

17. April 2024

Stadsmarketing

Dit zijn Bocholts 5 meest overtuigende sterke punten



© Stadtmarketing Bocholt

De stad Bocholt en citymarketing presenteerden vandaag de resultaten van de merkanalyse van Bocholt onder deskundige wetenschappelijke begeleiding van Peter Pirck van Brandmeyer Markenberatung in Hamburg en Prof. Dr. Sebastian Zenker van de Copenhagen Business School.

De analyse is gebaseerd op merkkampen, interviews en een online enquête, die in opdracht van de stad en citymarketing werden uitgevoerd in januari en februari 2024. Het belangrijkste doel van deze enquête was het identificeren van de meest aansprekende sterke punten vanuit het perspectief van de bevolking van de stad en mensen uit het omliggende gebied. De geïdentificeerde sterke punten zullen een belangrijke rol spelen in het verdere proces van het vestigen van het merk.

Focussen op de sterke punten

Een resultaat van de merkanalyse is dat Bocholt door alle ongeveer 2000 deelnemers als "zeer positief" werd beoordeeld. Dit is vooral opvallend in vergelijking met andere steden die ook een brandingproces hebben ondergaan. De meest voorkomende associaties met Bocholt waren "fiets" en "Aa / Aasee". Maar: de focus van de merkanalyse was niet alleen om te bepalen wat er met Bocholt wordt geassocieerd - maar ook wat de stad aantrekkelijk maakt (zogenaamde merkdrivers).

Merkinhoud

Met behulp van de online enquête werden vijf sterke punten van Bocholt - de kern van het stadsmerk Bocholt - geïdentificeerd. Zo kan Bocholt zich het beste positioneren en profileren in de concurrentiestrijd tussen steden:

Nederland voor de deur

Bocholt heeft een unieke ligging op het grensvlak van het Münsterland, het Ruhrgebied en de Nederrijn. Wat mensen echter het meest waarderen aan de ligging van Bocholt is de directe nabijheid van Nederland.

Fietsvriendelijke stad

Bocholt wordt gekenmerkt door de fiets als misschien geen andere middelgrote stad in Duitsland. Korte afstanden in de stad, goede fietspaden en sterke worteling in de bevolking kenmerken Bocholt als fietsstad.

Sterke vestigingsplaats voor bedrijven en universiteiten

De innovatieve Westfaalse Hogeschool en een economie die wordt gekenmerkt door een gezonde MKB-sector met veel familiebedrijven maken van Bocholt een sterke locatie met aantrekkelijke vooruitzichten op werk. Het industriepark is een zichtbaar teken van de economische kracht van Bocholt.

Geschiedenis en natuur in het stadsbeeld

Wat de bevolking vooral waardeert aan het stadsbeeld is dat Bocholt "precies de juiste grootte" heeft. Andere zeer positief gewaardeerde facetten zijn de historische gebouwen/pleinen zoals het historische stadhuis en de natuurlijke omgeving, die ook veel ruimte biedt voor activiteiten in de buitenlucht.

Stad met een sterke gemeenschap

Ondanks de omvang van meer dan 70.000 inwoners is Bocholt een gemeenschap - mensen kennen elkaar hier" en behouden een sterk gemeenschapsgevoel in de stad door een sterke vrijwilligerssector en talrijke (sport)clubs. De kermis van Bocholt en de wekelijkse markt zijn belangrijke brandpunten van de gemeenschap.

Merkmcommunicatie

Het historische stadhuis, het Aasee-meer, het stadsbos en de kermis werden het vaakst genoemd als de belangrijkste beeldmotieven. De onderzochte kenmerken van Bocholt kwamen overeen met de volgende kenmerken: dicht bij huis, dicht bij de natuur, beminnelijk, gezellig, gemeenschap, familie.

Basis voor locatiemarketing

Met behulp van de analyse werden centrale hoekstenen voor het stadsmerk gedefinieerd, die ook interessant kunnen zijn voor het werk van veel bedrijven en instellingen in Bocholt - vooral tegen de achtergrond van de marketing van geschoolde arbeid. Uit de resultaten kunnen aanbevelingen voor actie voor politiek en bestuur worden afgeleid. Bij de

merkanalyse is bewust gezocht naar de sterke punten van Bocholt in plaats van naar de problemen en zwakke punten. De taak van de hele stadssamenleving zal nu zijn om Bocholt als vestigingsplaats zowel intern als extern te presenteren en niet alleen de sterke punten te benadrukken, maar ze ook waar te maken.

Waarom een sterk merk Bocholt?

Met zijn holistische benadering biedt de online enquête een zeer goede basis voor locatiemarketing. Citymarketing en de stad Bocholt zien het als een concrete taak om de komende jaren samen met de stadsgemeenschap te werken aan het overbrengen van doelgerichte storytelling, beelden en ervaringen die voortbouwen op de resultaten van de enquête. Als het lukt om de sterke punten van de stad nog beter over te brengen en te vertegenwoordigen, zal Bocholt sterker staan in de concurrentiestrijd tussen steden en regio's. De hele stad kan profiteren van een sterk merk Bocholt. De hele stad kan profiteren van een sterk merk Bocholt: Meer gekwalificeerde specialisten voor de bedrijven in Bocholt, meer bezoekers, nog meer identificatie binnen de stedelijke samenleving.

[Hier](#) vindt u de volledige presentatie met de resultaten.