschap was van de zojuist getoonde advertenties?

... in Zuid-Limburg is het goed wonen en werken.

aandacht voor zuidlimburg

aandacht vragen voor de regio. de regio aanprijzen

Aantrekkelijke kanten van Zuid-Limburg onder de aandacht brengen

aantrekkelijkheid van regio Limburg tonen

Al het goede wat Limburg kan bieden

alles is beter in Zuid-Limburg!

Boodschap is dat je goedkoper kunt wonen in Zuid-Limburg dan in de Randstad

bright side of life, limburg

dat de provincie Limburg eeb fijne provincie is om te wonen, werken, vakantie verblijven etc

dat het fijn is om in Limburg te wonen/werken

Dat het fijn is om in Zuid-Limburg te wonen

Dat het fijn is om in Zuid-Limburg te wonen.

Dat het geweldig is om te wonen en werken in Limburg

Dat het goed leven is in Zuid-Limburg

dat het goed toeven is in Limburg

Dat het goed werken en wonen is in zuid Limburg

dat het goed wonen en toeven is in zuid limburg

dat het goed wonen en werken is in zuid limburg

Dat het goed wonen en werken is in Zuid Limburg

Dat het goed wonen is in limburg

Dat het goed wonen is in Zuid Limburg

Dat het goed wonen is in zuid limburg en dat er veel voordelen zijn tov andere delen van nederland

Dat het goed wonen is in Zuid Limburg tegen zeer aantrekkelijke woonlasten

Dat het goed wonen is in Zuid-Limburg

dat het goed wonen, werken en leven is in zuidlimburg

dat het heel fijn wonen is in zuid limburg

Dat het helemaal je-van-het is om in Zuid-Limburg te leven...

Dat het in Limburg goedkoop en mooi leven, wonen en werken is

dat het in zuid limburg erg mooi wonen is

dat het in zuid limburg goed wonen is

dat het leuk is om in die provincie te wonen

Dat het leven beter is in Zuid Limburg

dat het leven goed is in Zuid Limburg

Dat het leven in Limburg mooier, rustiger en bourgondischer is

Dat het leven in Zuid-Limburg goedkoper en aangenamer is dan in de rest van Nederland.

dat het mooi en goedkoop wonen is in limburg

dat het mooi wonen is in limburg

Dat het prettig en goedkoop wonen is in Zuid-Limburg ten opzichte van wonen in de stad.

dat het prettig wonen is in Limburg

dat het prima wonen is in Limburg

dat het zo fijn is in Limburg

dat in limburg wonen goedkoper is dan de rest vh land

Dat in Zuid-Limburg wonen voordelen heeft

Dat je beter af bent in Limburg

Dat je goed kunt leven in Limburg. Het is goedkoper dan in het westen van Nederland en biedt meer dan je denkt.

Dat je goed kunt wonen in Zuid-Limburg

dat je goedkoop en mooi kunt wonen in limburg

dat je in limburg nog prachtig kunt wonen tegen goedkope prijzen

dat je in Limburg ruimere, vrijer, goedkoper kunt wonen dan in andere delen van Nederland

Dat je in Limburg voor weinig geld gewoon een heel mooi huis kunt kopen.

Dat je in Zuid-Limburg kunt genieten van allerlei zaken, zoals rust, natuur, betaalbare ruimte, terwijl je er ook uitstekende opleidingen en werk hebt.

Dat je in Zuid-Limburg prettig kunt wonen.

Dat je in zuid-Limburg prettiger kunt wonen dan elders

Dat je ook in Limburg zou kunnen wonen.

dat je relatief, goedkoop in en mooie, rustige omgeving kunt wonen met een 'wereld'sstad binnen handbereik

Dat je voor minder geld mooier kan wonen in Limburg dan in de grote stad

Dat je voor weinig geld uitgebreid kunt wonen in ZuidLimburg, waar veel leuke dingen zijn.

dat Limburg aantrekkelijk is om te wonen

dat limburg een mooie plek is

Dat Limburg een mooie provincie is

Dat limburg een prima provincie is om in te wonen

Dat Limburg goed is om te wonen en te werken

dat limburg moois om te wonen

Dat Limburg prachtig is om in te wonen. De prijzen zijn er ook gunstiger.

dat limburg veel voordelen op de Randstad heeft

dat Limburg zit te wachten op nieuwe (economisch interessante) bewoners

dat Limburgt een heerlijke provincie is om te wonen te werken en te recreëren

Dat Maastricht alles heeft van beide kanten (drukte en rust)

Dat wonen in Zuid-Limburg beter, mooier en goedkoper is.

Dat wonen in Zuid-Limburg zeer aantrekkelijk kan zijn.

Dat Zd-Limburg een beetje leegloopt en dat men probeert er nieuwe bewoners voor te enthousiastmeren.

dat zuid limburg de ideale provincie is om in te wonen en te werken

dat zuid limburg een aantrekkelijke omgeving is om te gaan wonen en werken

Dat Zuid Limburg helemaal zo gek niet is om te wonen en/of werken.

dat zuid limburg vrij wonen is,

Dat Zuid-Limburg de voordelen van de Randstad heeft zonder de nadelen.

Dat Zuid-limburg een aantrekkelijke regio is voor wonen/werken/recreatie

Dat Zuid-Limburg een fijne regio is om te wonen in Nederland.

Dat Zuid-Limburg een prettige omgeving is om te wonen en werken vanuit de getuigenis van mensen die diverse beroepen beoefenen/achtergronden hebben

dat zuid-limburg een prima gebied is waar je kunt wonen met fantastische voordelen tov rest van nederland

Dat Zuid-Limburg een zeer aantrekkelijke streek is om te wonen waar veel "rust en ruimte" het woonklimaat kenmerkt tegen relatief lage woonlasten.

Dat Zuid-Limburg erg aantrekkelijk is om te wonen/werken.

Dat Zuid-Limburg veel mogelijkheden biedt.

Dat zuidlimburg goedkoop en leuk is

dat zuidlimburg leuk is

datn het in zuid-limburg zo goed is

de bright side of Limburg

De grote verschillen die er zijn in steden en op het platteland

De regio's worden op psotieve wijze gepresenteerd, om ze aantrekkelijk te maken

de rust van Zuid-Limburg; om daar te komen wonen.

de schoonheid en rust

De schoonheid van Zuid-Limburg is behoorlijk uitvergroot

De tekst was niet goed te lezen, maar ik denk dat de advertenties een oproep doen om naar Zuid-Limburg te verhuizen. Mooie natuur, goed bereikbaar, betaalbare huizen en zo. (Ik heb overigens zelf 30 jaar in Zuid-Limburg gewoond, woon nu weer in mijn geboortestad Den Haag)

de wanhoop van een regio om bewoond te blijven

een gevoel van rust, vrijheid en vakantie: alle reden om naar Zuid-Limburg te verhuizen

ga in Limburg wonen; daar is het nog betaalbaar

Ga in Limburg wonen!

ga wonen in limburg

geen flauw idee

geen id

geen idee

Geen idee

geen idee ik heb alleen zuid limburg als eye catcher gezien. Verder niet op de inhoud gelet

Geen idee, heb ze even overgekeken om te zien of ze me bekend voor kwamen en dat was niet zo.

Geen idee, vind het allemaal veel te rommelig.

Geen idee.

geen mening

geluk

geod wonen en werken in LImburg

ging over zuid limburg

goed alternatief voor de randstad

goed wonen en werken in zuid limburg

Goedkoper wonen in limburg

heb advertentie alleen gezien, niet naar de inhoud gekeken, maar het schijnt dat het aantrekkelijk zou moeten zijn om in Limburg te gaan wonen

Het gaat hier om wonen in Limburg

Het ging over zuid limburg en verder heb ik niet zo veel gezien.

het heeft iets met huizen kopen te maken

Het is erg aantrekkelijk om in Limburg te komen wonen

Het is fijn wonen in zuid-Limburg

Het is goed en goedkoop wonen in Limburg

het is goed te vertoeven in limburg

Het is goed werken en leven in Zuid Limburg

Het is goed werken en wonen in Zuid Limburg.

Het is mooi en rustig wonen in Zuid-Limburg

het is mooi wonen in zuid limburg

Het is prettig wonen in Limburg

Het is voor zuid-limburg

het leven in zuid limburg is beter dan het leven elders in nederland

het mooie leven in het bronsgroen eikenland

het wonen en leven in zuid-limburg wordt gepromoot

het wonen en werken in zuid-limburg heeft veel voordelen

Het wonen/werken in de provincie Zuid-Limburg onder de aandacht van de mensen brengen en aantrekkelijk doen overkomen.

Hoe mooi is Zuid Limburg

Hoe mooi Limburg is

leest met limburg

iets over Limburg als provincie

Ik had toch 'nee' geantwoord op de vorige vraag?!? In Zuid-Limburg is het goed leven

Ik heb de tekst niet gelezen, sprak me niet aan.

ik heb ze niet gelezen en kan niet een pagina terug gaan...

Ik heb ze niet gezien, he

Ik neem aan een aantrekkelijke regio Zuid Limburg om je te vestigen

In Limburg is het beter, vrijer, luxer, goedkoper wonen dan in bijv. de Randstad.

In Limburg moet je gaan wonen, sta je nooit in de file

In Limburg woon je minder duur, meer in de natuur, maar toch met alle faciliteiten.

in zuid limburg is het goed en voordelig wonen, veel natuur

In zuid limburg is ruimte om te goed te wonen

In Zuid Limburg wonen heeft veel voordelen.

In Zuid-Limburg is het goed wonen.

Informatie over Limburg

Je kan nergens beter wonen dan in limburg

Je moet wel erg gelukkig zijn als je daar kunt wonen!

Je zult maar..... heel goede tekst en geweldige fot's. Die advertenties moeten wel aanslaan.

kom in Limburg wonen

KOm in Limburg wonen.

kom in zuid limburg wonen

kom in zuid Limburg wonen. het is er mooi, ruim, goedkoop, goeie infra etc etc

Kom in Zuid-Limburg wonen

kom naar limburg omdat het daar goed vertoeffen is.

kom naar zuid limburg

Kom op bezoek in Limburg

kom wonen en werken in Limburg

kom wonen in Limburg

lekker wonen in Zuid-Limburg

leuk om ook eens naar limburg op vakantie te gaan er is veel te beleven op elk gebied

limburg

Limburg

Limburg biedt u kwaliteit om te leven

Limburg de provincie

limburg in de picture brengen

limburg is aantrekkelijk

limburg is aantrekkelijk om te wonen en werken aantrekken van jongeren en arbeidskrachten

Limburg is een bezoek waard en de moeite waard om in te wonen

limburg is een goede regio om te wonen en werken

Limburg is een mooie provincie om in te wonen.

Limburg is fijn om te wonen en goedkoop

limburg is goed en goedkoop om te wonen

Limburg is goed om in te wonen

limburg is leuk

limburg is leuk om te wonen en werken

limburg is mooi om te wonen

Limburg is mooi wonen, veel natuur en mooie woonvoorzieningen

limburg is rustig, goedkoop een goed alternatief voor de randstad

Limburg is the place to be(?)

limburg is zo gek nog niet

Limburg positief in beeld brengen

Limburg vergrijst.

limburgs landschap

Limurg promotie

maastricht is interessant om te wonen

Men wil hiermee aangeven wat de voordelen van de rust en de ruimte in Limburg zijn.

mensen naar zuid-limburg trekken

mooi

Mooi limburg

nee

Nee te veel tekst heb ik moeite mee

Nieuws over Zuid-Limburg.goed wonen in die regio, rust,

Om meer jonge mensen naar limburg te trekken

om zuid limburg meer onder de aandacht te brengen

prettig wonen in limburg, goedkoper dan in de randstad

promoten van Limburg als werk- en woonregio

Promoten van Zuid-Limburg.

promoten zuid limburg

promotie limburg

promotie Limburg

promotie om in Limburg te gaan wonen

promotie provincie Limburg

promotie van de provincie Limburg

promotie van de provincie Zuid-Limburg.

promotie van zuid limburg

promotie voor de provincie limburg

Promotie Zuid Limburg

promoting van zuid limburg

Reclame om in Zuid-Limburg te komen wonen

Reclame voor de provincie Limburg

Reclame voor het wonen in Zuid Limburg

Reclame voor Limburg

reclame voor zuid limburg

reklame voor limburg

reklame voor Limburg

rust en ruimte in limburg

rustig, goedkoop, kwaliteit van leven

uniek wonen

Veel geld uitgeven voor b.v. reizen

Verhuis naar Zuid Limburg, je kunt hier goed leven

verkoop van huizen

Vermoedelijk reclame maken voor de regio. Echter ik vindt ze veel te druk met allerlei niet te lezen kadertjes door elkaar.

Verrassend aangenaam en goedkoop wonen in Limburg

vier vakantie hier

voordelen van wonen in zuid limburg

waar wil je het liefst wonen

Wat de voordelen zijn om in Zuid-Limburg te wonen ten opzichte van de grote (Rand)stad.

weet niet

Wonen buiten de randstad (in de provincie) heeft zo zijn unieke voordelen.

wonen en werken in Zuidlimburg is goed

wonen in limburg

Wonen in Limburg is fantastisch

Wonen in Limburg is goedkoop

Wonen in Limburg is leuk

wonen in Zuid Limburg is voordeliger etc

wonen in Zuid-Limburg is zo slecht nog niet

wonen in zuid-linburg is aantrekkelijk

zal vast een ode aan Limburg zijn

Zuid Limburg biedt meer voordelen dan je denkt.

Zuid Limburg daar moet je zijn

Zuid Limburg heeft meer te bieden voor je.

Zuid Limburg is bijzonder.

Zuid Limburg is een aantrekkelijke regio om te werken en te wonen.

zuid limburg is een prima plek om te wonen en te werken

zuid limburg is erg mooi en nodigt uit tot een bezoek

zuid limburg is t

Zuid Limburg is zo gek nog niet (qua prijs, natuur etc.)

zuid limburg moet een mooie en goedkope woonomgeving zijn

Zuid limburg promoten

Zuid Limburg promotie: een goede lokatie om te werken/wonen

zuid limburg vakantie

Zuid Limburg valt best mee

zuid-limbirg als rustig middelpunt in een hectische omgeving - die binnen handbereik ligt door een goede ontsluiting

Zuid-Limburg biedt een hoge kwaliteit van wonen tegen lage lasten.

Zuid-Limburg een regio om te werken(hoger opgeleiden) èn te wonen.

Zuid-Limburg is aantrekkelijk om te wonen

Zuid-Limburg is een goede plek om te wonen en werken

Zuid-Limburg is een heel geschikte regio om lekker te ontspannen voor recreatie, maar ook om te wonen is het heel geschikt

Zuid-Limburg is een mooie plek om te wonen

Zuid-limburg promoten als prettige plek om te wonen

Zuid-Limburg promoten om er te komen wonen.

Zuid-Limburg, een ideale plek om te wonen.

zuidlimburg heeft veel voordelen t.o.v. andre regio's

Wat is u het meest opgevallen aan de advertenties? - anders, namelijk: (Open)

algehele vormgeving

alle anders maar toch zelfde inslag

dat het voor zuid-limburg is

De drukte

de eerste indruk van het geheel

de foto's

druk

grijze krullen

layout

niet gezien

niets

niets, teveel tekst.

Opmaak

reclamespot

veelheid van visuele elementen

zuid limburg

Welke van onderstaande slogans is u het meest bijgebleven na het zien van de advertenties? - anders, namelijk: (Open)

"Het zal je maar ...

Je zal maar in Zuid-Limburg...

je zou maar minder lasten hebben en meer lusten

Je zult maar.....

niets

Slogans waren niet te lezen

verschillende slogans met dezelfde belevenis

Wel onderdeel van de campagne is voor u het meest aantrekkelijk? Hieronder kunt u uw antwoord op bovenstaande vraag kort toelichten.

aardige promotie van Zuid Limburg

Advertenties sla ik in tijdschriften en kranten over, banners klik ik weg en een tv spotje wil ik wel eens uitkijken zonder weg te zappen

alleen al de slogan 'bright side' vond ik heel storend. waarom weer engels?

Banners en reclames op internet klik ik meteen weg en advertenties in tijdschriften oid kijk ik ook niet snel in. TV reclames blijf ik nog wel eens bekijken

Banners en reclames vind ik ontzettend irritant en verpesten mijn uitzicht op het beeldscherm. Televisiecommercials gaan langs mij heen. Ik ben werkzoekende en printreclames gericht op vacatures lees ik aandachtig door.

Banners kijk ik nooit. Daar kan ik gewoon langskijken. Tv commercials bekijk ik ook nauwelijks, dus misschien advertenties, ik zou alleen niet weten waarin. In tijdschriften of zo.

banners negeer ik tv-commercials mijid ik

Banners worden bij mij standaard geblokkeerd in Firefox. De printreclames / Advertenties zullen heus wel in diverse bladen hebben gestaan, maar dan juist in die bladen die ik niet lees. De televisiecommercial blijft dan over. Praktisch elk huishouden heeft 1 of meerdere televisies en men bereikt hierdoor een grote doelgroep.

Banners zijn irritant. Hou van beelden/mooie foto's.

Bewegend beeld doet altijd veel

Bewegend beeld, dynamiek, gezelligheid, rust, leuke, moderne, midden in het leven staande vrouw. Zal dus, denk ik, vooral veel vrouwen aanspreken.

Bewegende beelden blijven beter hangen omdat ze meer een verhaal vertellen.

bieden gelegenheid nog eens te kijken

blijft mij het meeste bij, aangezien ik reclames vaak niet precies bekijk

Dat heeft het beste bereik

dat is voor mij het opvallendste

De advertentie is de enige reclame die ik ben tegengekomen.

De advertentie laat de meeste vragen open, waardoor je als consument even moet nadenken over wat er precies bedoeld wordt. Dit is leuk, je wordt kortstondig op het verkeerde been gezet, maar je hebt snel door wat er mee bedoeld wordt. Kortom, het vraagt een lichte inspanning van de consument.

De advertenties en banners verlaat je zo en de commercial blijf je eerder kijken

De advertenties hebben niets te maken met mijn behoeftes.

De advertenties kun je in je eigen 'tempo' nog eens beter bekijken.

De advertenties laten Zuid-Limburg op z'n mooist zien.

de banners maken de boodschap het beste duidelijk

De banners, geven een prikkel om eens bij jezelf na te gaan denken over Zuid Limburg en wellicht als je nog niet 'gebonden/gesetteld' bent is het een hele mooie plek om te wonen en te werken. De rust en de ruimte lijkt mij ideaal, maar als je partner ook werkt en je kinderen in een puber leeftijd zitten, dan ga je niet zo makkelijk verkassen.

De campagne roept ook bij me op dat Zuid-Limburg het blijkbaar moeilijk heeft en zo mensen moet trekken. Blijkbaar lukt ze het anders niet

De commercial klopt niet. Elke keer als we naar Maastricht airport rijden staan we in Limburg in de file. Daarmee bedoel ik dus "heilige koeien" en geen echte!

De commercial op de TV geeft een levendig beeld van de mogelijkheden om te wonen en te werken. Je bent dan op een plek die anderen alleen van vakantie kennen.

De hele campagne is me nooit opgevallen

de meeste redenen die opgegeven worden om naar Zuid-Limburg te gaan beleef ik hier ook al en tevens wil ik niet zo ver van de kinderen gaan wonen.

de printreclames geven veel informatie die je op deze manier rustig kunt lezen. ook qua vormgeving zijn ze aantrekkelijk. De stem in de tv-commercial vind ik irritant.

De printreclames/advertenties combineren een "sfeerfoto" (die op zich natuurlijk in elke VVV-folder te vinden kan zijn) met een originele slogan en meer informatieve tekst. Het geheel vormt een aardig geheel, ook voor degenen zoals ik die geen enkele aanleiding hebben om in Zuid-Limburg te gaan wonen of werken.

de rest sla ik zo veel mogelijk over/skip ik

De televisiecommercial is mij het meest opgevallen. Het duurde echter wel een paar keer voordat ik de boodschap volledig binnen kreeg. Het is een leuk filmpje maar het moet even bezinken. Persoonlijk lees ik weinig tijdschriften. In de krant (NRC) is het me niet opgevallen.

De TV commercial is het duidelijkst van allemaal. De printreclame ga je niet lezen omdat er te veel door elkaar staat terwijl de banners helemaal niet to-the-point zijn en de slogans wegvallen in de foto. De mensen in de print vallen het eerst op, maar dat komt de hoeveelheid tekst niet ten goede. De banners komen me eerst over als een rouwadvertentie. Ook hier valt veel kracht van de tekst weg door de achtergrond.

De Tv-commercial doet het niet en de advertenties vind ik te veel om te lezen en ze zien er minder aantrekkelijk uit dan de banners

Deze advertenties combineren het visuele aspect met begeleidende teksten, waardoor de boodschap beter tot zijn recht komt.

Deze campagne lijkt me alleen interessant als je verhuis plannen hebt. In deze markt ga je toch niet je huis verkopen tenzij het moet en door de hoge werkloosheid in ZL zou ik niet snel mijn huidige baan er voor op het spel zetten.

Deze campagne wekt bij mij alleen interesse om een korte vakantie in Zuid-Limburg te houden, maar niet om er te gaan wonen of werken.

Die blijft me het meest bij

Die lees ik in ieder geval echt. Naar banners kijk ik eigenlijk niet, vind ze vaak storend. En bij commercials op tv zap ik meestal.

die sprak mij het meest aan

die zie ik vaker

Dit geeft een goed beeld (en geluid) van Zuid-Limburg

duidelijk

Duidelijk, kern is kort weergegeven bv. Limburg als provincie om te wonen, werken en recreëren

duidelijk, mooie foto's

Duidelijke advertentie. (alleen was de tekst van de advertentie zeer moeilijk te lezen: te klein, daardoor ligt de nadruk meer op de mooie en goede foto's)

er wordt duidelijk gemaakt wat er bedoeld wordt in leuke reclames

geeft meer informatie

geeft tijd om te beoordelen

Geen idee; blij dat ik het niet hoeft te zien.

geen mening

geen toelichting

GEEN VAN BOVENSTAANDE

geven het meest veelzijdige en authentieke beeld weer van Z-Limburg

grappig en interessant

Het biedt een totaalbeeld van de voordelen van wonen en werken in deze regio. Bovendien komt de humor nu beter over.

Het is alsof je er zelf in zit.

Het is een advertentie waar ik naar bleef kijken. Het maakte nieuwsgierig omdat de commercial begon met een vader met kinderen. Waar zou dit heengaan vroeg ik me toen ik er destijds naar keek, af

Het kost veel moeite om de andere teksten te lezen. Bij het filmpje hoor en zie je in een korte tijd waar het over gaat.

Het kwam als een verrassing dat het over Zuid-Limburg ging; het gaf een vakantie-gevoel

Het spreekt meer tot de verbeelding op TV

het ziet er prachtig en vakantie-achtig uit

houd niet zo van reclames

Ik ben alleen in Zuid-Limburg geïnteresseerd als eventuele vakantiebestemming. Als woon- en/of werkgebied is het niet interessant, gezien de negatieve houding die Zuid Limburgers tegenover "Hollanders" innemen.

Ik ben een Brabander in hart en nieren. Zo lang Limburgers chauvinistisch zijn en niet bereid zijn zich op enige manier aan te passen aan vreemden in hun omgeving (in taal en houding), heeft dit soort campagnes geen enkele zin. Ik kan tegenover dit verhaal tientallen verhalen zetten van niet-Limburgers die na 20 jaar Limburg zeggen: "Ze blijven je toch als een buitenstaander behandelen". Het roept een beetje het gevoel op dat veel mensen hebben over Frankrijk: het is een prachtig land, maar jammer dat er Fransen wonen. Ik heb samengewerkt met Limburgers, ik heb zelfs een tijd samengewoond met een Limburgse (buiten Limburg, dat wel), maar ik heb er helemaal niks mee.

ik ben gepensioneerd en heb alleen belangstelling voor vakantie of dagje uit aldaar

Ik ben niet anders gaan denken over de regio. Ik ben al gek op deze regio van Nederland. Ik kom er het liefst en geniet daar ook heel erg van de omgeving en de mensen (mentaliteit).

Ik ben totaal niet geïnteresseerd in het wonen of werken in Zuid-Limburg.

Ik ben vaker online dan ik tv kijk

Ik ben zelf nogal voorstander van beeldende reclame en iets tastbaars zonder TV Beeld

Ik heb absoluut geen plannen om naar Z-Limburg te verhuizen. Daarom niet aantrekkelijk. Wel mooie beelden.

Ik heb er geen interesse in, dus kijk ik er niet naar

Ik kom oorspronkelijk uit zuid-limburg, maar woon de laatste dertig jaar in Utrecht. Ik kijk dus toch wat anders aan tegen jullie campagne.

Ik lees geen tijdschriften/kranten en let nooit op banners op internet

ik lees veel kranten etc

Ik mis de radiocommercial, die heb ik wel vaak gehoord.

Ik sla de commercials op tv en in de krant en op internet in principe over. Wanneer ik ergens behoefte aan heb ga ik zelf wel op zoek

Ik snap dat er een knipoog in zit maar vind dat die niet helemaal juist wordt gemaakt.

Ik vind bewegende beelden altijd interessanter

Ik vind de advertenties te druk, beetje chaotisch zelfs en ze roepen mij niet aan om deze te bekijken. Ik denk dat deze moderner en strakker kunnen. De TV commercial vind ik grappig en laat zien wat de generatie van nu belangrijk vindt in het leven. Banners zie ik nooit doordat ik daar een plugin voor heb die deze blokkeert. Vandaar dat die mij niet aanspreken.

Ik vind de insteek van de campagne negatief geformuleerd, namelijk vergelijken met een negatief aspect van wonen in de randstad in plaats van een eigen positief aspect benoemen.

Ik vind de omgeving heel mooi Maar qua werkgelegenheid

Ik vind de toon van de tv-commercial erg leuk.

Ik vind tv commercials sowieso aansprekender dan tekst reclames. De combi van beeld en geluid maakt het opvallender en minder snel te negeren

ik woon en werk prima wil hier niet weg

Ik woon in het zuiden en weet hoe het daar wonen is. Dus geen verrassing

Ik woon tot grote tevredenheid in Salland, waar woon- en werkomstandigheden min of meer vergelijkbaar zijn met Zuid-Limburg. Daarom heb ik geen enkele behoefte om een verhuizing naar ZL te overwegen, met of zonder werk. Maar ik vind de reclamecampagne wel heel goed en aansprekend. Toen ik nog in de Randstad woonde, zou ik wellicht wel geraakt zijn door een dergelijke campagne, en mogelijk zelfs in beweging gebracht!

In het kort de vele voordelen van Zuid-Limburg

In tijdschriften blijf je vaak wat langer hangen bij advertenties.

indringend en verrassend. waar vind je dit in nederland? dit is toch "buitenland" in nederland. Als je hier kunt wonen, wat doe je dan nog in de randstad?????

is de minst slechte

Is het meest 'levend'. Banners/reclames op websites bekijk ik eigenlijk nooit. De advertenties kunnen ook aantrekkelijk zijn, maar het ligt eraan op welk formaat die worden gedrukt.

Ja

Je komt er als buitenstaander in Limburg nooit tussen, verder zijn Limburgers niet te vertrouwen, Limburg is helemaal niet aantrekkelijk voor mij.

Je ziet wel wat je mist in de Randstad.

klinkt allemaal heel goed maar locatie is en blijft dé reden waarom ik ZL nooit als woon- of werkplaats zou overwegen.

komen zo mijn huiskamer binnen

kort en bondig

kort en krachtig

Kort en krachtig, niet te veel tekst

Lees elke dag krant. Gedrukte informatie komt nog altijd beter binnen bij mij.

lees geen tijdschriften etc, dus de tv commercial is voor mij de meest aantrekkelijke, vind sowieso reclame filmpjes interessanter dan papieren versies

leesvriendelijk

leuk

Leuk en aansprekend.

Leuk filmpje, mooie beelden

leukste slogan stond daarbij

Limburg is voor ons te ver weg van de bewoonde wereld.

limburg trekt niet

maakt alles duidelijk

Maakt geen verschil

Makkelijk en snel

minder interessant omdat ik qua wonen/werken geen behoefte heb aan verandering. Ook in Brabant is het goed toeven! Wel leuk om te zien hoe ontspannen Limburg wordt gepromoot en ik ben tevens van mening dat dit een goede campagne is.

mooi gemaakt zonder "gezeur"

mooi, dynamisch filmpje

mooie beelden.

mooie commercial

mooie foto's en pakkende tekst erbij. wie wil bv niet voor hetzelfde geld in een groter huis wonen? het zet je toch aan het denken.

mooie foto's met sterke slogans

mooie plaatjes

mooie plaatjes, informatie

Na het sluiten van de mijnen zijn we met een van de Rijksdiensten van Den Haag naar Zuid-Limburg verhuisd. In de loop der jaren hebben we de Oostelijke Mijnstreek zien veranderen van zwart naar groen... We hebben er 30 jaar met veel plezier gewoond: leuk huis, grote tuin, mooie omgeving. Toen ik mijn man verloor ben ik weer naar mijn geboortestad Den Haag teruggekeerd, dichterbij de familie. Ook omdat ik gepensioneerd ben is deze campagne, hoe aantrekkelijk ook, dus niet relevant voor mij.

niet aantrekkelijk voor mij

Omdat dat mijn media-kanaal is

Omdat ik geen behoefte heb aan een verhuizing en al helemaal niet aan een verhuizing naar Limburg -laat staan Zuid Limburg- 'blok' ik denk ik de reclames en banners, ik zie ze niet, registreer ze niet. Bij een tv commercial is dat anders, die kun je minder goed 'blocken'.

Opvallend, duidelijk en leuk

Print is the drum, commercial ok en ik haat banners

Reclame op tv en computer vind ik storend.

regio wordt gekoppeld aan personen die er wonen en werken (geldt vooral voor de onderste advertenties, daarin herken je elementen uit Limburg)

sprak mij het meest aan door zijn duidelijkheid

spreekt het meeste aan

spreekt mij meer aan. Bewegende beelden vertellen mij meer

spreken meer aan

Springt het meest in beeld

televisiecommercials bereiken meer mensen door beeld en geluid / tekst

Tijdens het bekijken bedenk ik, dat de Limburgers weigeren om Nederlands te spreken als er toevallig een niet Limburger bij is. Een niet Limburger kan nooit inburgeren omdat de Limburger dat niet toestaat!!!!!!!!!!!!!!

toeristische interesse

Totaal niet geïnteresseerd in Zuid Limburg

TV-commercials heb ik wèl gezien.

tv. commercial sprekt het meest aan

Vannwege de foto's

Volksverlakerij

Voor mij trekt Zuid-Limburg sowieso niet.

Weer eens wat anders dan een bier- of autoreclameboodschap

Weinig tekst om te lezen, dus de boodschap komt laagdrempelig binnen. Ik werk zeer gespecialiseerd en zo'n kliniek is er niet in Limburg.

Wanneer je reclame maakt over een bepaalde streek komt het wat zielig over: kom alsjeblieft....

woon heel prettig in Roermond en had me niet zo in Zuid-Limburg verdiept. Dan opeens zie je die reclame en dat zet je even aan het denken over de zonnige sfeer die deze campagne oproept, ik wil wel weer eens een weekendje naar het zuidelijk deel van onze provincie dacht ik toen.

Wordt allemaal wel erg mooi voorgesteld, er is echt niet zoveel werkgelegenheid in Limburg.

wordt je door getriggerd.

Zie je in 1 oogopslag alle belangrijke informatie, het is binnen een paar tellen duidelijk of de campagne mij ook aanspreekt en of ik er iets mee kan.

ziet er leuk en vriendelijk uit. Maar gezien mijn leeftijd en het wonen van de kinderen is Limburg voor mij geen optie om te wonen. Vindt het een prachtige vakantie provincie

zijn mooie plaatjes die uitnodigen om ze goed te bekijken

Zoals ik eerder al zei, veel te druk.

Zowel de tv reclame als de print advertenties stralen iets positiefs uit.

Zuid-Limburg kan voor mij alleen in aanmerking komen voor een vakantie. Werk niet meer en wil niet verhuizen. dus mocht ik er vakantie willen houden, dan zal ik me er in verdiepen. Anderszins niet!

Hebben de advertenties een positieve of negatieve invloed gehad op het beeld dat u had van de regio Zuid-Limburg? Hieronder kunt u uw antwoord op bovenstaande vraag kort toelichten.

aantrekkelijke foto's en goede tekstkeuze

Aantrekkelijke woonomgeving. De regio heeft zijn kwaliteiten

Beeld van een mooi deel van Nederland met mooie landschappen wordt bevestigd

Blijkbaar gaat de ontvolking zo snel dat ze dit soort campagnes nodig hebben.

breng een andere blik op Limburg

De afgelopen jaren hebben we meerdere keren in Limburg een vakantie week doorgebracht. o.a. in Houthem (Valkenburg) en Heel. Het viel ons op dat veel huizen er armoedig uit zien en slecht onderhouden. Een troosteloos gezicht. Mooie wijken liggen afgelegen. We vroegen ons af hoe het hier is als je ouder wordt. De natuur is schitterend, maar als je ouder wordt zoek je de dingen dicht bij huis. N.a.v. de campagne hebben we inderdaad gesproken over hoe het zou zijn om in Limburg te wonen. wij zijn buitenmensen, maar de werkgelegenheid en de zorg houdt ons tegen.

de rust die het ook uitstraalt naast het mij bekende beeld van het drukke Maastricht centrum

door de mooie fotos en aanlokkelijke info (vrij wonen en werkperspectieven)

Er is meer mogelijk dan ik dacht.

er worden veel dingen genoemd waar ik niet eerder stil gestaan heb.

Er wordt op een positieve manier invulling gegeven om krimp tegen te gaan

ga er wel eens op vakantie, weet hoe mooi het is

geeft een heel mooie en uitnodigende indruk

Had al een goed beeld van Zuid-Limburg (heel vaak vakanties doorgebracht).

Had al een goed beeld, maar weet daarom ook dat het een regio is waar ik weliswaar graag kom maar nooit zou willen wonen/werken.

Heb jaren met veel plezier in Limburg gewoond maar deze campagne laat het echte Limburg niet zien, sorry.

heb er gewoon dus weet dat het er mooi is

heb nieuwe dingen gehoord over limburg

heb totaal geen interesse om in zuid limburg te wonen of te werken

Heb vroeger in Maastricht gewoond, mooie herinneringen, nog steeds.

Heb zelf 5 jaar in zuid limburg gewoond en ben weggegaan omdat er geen werk te vinden was. Als wij beide een baan kunnen vinden ben ik zo terug.

Het beeld dat ik had van de regio Zuid-Limburg is, door ervaring, al heel positief. Deze campagne heeft daar geen invloed op, maar roept wel mooie herinneringen op...

Het de advertenties tijdens het browsen nooit gezien, derhalve geen invloed

Het geeft me een beeld bij Limburg dat me bevalt

Het is anders dan ik had gedacht.

het is duidelijk dat het niet goed gaat met zuid-limburg en dat er mensen naar toe getrokken moeten worden. Om te wonen vind ik Zuid-Limburg niet geschikt, maar wel voor een dagje/weekendje weg.

het is een positief plaatje

Het leven in Zuid-Limburg word helemaal verkeerd voorgeschoteld

het maakt geen indruk

Het verandert niets aan het beeld wat ik van Limburg heb want ik kom wel eens in die provincie

Het ziet er als te mooi voor woorden uit. Als de Limburgers nu nog ABN zouden spreken zou het leuk worden. Bij die werkgelegenheid zet ik nog mijn vraagtekens. Maar om te wonen ziet het er super uit.

het ziet er erg aantrekkelijk uit

Het ziet er ernstig gezellig uit maar voor mij blijft het een vakantieland

Het zijn mooie beelden, gemaakt denk ik met mooi weer,dus ziet het er erg aantrekkelijk uit,maar ik ben met pensioen en wil gewoon niet meer verhuizen

Hoewel het mijn op zich prettig lijkt om in Zuid Limburg te wonen, zou dat niet kunnen zonder een goede baan. En het aanbod van (voor mij) passende banen in deze regio is nihil. Daarom zou ik niet overwegen om in Zuid Limburg te gaan wonen.

Ik ben altijd al een fan geweest van zuid-limburg.

Ik ben altijd positief geweest over de regio, kom er graag voor vakantie en om te fietsen, vandaar dat de advertenties geen verandering in beeld over Zuid-Limburg hebben gehad.

Ik ben limburgse en ken mijn provincie

Ik ben niet anders tegen zuid-limburg aan gaan kijken.

Ik ben van geboorte Limburgse en heb er de eerste 29 jaar van mijn leven gewoond!!!

Ik dacht al positief over Zuid-Limburg ivm het vele wandelen dat ik daar gedaan heb

Ik dacht altijd dat Zuid Limburg een beetje ouderwets en landelijk was. ;) Columns en verhalen van mensen die vanuit de randstad naar Limburg verhuizen zijn zelden tot nooit positief.

ik dacht en zie meer industrie,vuil als ik er door rij

Ik denk nog net zo over zuid-limburg

Ik had al een heel positief beeld over deze regio. Dat is niet veranderd. Misschien wel meer redenen om ervan te genieten.

ik had al een positief beeld en dat is alleen maar bevestigd

Ik had al een positief beeld over Zd-Limburg want ik heb er jarenlang gewoond

Ik had al een positief beeld van deze provincie en kom er graag.

Ik had al een positief beeld van Limburg, maar wist niet dat je er ook goedkoop kon wonen en dat er weinig files waren.

Ik had al een positief beeld van Z-Limburg, maar door de advertenties besef je dat het ook een leuke regio is om te wonen.

Ik had al een positief beeld van zuid limburg, ken het van vakanties en werk

Ik had niet echt een houding tov Limburg, maar door de campagne ben ik er wel wat positiever over geworden.

Ik heb een zeer positief beeld van Zuid-Limburg, als vakantie-bestemming (wielrennen). Ik zou echter nooit overwegen er te gaan wonen of werken

Ik heb/had al een positief beeld van Zuid-Limburg, maar dan als vakantiebestemming. Als woon-/werkbestemming trekt het me niet, vandaar dat mijn beeld in dat opzicht niet is veranderd.

Ik kan er nix mee!

ik ken de regio en mijn beeld ervan is niet veranderd

ik ken het ik heb er gewoond

ik ken zuid-limburg

Ik kom oorspronkelijk zelf uit Zuid Limburg

Ik kom zelden in Limburg en de advertenties maken dus op mij in geen indruk.

Ik kom zelf uit Maastricht en ga er graag een weekje of zo naar toe maar niet meer om te wonen of werken. De regio waar ik nu woon is voor mij veel aantrekkelijker qua landschap en rust. Ik mis wel het bourgondische en het lekkere eten. Vooral dat laatste dat is in mijn huidige regio niet of nauwelijks aanwezig in winkels. (wel in restaurants hoor). En dat je lekker dicht bij België zit. Heerlijk, dat is hier wel een gemis maar daarentegen is het landschap hier erg afwisselend en goed te fietsen voor mij. Dat geldt voor de heuvels daat wat minder. En de mensen zijn hier erg aardig, daar wat meer chauvinistisch en je komt er als niet Limburger soms moeilijk tussen.

Ik niet echt een duidelijk beeld van Zuid-Limburg.

Ik vind dat de regio te positief is neergezet. Probeer bijvoorbeeld maar eens zonder file Maastricht in te komen vanuit het Noorden.

ik vind het altijd al een mooie provincie, maar ik woon prima waar ik woon

Ik vind het tot nu een lekker vakantiegebied, nieuw is de informatie over de banen en technologie.

Ik vind Zuid Limburg een prachtige omgeving, maar het is voor mij geen aantrekkelijke omgeving om te wonen en te werken. Daarvoor is het te ver weg. Mijn beeld van Zuid Limburg is overwegend positief, maar de advertenties zetten mij niet aan tot het ondernemen van een verhuizing.

ik vond zuid limburg al mooi alleen niet om er te wonen of te werken

Ik was al gecharmeerd van zuid limburg, maar voor mijn werk moet ik vaak bij ministeries en andere landelijke organisaties zijn, en dat is te lastig te bereizen vanuit zuid limburg.

ik weet hoe het daar is, heb er gewerkt en gewoond en wil er nooit meer terug

Ik weet hoe mooi Zuid-Limburg en ben er weleens op vakantie geweest. Maar ik zou er nooit willen werken of wonen. Het is toch een grote overgang voor een Noordeling.

ik wil niets met wildersland te maken hebben en eurlings komt er ook nog vandaan

Ik wist dat Zuid-Limburg erg mooi is, maar ik was het eigenlijk weer een beetje vergeten.

ik woon dichtbij ZL en werk er, dus ben er bekend

ik woon n et noorden van het land heb daar mijn werk en familie en vrienden en heb geenzins de behoefte om in Zuid limburg te gaan wonen uren reizen van alles wat belangrijk is voor mij

In principe weet ik wel wat Zuid Limburg inhoudt. Deze campagne helpt je alleen maar om je er nog eens op te wijzen.

is ok

Ja

Je denkt er weer eens over na maar De advertenties hebben niets te maken met mijn behoeftes

Je hebt al snel het idee van een achtergebleven gebied ivm de Randstad, maar het heeft blijkbaar toch veel te bieden.

je kijkt nu met de vraag: wegen de genoemde voordelen op tegen de nadelen die in je hoofd zitten.

je krijgt een vakantiegevoel

ken de regio al.

ken regio

Ken Zuid-Limburg vrij goed. Is echter wel leuk om te zien.

laat gezelligheid zien

Leuke campagne

limbo

Mijn beeld van Zuuid Limburg was al positief

Mijn echtgenote komt uit Zuid Limburg Mijn schoonfamilie (4 zwagers met gezin) woont er) Ik denk dat ik wel weet wat er in Zuid Limburg te doen is. Ook zonde commercial

mooi landschap vrijstaande huizen

Niemand die het over het dialect heeft en, over hoe moeilijk het is om daar in te burgeren (als Nederlander tussen de Limburgers wel te verstaan) mede door dat dialect, hoe weinig buitenlandse (=niet van oorsprong Nederlandse) mensen er wonen, dat de PVV daar zo groot is. Dié mentaliteit is er eentje waar ik me helemaal niet thuis bij zou voelen. En dan is er één, precies geteld één zwarte meneer in de commercial. Zó zwart, dat hij best wel eens een geadopteerd kind van zeer blanke Zuid Limburgse ouders zou kunnen zijn. Nee, Limburg was al geen provincie waar ik zou willen wonen, maar nu echt nog minder.

niet meer werkend

nooit me zo gerealiseerd dat er echt meer ruimte is en goedkopere huizen

Om gezondheidsredenen van mijn vrouw is verhuizen naar een heuvelachtige omgeving onmogelijk waardoor Zuid-Limburg als woongebied afvalt. Omdat dit al eerder duidelijk was, zou de reclamecampagne daar geen verandering in kunnen brengen.

Omdat ik totaal geen plannen heb in deze richting ben ik daarop ook niet te beïnvloeden.

Omdat mijn ouders uit de regio komen heb ik een breder beeld van deze regio dan wat er in de campagne aan bod komt.

positief, weet eigenlijk niet veel van limburg.

positieve invloed voor vakantie, negatieve invloed voor het wonen.

prima plek voor de vakantie

Qua landschapsbeelden komt het overeen met het beeld dat ik al had. Dat de huizen in een krimpregio wat goedkoper zullen zij of worden dan in regio's waar nog groei of in ieder geval stabilisatie is wekt ook geen verwondering. Of Zuid-Limburg een echte toptechnologische regio is valt te bezien; het is in ieder geval geen Eindhoven e.o. En of de goede banen er voor het opscheppen liggen durf ik te betwijfelen; onverlet dat de Universiteit van Maastricht en het overige onderwijs vast wel goed zullen zijn maar dat geldt voor meer regio's (zoals Twente waar ik zelf woon)

sfeer is goed, en ze noemen zelfs op speelse wijze enkele problemen

stukje buitenland in nederland

toen ik het bord Liège zag staan, realiseerde ik me dat je in Zuid-Limburg wel op een gunstig punt zit als je meer naar het zuiden wilt reizen

Voel em niet aangesproken.

Voor mijn beeldvorming zijn de advertenties van geen belang geweest.

Was bij mij reeds bekend, is tenslotte het sjoênste stukste van Nederland.

was ook al positief voor die tijd

wel iets

wist niet dat Zuid-Limburg zo aantrekkelijk was

zie eerder commentaar: goede en positieve campagne

Zo'n advertentie kun je maken voor elke regio... te algemeen (Limburg als regio is niet altijd herkenbaar)

zuid limburg is wel mooi

Zuid-Limburg blijft voor mij een mooi stuk Nederland om er op vakantie te gaan en ook om er te wonen en te werken. (ik heb er zelfs jaren gewerkt vanuit Noord-Limburg maar kon er vanwege het werk van mijn partner niet naar toe verhuizen)

Zuid-Limburg is mooi, maar niet om zelf te wonen of te werken.

Wat is uw thuissituatie? - Anders, namelijk: (Open)

alleenstaand met kind

alleenstaand met kinderen

alleenstaand met kind

gehuwd met inwonend volwassen gehandicapte zoon

Gehuwd met nog 1 kind thuis van 28

gescheiden

gescheiden zonder thuiswonende kinderen

in studentenhuis

lat

ongetrouwd mét kinderen

thuiswonend

woningdelend

Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw medewerking! Indien u opmerkingen heeft, dan kunt u hiervoor onderstaande ruimte gebruiken.

De eerste pagina met de krantenadvertenties is erg onduidelijk, ook wanneer je het vergroot.

Elke verandering begint van binnenuit. Leer Limburgers: 1. Om Nederlands te praten als anderen ze niet te verstaan 2. Om naar iedereen buiten Limburg te verwijzen als "Hollanders", dat is zeker voor een Brabander heel vervelend. 3. Om zich wat meer open te stellen voor mensen die ze niet kennen. Eens een praatje te maken met een vreemdeling. 4. Om niet zo duidelijk elkaar te bevoordelen. Verse vlaai voor de Maastrichtenaren zelf, diepvriesvlaai voor "Hollanders".

Het probleem is dat Limburgers niet gemakkelijk mensen uit een ander deel van het land accepteren. Als je geen Limburgs spreekt, je hebt geen 'zachte 'g' en je doet niet aan carnaval, dan hoor je er niet bij. Ik kom er vaak voor mijn werk en ben ook wel uitgelachen om mijn uitspraak van het Nederlands, wat ABN Nederlands is en geen Gronings, ondanks mijn woonplaats. Hooghartig gedrag van deze mensen. Schijnheilige vriendelijkheid. Geen wonder dat geen mens er wil wonen. In de campagnes wordt niet ingegaan op dit "inburgerings"- probleem in Zuid-Limburg. Daar zou je moeten beginnen, met de houding van de Limburgers zelf. Met mijn ervaringen als noorderling in Zuid-Limburg wil ik er nog niet dood gevonden worden, mooie heuveltjes of niet.

Het was een mooie en leuke enquête

Ik heb er wel aanmerkelijk veel langer over gedaan om deze enquête zo eerlijk mogelijk te beantwoorden. Dorf niet te zeggen hoeveel, maar meer dan 10 minuten.

Ik heb wel de radiocommercial meerdere malen gehoord, maar deze komt niet terug in deze vragenlijst.

Ik kom oorspronkelijk uit Brabant. Ik heb gewerkt voor een bedrijf uit Limburg. Dit heeft invloed op mijn beeld van Limburg. Wel/geen ervaring met Limburg/Limburgers heeft denk ik invloed op deze campagne.

Ik zou het liever zien om i.p.v een engelse slogan een Limburgse slogan gebruikt wordt

Jammer, dat er nu weer een Engelse slogan gebruikt wordt.

Je zite dit soort campagnes alleen van regio's in de uithoeken van Nederland (Groningen, Drenthe, Zeeland en Zuid-Limburg). Ze bevestigen voor mij dat deze regio's kampen met terugloop en dat ze er moeite voor moeten doen om erbij te horen. De campagne van Zuid-Limburg vind ik wel sympathiek. Maar de verhalen die ik hoor over hoe moeilijk het is om te integreren met Limburgers, worden er niet door weggenomen.

Ook al wordt mijn mening over Zuid-Limburg als werk- en woonregio niet anders door deze campagne, het komt wel sympathiek over, ik heb er "met een glimlach" naar gekeken. Maar het is als met alle reclame: je moet er wel doorheen kijken en sommige beweringen enigszins relativieren.

tja ik zou wel vrij willen wonen, doch klein en bescheiden.

Zijn er meer mensen die een hekel aan advertenties hebben?

Bijlage 3: Zuid-Limburg open vragen

In deze bijlage zijn de antwoorden op de open vragen te vinden voor Zuid-Limburg.

Heeft u één of meerdere advertenties van bovenstaande campagne al eens eerder gezien? - ja, ik heb deze advertentie(s) ergens anders gezien. namelijk: (Open)

I1

op tv

tv

Total

Kunt u hieronder kort omschrijven wat volgens u de boodschap was van de zojuist getoonde advertenties?

aangeven hoe goed het in limburg is

aanmoediging om in z-limburg te wonen

aantrekkelijke regio

advertenties niet gezien/dus geen idee van de boodschap

bright site of limburg

Dat het best leuk leven, wonen en werken is in zuid limburg

dat het goed vertoeven is in Limburg

Dat het goed wonen is in Zuid-Limburg.

dat het heerlijk is om te wonen in Zuid limburg

Dat het in Limburg goed vertoeven is.

Dat het leuk is om in limburg te wonen

Dat het prettig wonen werken en leven is in Zuid-Limburg.

Dat het wonen in een afgelegen provincie een hoop voordelen heeft.

Dat je in Limburg meer woongenot hebt dan in sde Randstad voor hetzelfde geld

Dat Limburg een aangezame woon & werk provincie is

dat limburg leuk is om te wonen en werken

dat limburg veel goeds te bieden heeft

Dat werken in Zuid Limburg waarde heeft

Dat wonen en werken goed is in Limburg, niet noodzakelijkerwijs in deze volgorde.

dat ZL aantrekkelijk is om te wonen

Dat Zuid-Limburg meer te bieden heeft dan de meeste mensen denken. Positievare beeldvorming over Zuid-Limburg.

Dat Zuid-Limburg prettiger wonen is dan de Randstad.

de balans die men in het leven heeft en het bijzonder hoe de limburgers in het leven staat

De boodschap is mensen te stimuleren op deze plekken te komen wonen.

de voordelen van wonen in Zuid-Limburg

Er gaat niets boven limburg

geen idee, heb alleen gescand om te achterhalen of ik de advertentie al eens heb gezien.

Geen idee. Ik heb vluchtig gekeken en zag gelijk dat ik deze niet herkende. Was wel slim geweest als u erop gewezen had dat er nadien vragen overgesteld konden worden !!

goed vertoeven/wonen in Zuid- Limburg

goedkoper en beter wonen in zuid limburg

Het goede gevoel in Limburg te wonen.Waar voor je geld.

Het is buitengewoon plezierig om in Limburg te wonen en werken

Het is fijn om in Zui-Limburg te wonen

Het is fijn om in zuid-limburg te wonen.

Het is fijn om in Zuid-Limburg te wonen.

Het is goed leven in Limburg

Het is goed leven in zuid limburg

Het is goed leven in Zuid-Limburg

Het is goed toeven in Limburg

Het is goed wonen in Limburg.

Het is lucratief om naar Zuid-Limburg te verhuizen vanuit stedelijke gebieden in Nederland / Randstad

het leefklimaat in Zuid-Limburg is veel beter dan in rest van Nederland. Meer ruimte, meer privacy, geen overlast van burens.

Het promoten van Zuid Limburg.

hier is alles beter dan in het westen

iets met zorg en Limburg

ik heb deze vragenlijst al ontvangen via het limburg panel, volgende keer beter ontdebellen!

Ik zou het niet weten, maar volgens mij ging het om wonen in Zuid Limburg.

In Limburg is het goed toeven

in limburg is het goed wonen en werken

IN Limburg is het te doen.

in Limburg wonen is fijn, bourgondisch en niet zo druk

in limburg wonen is tof

In Limburg Wonen, werken en leven is prachtig en aanbevelenswaardig!

Interesseert me niets

Kom in Limburg wonen, daar is het leven goed en goedkoop

Kom naar Limburg, daar zijn heel veel mogelijkheden

kom werken en wonen in zuid-limburg

lekker leven in Zuid-Limburg zonder de stress van de randstad

leven in limburg is aangenaam en goedkoper dan ergens anders.

Limburg is een mooie provincie om in te wonen en te werken

limburg is oed voor ondernemers

Limburg onder de aandacht brengen

limburg promoten????

limburg promotie

Limburg promotion

mensen enthousiast maken voor werken en wonen in zuid limburg

mooi limburg

Mooi Limburg. Kom naar Limburg.

mooi wonen in Limburg en relatief goedkoop

nee

Nee, ik heb er alleen een vluchtige blik op geworpen. Iets over Limburg

neen, want ik lees zoiets niet.....kijk alleen naar de plaajes

Niet op gelet

ook in zuid limburg hebben wij dure marketingbureaus

prachtig wonen in Zuid-Limburg en werken elders

Prettig en goedkoop wonen in een mooie omgeving

Proberen Limburg te promoten.

promoten zuid limburg?

promotie regio limburg

promotie van de regio

promotie van Zuid-Limburg

promotie zuid-limburg

Promotie Zuid-Limburg

Reclame voor Zuid Limburg

Reclames voor regio.

te weinig aandacht aan besteed, sorry

weet niet

Wonen en werken in Limburg is Leven

Wonen en werken in Zuid Limburg is aantrekkelijk: biedt een andere manier van leven. Minder stress, files en dichterbij (andere) natuur en 'bourgondische'aard.

Wonen en werken stimuleren in Limburg.

wonen in limburg

Wonen in Limburg is fijn

Wonen in zuid limburg

woongenot is belangrijk, maar voor ieder divers

zuid limburg ...

zuid limburg als centrum in plaats van als aanhangsel

Zuid limburg is een mooie regio

Zuid Limburg promoten

Zuid limburg toch (ook) aantrekkelijk wonen en werken

Zuid-Limburg als centrum in plaats van als buitenbeentje.

Zuid-Limburg is de regio om te wonen werken en leven

zuid-limburg is een prima plek om te wonen en werken

zuid-limburg promoten

Zuid-Limburg promoten

**Welke van onderstaande slogans is u het meest bijgebleven na het zien van de advertenties? - anders, namelijk:
(Open)**

je zal maar

zuid limburg mijn land

Wel onderdeel van de campagne is voor u het meest aantrekkelijk? Hieronder kunt u uw antwoord op bovenstaande vraag kort toelichten.

Alleen deze is mij opgevallen.

allemaal spraken ze me aan: van print tot tv, maar tv het meest vanwege stukje humor

Als je al zeventig jaar lang in Zuid Limburg woont (en werkt)weet je onderhand wel hoe mooi het hier is en hoe gezegend dit stukje Nederland is.

Het stukje humor wat in de commercial verpakt zit, spreekt me aan.

banners en commercial ontvangen te weinig aandacht, een advertentie meer

bereikt een groter publiek plus laat bewegende beelden zien wat aantrekkelijker is dan een foto

bewegende beelden geven meer info dan een drukke advertentie met een grote foto en een paar kleine woorden

bij de advertenties staat teveel tekst, de commercial is leuk om naar te kijken.

Dat live-achtige spreekt meer aan.

De advertenties roepen bij mij irritatie op. Ik ben hoogopgeleid, maar vindt niet 1,2,3 een andere baan. Ik woon in Parkstad en ben elke dag anderhalf uur (heen en terug) bezig om op mijn werk te komen! Ook in maastricht kun je niet parkeren en files hebben we ook. Het wordt allemaal iets te mooi gebracht. Alleen het mooie landelijk, maar de achterstanden worden niet gezien (armoede)

de campagne is niet op mij van toepassing want ik woon en werk al in Zuid-Limburg, bovendien heb ik dit onderzoek ook al ingevuld via het Limburg panel.

De campagne komt niet overeen met de werkelijkheid.Wordt veel te mooi voorgesteld, jammer maar het is zo.

De campagne spreekt mij aan, m.u.v. het gestelde'limburgers kennen geen 9 tot 5 mentaliteit' want dit is een feitelijke onjuistheid. Dagelijks staan de files van en naar Maastricht. Ik vind het niet goed om net te doen alsof dit niet zo is. En loslopende koeien in plaats van een file: kom op mensen..... Die tractoren die je ophouden in het voor- en najaar, da's niet zo romantisch hoor...

De commercial is een opsomming van alle pluspunten van Zuid-Limburg, in 30 seconden ben je helemaal op de hoogte.

De commercial is me tot nu toe het meeste opgevallen

De krant zie ik het meest

De printreclames bevatten te veel tekst, wat niet uitnodigt om te lezen. Daarnaast wordt heel veel "je zal maar" gebruikt en dat spreekt mij totaal niet aan. Sterker nog, als ik het een aantal keer zie, begint het zelfs te irriteren.

De printreclames geven meer informatie over Zuid-Limburg.

De regio Zuid Limburg begint volgens mij bij Sittard. Ik woon zuidelijk van Sittard. De enquête vraagt om mijn postcode maar doet daar vervolgens in de vragen niets mee...

De televisiecommercial is aantrekkelijk, maar is ook erg idealistisch en niet geheel conform de werkelijkheid. Alles wordt te rooskleurig voorgesteld en geeft daardoor een minder realiteitsgevoel

de televisiecommercial vind ik het meest aansprekend

deze blijft het langst bekijken

Deze heb ik het meest gezien, dus blijft ook wel goed hangen. Tevens vind ik de advertentie over je zult het ruisen van een beekje maar horen in plaats van het toilet van de burens. Deze vind ik grappig

Deze komt ongevraagd in beeld

Deze reclamecampagne zorgt ervoor dat ik me schaam om Limburger te zijn, met tenenkrommend slechte slogans als THE bright sight of life. De campagne is lachwekkend, zal mensen met een hoge opleiding eerder afstoten dan aantrekken verwacht ik. Daarover gesproken: waarom kun je niet aangeven als je 2 postdoctorale titels hebt? Universiteit is nu eenmaal niet het hoogst opgeleid.

duidelijke banner die geregeld in beeld komt enm herkend wordt

Een zéér onsympathieke campagne

geen voorkeur bij bovenstaande vraag, de campagne is voor mij niet van toepassing omdat ik al in Zuid-Limburg woon en werk grootste bereik

het is allemaal te gelikt, komt nep/elitaire over, waar zijn de echte mensen?

Ik ben al woonachtig in Limburg (Maastricht).

Ik woon al in Zuid-Limburg, dus geen behoefte aan info, maar wel opgevallen dat er commercial op TV was.

Ik woon en werk al in Zuid-Limburg, de reclame campagne is dus niet echt op mij gericht.

Ik woon en werk er al en die ruimte voor lage prijzen is natuurlijk wel waar in vergelijking met bv rotterdam e.d. maar men vergeet ook dat hier wel lagere lonen worden betaald dan in de randstad dus een echt eerlijke reclame is het niet.

ik woon er omdat ik er studeer ik heb geen plannen om er te blijven wonen

Ik woon in Limburg echter heb een hele lange tijd gewerkt in Brabant, mijn partner werkt nog steeds in Brabant, voor wat betreft mijn mening, moet ik aangeven dat ik de werkgelegenheid in Limburg helemaal niet aantrekkelijk vind, daarnaast is het ook belachelijk dat men in Limburg minder verdient dan in het overige deel van Nederland. De huizen zijn er weliswaar goedkoper, maar dat geldt voor meerdere provincies in Nederland. Ik ben er stellig van overtuigd dat men meer werkgelegenheid naar Limburg moet halen en er naast de opleidingen die er zijn, meer hogere opleidingen moet halen naar Limburg, pas zo kan je er een echte bruisende omgeving van maken, want gezien de geografische ligging, zou Limburg veel aantrekkelijker moeten zijn, mits de rest van Nederland hierin wil investeren.

Ik woon in Zuid Limburg. Herken me niet helemaal in de campagne.

Internet is het enige medium dat ik gebruik

Is zeer indringend en geeft een goed gevoel

kort en bondig

Moeilijk antwoord op te geven Ik woon in Zuid-Limburg. Soort reclame is afhankelijk van welke doelgroep je wilt bereiken.

Mooie commercial

Mooie foto's spreken mij aan. Met name die van Heerlen!

pakt wat meer.

Persoonlijk ben ik veel te nuchter om beïnvloed te worden door reclames. Hier lees ik overheen of ga naar een ander televisiekanaal.

ruimte voor toelichting, mis je in banners. TV commercial is doorgesloten, "simpele" zielen/onnozele reclame, limburg niet meer serieus genomen

Televisiecommercials trekken meer de aandacht dan printreclames of banners, en deze is redelijk leuk.

Valt goed op en bereikt waarschijnlijk veel mensen

valt het meest op

Voorbeelden spreken aan

Woon en werk er al.

zonder opdringerig te zijn krijg je het gevoel dat dat het een afspiegeling van de werkelijkheid is en niet zomaar een reclamespotje

Hebben de advertenties een positieve of negatieve invloed gehad op het beeld dat u had van de regio Zuid-Limburg? Hieronder kunt u uw antwoord op bovenstaande vraag kort toelichten.

Aangezien ik zelf mijn hele leven in de regio woon, weet ik er al alles van.

beeld is niet gewijzigd door advertenties

bewustwording van de positieve kanten van zuid limburg

Doordat ik inwoner ben van Z-Limburg heb ik al een duidelijk beeld van de regio.

Een advertentie kan geen invloed hebben op de beeldvorming omdat deze zeer fragmentarisch is.

geen invloed want ik ken de regio al, want ik woon er al mijn hele leven. Wel nog een opmerking over het filmpje: dat stukje met die koeien op de weg is wel erg overdreven!!!

Het beeld dat ik van mijn eigen stukje Limburg heb, is niet te veranderen. Het is een paradijs en zal dat voor mij altijd blijven ongeacht wat anderen menen.

het is een bevestiging over hope ik al over zuid-limburg denk, en dit wordt verstrekt

Ik ben in 1997 vanuit de Randstad naar Maastricht verhuisd ivm werk en tot volle tevredenheid. Inmiddels ook een partner vanuit midden Nederland naar Maastricht verleid.

Ik ben in Zuid-Limburg geboren en getogen. Ben er nog steeds blij mee ;)

Ik had al een positief beeld.

Ik heb al een positief beeld over de regio Zuid-Limburg, is niets aan veranderd.

ik sta iedere ochtend 25 min in de file voor Maastricht...

Ik vind het prima dat Zuid Limburg op verschillende manieren in beeld wordt gebracht, ook al is het te rooskleurig.

Ik woon al mijn hele leven in Limburg en weet hoe mooi Limburg is maar weet ook dat we letterlijk en figuurlijk maar een aanhangsel zijn van Nederland.

Ik woon al ruim 30 jaar,tot mijn volle tevredenheid in zuid limburg

Ik woon en werk al in Zuid-Limburg

ik woon er

Ik woon er al

ik woon er al 34 jaar en werk er

Ik woon er al en heb nooit ergens anders gewoond/gewerkt

Ik woon er al, dus geen invloed

Ik woon er al, maar het geeft nog eens aan waarom het fijner is dan in sommige andere regio's

Ik woon zelf in deze mooie regio

Ik zie mijzelf als Zuid-Limburger, maar in deze reclames lijkt het erop dat we onszelf het zielige jongetje uit de klas vinden die zich altijd onderbedeeld voelt. We moeten trots zijn op wat we hebben in Zuid-Limburg in plaats van klagen dat andere mensen dat niet zien.

In limburg wonen is rustiger dan elders in nederland

indruk was al positief

Kom op zeg, koeien op de weg?

Leuk om te zien dat de eigen regio aangeprezen wordt.

maar overdrijf niet nog meer

Men doet eindelijk aan promotie van mijn regio.

mijn beeld van zuid limburg was al positief en is niet veranderd door de advertenties

Mijn mening over zuid Limburg was al positief.

ongeloofwaardig, misschien trappen randstedelingen daarin

positief is natuurlijk dat we moeten proberen trots te zijn maar daarvoor moet wel e.e.a. gebeuren.

vaak word er een eenzijdig beeld van Limburg gegeven en dat is nu niet het geval

voordelen positief, maar manier waarop negatief

Woon er, werk er, weet hoe het er echt is en het is niet alleen maar rozegeur en maneschijn

Zie vorige vraag. Limburg wordt zo (weer) het geretardeerde broertje van het gezin.

Wat is uw thuissituatie? - Anders, namelijk: (Open)

alleenstaand met uitwonende kinderen

thuiswonend bij ouders

Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw medewerking! Indien u opmerkingen heeft, dan kunt u hiervoor onderstaande ruimte gebruiken.

de slagzin vind ik ontzettend beperkt en dom...je zult er maar wonen...

Een van de laatste vragen ben u van plan deze site vaker te bezoeken. Welke site, Uni Maastricht of RMI of Regio Zuidlimburg. Deze logo zie ik bij deze vraag. Ik vindt 'niet werkzaam' erg ruim. Ik mis pensioen of prepensioen.

enkele open vragen meer zou mogelijk een beter beeld geven anderszits weet ik dat open vragen slecht gedeeltelijk beantwoord worden

Er zijn vragen bij die ik niet duidelijk kon beantwoorden omdat ik niet meer werk en/of al lang hier woon!

Geen opmerkingen.

jammer dat je niet een pagina terug kon klikken, verder goede enquête

Persoonlijk doet mij deze reclame niet zoveel maar ik vind deze mooi van opzet.

Tv commercial met hollanders in beeld en geluid is niet echt realistisch. Ook het inburgeren wordt verkeerd afgespiegeld... Kortom een verkeerd beeld

Wonen in Limburg is geweldig, jammer dat er zo weinig werkgelegenheid is. Mijn 2 studerende kinderen zullen zeker geen baan in Limburg vinden

Bijlage 4: Superbowl reclames

Welke Super Bowl reclames hadden de meest positieve of negatieve invloed op het beeld dat u van een merk had?

Februari, 2008; n=1,139

Bron: comScore, Inc.

Hoogste verbetering	Positief	Negatief	Netto verbeteringsscore
Hyundai	46%	1%	45%
Anheuser-Busch (Bud/Bud Light)	44%	2%	42%
Bridgestone	42%	3%	39%
Laagste verbetering	Positief	Negatief	Netto verbeteringsscore
SalesGenie.com	21%	18%	3%
GoDaddy.com	26%	13%	13%
Under Armour	30%	12%	18%