



Grote Bickersstraat 74
1013 KS Amsterdam

Postbus 247
1000 AE Amsterdam

t 020 522 54 44
f 020 522 53 33
e info@tns-nipo.com
www.tns-nipo.com

Rapport

De BB Citymarketing Top 50 2010

De G50 steden met de beste uitstraling op het gebied van wonen, ondernemen, onderwijs, sport, cultuur en toerisme

Peter Kanne

F7610 | 23 april 2010

Uitgevoerd in opdracht van Binnenlands Bestuur

Dit document is uitsluitend voor deze opdrachtgever opgesteld. Alle in het document vermelde gegevens zijn strikt vertrouwelijk. Publicatie en inzage aan derden, geheel of gedeeltelijk, is zonder schriftelijke toestemming van TNS NIPO beslist niet toegestaan.

© TNS NIPO | ISO 9001 | [rapport nederlands.dot](#)

Inhoud

Inleiding	1
1 Amsterdam, Rotterdam en Almere onderscheiden zich het best	3
2 Citymarketing: wat vinden burgers en ondernemers belangrijk?	5
3 Wonen: Almere profileert zich het best als woonstad	7
4 Ondernemingsklimaat: werkstad Rotterdam	10
5 Onderwijs: universiteitssteden Amsterdam, Leiden, Groningen, Utrecht, Rotterdam en Delft	12
6 Toerisme & vrijetijdsbesteding: Amsterdam heeft het! Maastricht heeft ook veel	14
7 Kunst & cultuur: Amsterdam en dan lange tijd niets	16
8 Sport: Amsterdam en Rotterdam nek aan nek	18
Bijlagen	
1 Onderzoeksverantwoording	

Inhoud figuren en tabellen

1	<i>Burgers vinden 'wonen' het belangrijkste onderwerp waar een gemeente zich op kan onderscheiden; ondernemers vinden 'ondernemingsklimaat' het belangrijkste</i>	5
2	<i>Gewogen top 10: Amsterdam, Rotterdam en Almere scoren op onderwerpen die belangrijk worden gevonden</i>	6
3	<i>Wonen Citymarketing top 10: Almere op 1</i>	7
4	<i>Ondernemingsklimaat Citymarketing top 10: Rotterdam op 1</i>	10
5	<i>Onderwijs Citymarketing top 10: Amsterdam op 1</i>	12
6	<i>Toerisme en vrijetijdsbesteding Citymarketing top 10: Amsterdam op 1</i>	14
7	<i>Kunst & cultuur Citymarketing top 10: Amsterdam op 1</i>	16
8	<i>Sport Citymarketing top 10: Amsterdam op 1, Rotterdam op 2</i>	18

Inleiding

Binnenlands Bestuur is hét vakblad voor de overheid en zit bovenop actualiteit en trends bij de overheid. In opdracht van Binnenlands Bestuur stelde TNS NIPO een aantal ranglijsten van steden op het gebied van Citymarketing samen.

Citymarketing is voor steeds meer steden en gebieden een belangrijk promotie-instrument. Bij Citymarketing gaat het doorgaans om 3xB: burgers, bedrijven en bezoekers. Voor sommige steden kan daar een vierde B aan toegevoegd worden: de B van bollebozen, de studentensteden. Men wil inwoners interesseren voor de stad: om de stad te bezoeken, er te gaan wonen, er een bedrijf te starten of er een studie te volgen. Het is een kwestie van interesseren, trekken, binden en vasthouden. Steden moeten om sociaal-economische redenen aantrekkelijk zijn voor ondernemers, maar ondernemers vinden niet alleen het ondernemingsklimaat belangrijk. Ook zaken als het woonklimaat, onderwijsmogelijkheden en de sociaal-culturele atmosfeer en infrastructuur moeten ondernemers en burgers aanspreken. Studentensteden profileren zich als zo aantrekkelijk mogelijk voor studenten, niet alleen voor de studieperiode, maar ook om daarna (beter verdienende) afgestudeerden vast te houden voor de stad. En als een stad zich minder kan onderscheiden op wonen, onderwijs of ondernemen, dan moet heel Nederland (en de rest van de wereld) weten: een dagtripje naar de stad is toch zeker de moeite waard.

Steden organiseren evenementen, subsidiëren sportclubs en hebben afdelingen die zich inzetten voor een goed ondernemingsklimaat, de beste studentenstad of de stad als ICT-stad. Elke zichzelf-respecterende stad produceert op zijn minst een 'nota citymarketing'.

Op 14 april werden de nominaties van de Nationale Citymarketing Trofee bekendgemaakt. In de categorie boven 100.000 inwoners gaan de nominaties naar Amersfoort, Den Haag, Groningen, Haarlem en Rotterdam. Op maandag 7 juni is in Haarlem de derde editie van het Nationaal Congres Citymarketing en Evenementen, waar de winnaars bekend worden gemaakt. Het congres heeft als thema: 'De effecten van Citymarketing: Wat levert het op?'.

Een goede vraag, die ook leidend is voor het onderzoek dat TNS NIPO uitvoerde voor Binnenlands Bestuur. Welk beeld hebben de burgers en ondernemers van de G50-steden?

Onderzoeksverantwoording

TNS NIPO heeft in de periode van 29 maart tot 11 april 2010 een onderzoek uitgevoerd onder 1021 burgers en 500 ondernemers. De vragenlijsten zijn *online* afgenomen. De steekproeven zijn getrokken in TNS NIPObase.

Er zijn ranglijsten samengesteld op de volgende Citymarketing-deelgebieden:

Sport
Ondernemingsklimaat
Onderwijs
Toerisme & vrije tijd
Kunst & cultuur
Wonen

Per deelgebied kon de respondent steeds een nummer 1, 2 en 3 aanwijzen. Let wel: we hebben steeds de vraag gesteld ‘welke stad of gemeente onderscheidt zich, vindt u, het best op gebied van ...?’ Dat is niet hetzelfde als ‘welke stad *is* het beste op gebied van...?’, maar drukt juist het effect van communicatie en beeldvorming uit. Een nummer 1 positie levert 3 punten op, een nummer 2 positie 2 punten en een nummer 3 positie 1 punt. De ranglijsten zijn gebaseerd op de totaalscores van deze drie vragen (1^{ste}, 2^{de} en 3^{de} plaats).

Leeswijzer

In deze rapportage geven we in hoofdstuk 1 een overzicht van de belangrijkste of bestscorende steden.

In hoofdstuk 2 behandelen we het belang van de zes deelgebieden in de ogen van burgers en geven we tevens een ‘gewogen’ top 10: welke steden scoren het best als we laten meewegen wat burgers en ondernemers eigenlijk belangrijke gebieden vinden.

In Hoofdstukken 3 t/m 8 geven we de zes keer de Citymarketing top 10, voor burgers en ondernemers en lichten we toe waarom respondenten de steden op 1 zetten.

1 Amsterdam, Rotterdam en Almere onderscheiden zich het best

Het cliché luidt: ‘In Rotterdam wordt het geld verdiend, in Den Haag wordt het verdeeld en in Amsterdam uitgegeven’. En clichés zijn hardnekkig, zo blijkt uit de eerste editie van de Binnenlands Bestuur Citymarketing Top 50, samengesteld door TNS NIPO. Zowel burgers als ondernemers hebben beelden van de twee grootste steden van Nederland die dit cliché bevestigen. Den Haag mag de derde stad zijn en dé bestuurderstad van Nederland, in de Citymarketing lijstjes neemt de Hofstad geen al te prominente plaats in. Ook Tilburg en Breda, qua inwonertal respectievelijk de nummers zes en negen van Nederland, hebben relatief weinig uitstraling onder Nederlandse burgers en ondernemers. De lage noteringen van Breda zijn opvallend, omdat Breda nog in 2009 het predicaat beste binnenstad van Nederland kreeg. Relatief goed scoren daarentegen Almere en Maastricht. Ook de universiteitssteden Leiden en Delft noteren stipposities.

Amsterdam: de nummer 1 voor de goede dingen in het leven

Op het gebied van ‘de leuke dingen voor de mensen’ steekt Amsterdam met kop en schouders boven de rest uit: als we burgers en ondernemers vragen naar de stad die zich het best onderscheidt op het gebied van *kunst & cultuur, toerisme vrije tijd en sport* wordt Amsterdam met afstand het vaakst genoemd. Eveneens prettig en bovenal belangrijk: *onderwijs*. Ook op dit onderdeel voert Amsterdam de ranglijsten aan. Op de twee andere gebieden waar een stad zich op kan onderscheiden, *wonen en ondernemen*, is Amsterdam een goede tweede. Kortom: Amsterdam is niet alleen officieel de hoofdstad, dat is het ook in de hoofden van de Nederlanders.

Rotterdam: de stad van niet-lullen-maar-poetsen

No-nonsens stad Rotterdam wordt zowel door de ondernemers als de burgers aangewezen als de stad met het beste ondernemingsklimaat. Ook op de andere deelgebieden scoort Rotterdam vaak hoog en altijd in de top tien. Rotterdam manifesteert zich steeds meer als avant-gardistische kunststad en dit komt naar voren in een tweede plaats op het onderdeel *kunst & cultuur* (zowel onder burgers als ondernemers) en ook op het gebied van *sport* neemt Rotterdam de tweede plaats in, vlak achter Amsterdam. Geen woorden maar daden!

Den Haag: alleen topdrie notering in kunstranglijst

Den Haag, de derde stad van ons land, en de politieke hoofdstad van Nederland, heeft een relatief flets profiel op de podia die zijn onderzocht. Alleen op het gebied van *kunst & cultuur* maakt de stad haar positie waar, hier wordt een derde plek ingenomen. Voor het overige is Den Haag nog relatief aantrekkelijk als *toeristische* trekpleister (derde plaats onder ondernemers, vierde plaats volgens burgers) en neemt de Hofstad een vijfde plaats in als sportstad volgens de burgers en een zesde plaats als ondernemersstad. In de *wonen- en onderwijslijstjes* komt Den Haag niet in de top 10.

Utrecht: scoort naar verwachting vaak een vierde plaats

Utrecht, de vierde stad van Nederland, is ook vaak ergens rond die vierde plaats te vinden. Burgers zetten Utrecht op vier met betrekking tot *sport, ondernemen, onderwijs en kunst*. Ondernemers vinden Utrecht de derde ondernemersstad van Nederland. Als stad om in te wonen neemt Utrecht een bescheiden negende plaats in.

Eindhoven: goede sport- en ondernemersstad

Eindhoven is de vijfde stad van Nederland qua inwonertal en maakt dit ook in de ogen van burgers en ondernemers redelijk waar. Zowel burgers als ondernemers zien Eindhoven als de derde *sportstad* van Nederland en op het vlak van het ondernemingsklimaat zetten de burgers de lichtstad op drie en de ondernemers plaatsen Eindhoven hier op vier. Eindhoven wordt door burgers en ondernemers gezien als de negende *onderwijsstad* van het land. Maar Eindhoven wordt niet gezien als de stad waar je moet zijn om *kunst & cultuur* te snuiven, voor het dagje uit (*toerisme & recreatie*) of om te *wonen*: in geen van deze lijstjes haalt Eindhoven de top 10.

Almere: woonstad nummer 1

Opvallende winnaar in de categorie *wonen* is Almere. Zowel onder burgers als ondernemers laat Almere de concurrentie ver achter zich. In Almere, nu nog de zesde stad van Nederland, wonen nog maar sinds 1976 mensen. Maar de aantrekkingskracht van de jonge, groene stad vertaalt zich dus niet alleen in de zeer snelle groei. Mensen die niet in de stad of in de provincie Flevoland wonen hebben de indruk dat Almere zich zeer positief onderscheidt als een plek om te wonen. Dit lijkt duidelijk het effect van de consistente en opvallende citymarketing. Dit betekent nog niet dat Nederlanders Almere de ideale stad vinden om zelf te wonen. Op de vraag: 'Welke stad vindt u de beste stad om te wonen?', scoort Almere een bescheiden 3% en daarmee een 10^{de} positie. Ook het beeld van het *ondernemingsklimaat* in Almere is goed, zowel Nederlandse burgers en ondernemers plaatsen Almere op een vijfde positie. Voor het overige komt Almere in geen enkele top 10 voor, noch onder burgers noch onder ondernemers.

Maastricht: aantrekkelijke en kunstzinnige stad, fijne plek om te wonen

Maastricht is de 21^{ste} stad van Nederland qua inwonertal, maar nestelt zich opvallend vaak tussen de grote steden. In de categorie *toerisme & recreatie* plaatsen zowel burgers als ondernemers de stad op een tweede plaats en op het gebied van *kunst & cultuur* noteert Maastricht een vijfde positie onder de burgers en een vierde plek bij de ondernemers. Ook als plaats om te *wonen* vinden we Maastricht op een vijfde plek bij burgers (ondernemers: negende plaats). Qua *ondernemingsklimaat* en *onderwijs* vinden we Maastricht zowel onder burgers als ondernemers ergens in de top 10.

Tilburg: meest fletse grote stad van Nederland

Tilburg is met ruim 200.000 inwoners de zesde stad van Nederland, maar neemt in geen enkele ranglijst een zesde positie of hoger in. De hoogste notering is de tiende plaats in de *onderwijsranglijst* volgens Nederlandse burgers. Dit is ook direct de enige toptien-notering.

2 Citymarketing: wat vinden burgers en ondernemers belangrijk?

Wat vinden burgers en ondernemers zelf eigenlijk echt belangrijk? We vroegen beide doelgroepen op welk kenmerk hij of zij het liefst ziet dat een stad zich onderscheidt.

Burgers vinden *wonen* verreweg het belangrijkste (door 46% als eerste genoemd, 19% als tweede), gevolgd door *onderwijs* (15% en 31%). Ondernemers noemen – natuurlijk – het *ondernemingsklimaat* (door 53% en 18% genoemd) als het belangrijkste gebied voor een stad om zich op te onderscheiden, gevolgd door *wonen* (19% en 27%) en *onderwijs* (7% en 34%). Ook *Toerisme en vrijetijdsbesteding* wordt relatief belangrijk gevonden. *Kunst & cultuur* en *Sport* worden relatief onbelangrijk gevonden als *feature* waarmee een stad zich kan onderscheiden.

1 | Burgers vinden 'wonen' het belangrijkste onderwerp waar een gemeente zich op kan onderscheiden; ondernemers vinden 'ondernemingsklimaat' het belangrijkste

	Burgers		Ondernemers	
	1 ^{ste}	2 ^{de}	1 ^{ste}	2 ^{de}
	%	%	%	%
Wonen	46	19	19	27
Ondernemingsklimaat	8	12	53	18
Onderwijs	15	31	7	34
Toerisme & vrije tijd	15	19	12	9
Kunst & cultuur	9	12	4	9
Sport	6	8	5	3

Als we het belang dat burgers en ondernemers hechten aan een deelgebied mee laten wegen, kunnen we een ‘gewogen’ toptien samenstellen. In onderstaande tabel zien we de zes deelgebieden naast elkaar en de scores (absolute aantallen = ‘stemmen’) die burgers en ondernemers toekennen aan de steden voor *het deelgebied dat ze het belangrijkste vinden*.

Zo zien we dat Amsterdam 204 ‘stemmen’ krijgt, vooral gescoord door mensen die *toerisme & vrije tijdsbesteding* (63 respondenten) en *kunst & cultuur* (52) het belangrijkste vinden. Almere bezet een derde plaats in de ‘gewogen top 10’ doordat zoveel burgers dit deelgebied het belangrijkste vinden en Almere de ‘wonen-ranglijst’ fier aanvoert. Van de 81 ‘stemmen’ die Almere krijgt zijn er 71 verdiend bij het deelgebied *wonen*.

2 | Gewogen top 10: Amsterdam, Rotterdam en Almere scoren op onderwerpen die belangrijk worden gevonden

‘GEWOGEN TOP 10’ Burgers (# respondenten) (n = 1021)	TOTAAL	Wonen	Onderne- mers- klimaat	Onder- wijs	Toerism e & vrije tijd	Kunst & cultuur	Sport
Amsterdam (1)	204	36	10	28	63	52	16
Rotterdam (2)	90	26	23	11	8	7	15
Almere (6)	81	71	6	-	-	1	3
Maastricht (21)	53	20	-	4	25	4	-
Groningen (8)	45	13	2	19	3	7	-
Utrecht (4)	43	10	3	23	2	4	1
Eindhoven (5)	37	13	12	3	-	2	6
Den Haag (3)	33	13	1	3	7	5	4
Apeldoorn (12)	33	24	2	1	4	-	1
Leiden (23)	27	3	1	21	1	1	-

‘GEWOGEN TOP 10’ Ondernemers (# respondenten) (n = 500)	TOTAAL	Wonen	Onderne- mers- klimaat	Onder- wijs	Toerism e & vrije tijd	Kunst & cultuur	Sport
Amsterdam (1)	92	2	39	7	25	16	3
Rotterdam (2)	65	10	48	1	1	-	5
Almere (6)	28	7	21	-	-	-	-
Den Haag (3)	23	4	11	-	5	2	-
Alkmaar (31)	22	2	10	1	10	-	-
Amersfoort (16)	22	6	15	-	-	-	-
Utrecht (4)	18	1	13	1	2	-	-
Maastricht (21)	17	3	6	1	6	-	-
Zwolle (22)	14	2	6	-	2	-	3
Amstelveen (36)	13	9	2	-	2	-	-

3 Wonen: Almere profileert zich het best als woonstad

Op de vraag ‘welke stad onderscheidt zich, vindt u, het best op het gebied van wonen?’ komt Almere overtuigend als nummer 1 naar voren. We hebben respondenten gevraagd de nummer 1, 2 en 3 aan te wijzen. Een nummer 1 positie levert 3 punten op, een nummer 2 positie 2 punten en een nummer 3 positie 1 punt¹. De nieuwe, snelst groeiende stad van Nederland heeft zich duidelijk geprofileerd als de stad waar je voor een betaalbare prijs mooi kunt wonen, in een groene, ruimtelijke omgeving.

Ook ondernemers zien in Almere de ideale woonstad (overigens scoort Almere ook goed als ondernemersstad, dat zal er niet geheel los van staan).

Amsterdam staat op een tweede plaats bij de burgers en Rotterdam op een derde plaats. Bij de ondernemers ligt dat min of meer andersom: Rotterdam is er twee en Amsterdam vier. Ook Apeldoorn, Maastricht, Amersfoort, Lelystad en Den Bosch scoren relatief hoog onder burgers.

Verder valt op dat de derde stad van Nederland, Den Haag, niet in de top tien voorkomt. Ook interessant: naast het Flevolandse Almere staat ook Lelystad in de top 10, zowel bij de burgers als bij de ondernemers.

3 | Wonen Citymarketing top 10: Almere op 1

Burgers (n=1021)			Ondernemers (n=500)		
	Stad (rangorde naar inwoners)	Punten		Stad (rangorde naar inwoners)	Punten
1	Almere (6)	591	1	Almere (6)	284
2	Amsterdam (1)	278	2	Rotterdam (2)	128
3	Rotterdam (2)	238	3	Apeldoorn (12)	114
4	Apeldoorn (12)	197	4	Amsterdam (1)	111
5	Maastricht (21)	194	5	Utrecht (4)	102
6	Groningen (8)	190	6	Amersfoort (16)	100
6	Amersfoort (16)	190	7	Arnhem (14)	99
8	Lelystad (41)	188	8	Haarlem (13)	96
9	Utrecht (4)	182	9	Maastricht (21)	77
10	Den Bosch (18)	160	10	Lelystad (41)	77

Almere wordt in totaal door 22% van de Nederlanders genoemd en voor 16% is Almere de stad die zich het best onderscheidt op het gebied van wonen. Opvallend is dat de jongste stad van Nederland in *heel Nederland* hoog scoort: van noord tot zuid, van oost tot west heeft men een goede indruk van Almere. Het meest populair is Almere weliswaar in Flevoland (63% zet Almere op 1, in totaal wordt Almere door 73% genoemd), maar in

¹ Er zijn 1021 burgers ondervraagd en 500 ondernemers, waardoor bij de burgers circa twee keer zoveel punten te verdienen waren.

alle provincies eindigt Almere bij de eerste drie steden. In Noord-Holland eindigt Almere zelfs, met evenveel punten als Amsterdam, op een gedeelde eerste plaats.

De stad krijgt veel lof toegezwaard om haar brede aanbod van nieuwe frisse woningbouw, met betaalbare woningen. Maar ook de architectuur krijgt complimenten. Almere wordt gezien als een stad in de groei waar nog van alles mogelijk is.

'In Almere worden projecten gestart die en milieu bewust doen wonen en waar woningen van de toekomst worden gebouwd.'

'Stad in de groei. Er wordt voor veel verschillende bevolkingsgroepen gebouwd. Veel diversiteit aan woningen.'

'Nieuwe stad met prachtige huizen'

Dit opvallend positieve beeld is duidelijk niet alleen gebaseerd op eigen ervaring, maar op de (city-)marketing van de gemeente Almere, zoals de toelichtingen van burgers duidelijk maken:

'Ik heb de indruk dat daar tegen redelijke prijzen "super" huizen gekocht kunnen worden. Ik heb diverse malen documentaires gezien over het gevarieerde woningaanbod in Almere.'

'Vaak in de media met betrekking met wonen, leefomgeving enz.'

'Almere zet zich als redelijk nieuwe gemeente neer.'

'Ik heb echt niet genoeg kennis om daar een keuze in te maken, maar als ik zie hoeveel mensen in Almere gaan wonen vanwege de kosten, dan doet Almere toch iets goed.'

'Het lijkt mij een leuke en frisse stad om te wonen'

Maar er zijn ook burgers en ondernemers die het wel uit eigen ervaring kunnen zeggen:

'Uit ervaring weet ik dat het heel comfortabel, betaalbaar, uniek en actueel wonen is in Almere'

'Ik woon hier zelf al jaren met veel plezier en zie dat er in Almere voor elk huishouden een passende woning is, van hat-eenheden tot dure kavels met herenhuizen, van wonen midden in de stad tot aan een kavel met veel groen aan de rand bij het bos.'

Almere is een jonge stad en ook de inwoners zijn relatief jong. Er wonen veel gezinnen met kinderen en (nog) relatief weinig 65-plussers. Verder is de stad vooral bevolkt door groepen van middelbaren: veel middelbaar opgeleiden en veel middeninkomens. Het is dan ook opvallend dat degenen die Almere als eerste, tweede of derde stad noemen te vinden zijn onder alle lagen van de bevolking: van laag- tot hoog opgeleid en van jongere en oudere alleenstaanden tot gezinnen met kinderen.

Hoge positie Citymarketing ranglijst is niet hetzelfde als favoriete woonstad

Als een ding duidelijk wordt uit bovenstaande ranglijsten, dan is het dat citymarketing effect kan hebben. De ranglijst is samengesteld op basis van de vraag 'welke stad onderscheidt zich, vindt u, het best op het gebied van wonen?' Van de tien hoogst scorende steden horen er vijf niet bij de grootste steden.

We hebben burgers ook een andere vraag gesteld: ‘Welke stad vindt u de beste stad om te wonen?’ en daar rolt een andere volgorde, met andere scores uit. Amsterdam staat dan op 1 (met 5%), gevolgd door Apeldoorn (4%), Maastricht (4%), Rotterdam (4%), Den Haag (4%), Groningen (3%), Utrecht (3%), den Bosch (3%), Nijmegen (3%) en dan pas Almere (3%).

Atlas voor Gemeenten: Amsterdam aantrekkelijkst om te wonen; Almere risico op krimp
Ook uit de Atlas voor Gemeenten die op 22 april jongstleden werd gepresenteerd, bleek dat Amsterdam in Nederland de aantrekkelijkste stad is om te wonen. Amsterdam wordt in deze ranglijst gevolgd door Utrecht, Amstelveen, Den Haag, Den Bosch, Nijmegen, Haarlem, Zwolle, Leiden en Groningen.

Opvallend is dat sommige steden die in onze Citymarketing in de top 10 eindigen, op de Atlas voor Gemeenten ranglijst relatief laag eindigen: als Almere (42), Maastricht (33) en Apeldoorn (29).

Uit dit onderzoek bleek ook dat huidige groeigemeenten als Almere en Lelystad rekening moeten houden met krimp. ‘Niet de uitstroom is het probleem’, aldus CBS/Atlas onderzoeker Gerard Marlet in de Volkskrant van 23 april. ‘Daar hebben alle steden mee te maken. Gebrek aan instroom van kansrijke jonge huishoudens is de belangrijkste achtergrond van krimp. Uit het onderzoek van de Atlas voor gemeenten bleek dat die jongeren zich vooral laten leiden door de beschikbaarheid van werk, de kwaliteit van de huizen, het culturele aanbod, de veiligheid, het culinaire aanbod en de onderwijsvoorzieningen.’² Almere scoort in de in dit rapport gepresenteerde TNS NIPO-ranglijsten goed op wonen en ondernemingsklimaat, maar niet of nauwelijks op onderwijs, kunst & cultuur of toerisme & recreatie.

² Bron: Atlas voor gemeenten o.b.v. data CBS. De Volkskrant 23 april 2010

4 Ondernemingsklimaat: werkstad Rotterdam

Rotterdam onderscheidt zich, zowel in de ogen van de Nederlandse burgers als van de Nederlandse ondernemers, het best op het gebied van ondernemingsklimaat³. Rotterdam wordt door 22% van de burgers als eerste genoemd en door 38% als eerste, tweede of derde. Voor Amsterdam is dat respectievelijk 19% en 33%. Rotterdam scoort zodoende 936 punten en Amsterdam 828 punten bij de burgers.

Van de ondernemers noemt 17% Amsterdam als eerste en 15% noemt Rotterdam als eerste. In *totaal* (1^{ste}, 2^{de} of 3^{de}) wordt Rotterdam (30%) echter vaker genoemd dan Amsterdam (25%), waardoor Rotterdam de ranglijst aanvoert. We zien dat het verschil in punten tussen Rotterdam en Amsterdam (330 versus 322) bij de ondernemers beduidend kleiner is dan bij de burgers (936 versus 828)⁴. Het relatieve gat tussen Rotterdam en Amsterdam enerzijds en Utrecht en Eindhoven anderzijds is onder de ondernemers duidelijk kleiner dan onder de burgers.

4 | Ondernemingsklimaat Citymarketing top 10: Rotterdam op 1

	Burgers (n=1021)	punten		Ondernemers (n=500)	punten	
	Stad (rangorde naar inwoners)			Stad (rangorde naar inwoners)		
1	Rotterdam (2)	936		1	Rotterdam (2)	330
2	Amsterdam (1)	828		2	Amsterdam (1)	322
3	Eindhoven (5)	335		3	Utrecht (4)	169
4	Utrecht (4)	300		4	Eindhoven (5)	123
5	Almere (6)	258		5	Almere (6)	106
6	Den Haag (3)	255		6	Den Haag (3)	95
7	Groningen (8)	212		7	Maastricht (21)	88
8	Maastricht (21)	130		8	Amersfoort (16)	70
9	Zwolle (22)	118		9	Haarlemmermeer (17)	64
10	Den Bosch (18)	116		10	Den Bosch (18)	57

Het imago van goede ondernemersstad heeft *Rotterdam* voor een belangrijk deel aan de haven te danken. De haven, de Botlek, de Maasvlakte zijn associaties die respondenten spontaan teruggeven. Veel ondernemers dichten de havenstad om die reden ‘wereldallure’ toe of lichten toe: ‘door de havenvoorzieningen heeft Rotterdam een uitstraling voor de regio’. Ook het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam wordt genoemd ‘Actief ontwikkelbedrijf, pragmatische aanpak, open voor nieuwe ideeën.’ Ook het ‘1-loket-systeem’ wordt geroemd.

³ We hebben respondenten gevraagd de nummer 1, 2 en 3 aan te wijzen. Een nummer 1 positie levert 3 punten op, een nummer 2 positie 2 punten en een nummer 3 positie 1 punt.

⁴ Er zijn 1021 burgers ondervraagd en 500 ondernemers, waardoor bij de burgers circa twee keer zoveel punten te verdienen waren.

Naast de infrastructuur en reputatie als ‘toegangspoort van Europa’ wordt de mentaliteit van ‘niet lullen maar poetsen’ door velen als een typisch Rotterdamse karaktertrek gezien: ‘het is een werkstad’, ‘de no-nonsens mentaliteit’.

Amsterdam wordt in de eerste plaats als een prettige ondernemersstad gekenschetst door de ondernemers omdat het nu eenmaal de grootste en de hoofdstad is.

‘De bevolkingsdichtheid geeft een maximale hoeveelheid kansen om een bedrijf te etaleren en te laten floreren.’

Daarnaast worden Schiphol, de internationale uitstraling en de kenniseconomie genoemd. Ook de gemeente Amsterdam krijgt, net als de Rotterdamse, enkele complimenten:

‘Qua vergunningen is er meer mogelijk dan in andere gemeente’

‘Veel mogelijkheden door de overheid gefaciliteerd dus voor een ondernemer makkelijk starten met een nieuw idee’,

‘Versoepelende wetgeving waardoor ondernemers sneller de start maken om iets op te zetten’.

Rotterdam is onder de ondernemers die actief zijn in de zakelijke dienstverlening en ICT duidelijk favoriet boven Amsterdam, terwijl dat in de andere sectoren ((detail-) handel en industrie) andersom is.

5 Onderwijs: universiteitssteden Amsterdam, Leiden, Groningen, Utrecht, Rotterdam en Delft

Gevraagd naar de stad of gemeente die zich het best op het gebied van onderwijs, komen als van zelf de Nederlandse universiteitssteden naar boven drijven. Amsterdam voert hier zowel de burger- als de ondernemersranglijst aan. Leiden, Groningen, Utrecht, Rotterdam en Delft volgen op korte afstand. Burgers en ondernemers zijn tamelijk eensgezind, de onderlinge posities verschillen iets en bij de burgers wint Tilburg het net van Den Haag, Zwolle en Enschede. Bij de ondernemers laat universiteitsstad Enschede de steden Tilburg, Den Haag en Zwolle net uit de top tien vallen.

5 | Onderwijs Citymarketing top 10: Amsterdam op 1

Burgers (n=1021)			Ondernemers (n=500)		
	Stad (rangorde naar inwoners)	Punten		Stad (rangorde naar inwoners)	Punten
1	Amsterdam (1)	836	1	Amsterdam (1)	472
2	Leiden (23)	690	2	Utrecht (4)	290
3	Groningen (8)	618	3	Groningen (8)	265
4	Utrecht (4)	582	4	Leiden (23)	253
5	Rotterdam (2)	435	5	Delft (28)	207
6	Delft (28)	348	6	Rotterdam (2)	191
7	Nijmegen (10)	264	7	Maastricht (21)	122
8	Maastricht (21)	185	8	Nijmegen (10)	120
9	Eindhoven (5)	161	9	Eindhoven (5)	92
10	Tilburg (6)	154	10	Enschede (6)	75

Amsterdam wordt als *onderwijsstad* door 18% van de burgers als eerste genoemd en door 35% minimaal als een van de beste drie. Onder ondernemers is dat respectievelijk 22% en 42%. In beide gevallen laat de hoofdstad de concurrentie duidelijk achter zich.

Amsterdam doet het in heel Nederland goed. In de provincie Utrecht wordt Utrecht bijvoorbeeld door 72% in totaal genoemd en Amsterdam door 44%. In de provincie Groningen wordt de stad Groningen door 87% genoemd en Amsterdam door 34%. In Limburg concurreert Amsterdam (door 25% genoemd) met Maastricht (door 52% genoemd) en in Zuid-Holland (Amsterdam door 23% genoemd) met Rotterdam (46%), Leiden (40%) en Delft (25%). Bijna overal lijkt Amsterdam, met haar Universiteit van Amsterdam en Vrij Universiteit, op de 'short list' te staan.

Toch is de topositie van Amsterdam niet geheel onbedreigd. Jongeren noemen namelijk relatief vaak Utrecht als eerste, tweede of derde keuze. Als we deze drie stemmen samen nemen wordt Utrecht door degenen tot 35 jaar bijna net zo vaak genoemd als Amsterdam (36% en 35%). Amsterdam wordt echter ook onder deze groep duidelijk vaker als eerste voorkeur gegeven.

Zoals gezegd, de twee universiteiten in de hoofdstad geven Amsterdam een flinke voorsprong. De hieraan gelieerde academische ziekenhuizen AMC en VU Medisch Centrum dragen eveneens bij aan het imago van Amsterdam als onderwijsstad:

‘De Universiteit van Amsterdam, de Vrije Universiteit, het AMC en de VU scoren naar mijn mening hoog in het onderwijs’.

Maar het gaat niet alle respondenten alleen maar om wetenschappelijk onderwijs, ook het brede aanbod van lagere, middelbare en hogere beroepsscholen dragen hier aan bij. Enkele toelichtingen:

‘De lagere scholen, (Montessori-Dalton) het lager en hoger beroepsonderwijs, Havo, VWO, gymnasium en de universiteiten’.

‘Ik denk dat Amsterdam veel mogelijkheden biedt voor wat betreft de verschillende soorten onderwijs.’

‘Studiemogelijkheden, cultuur, centrale ligging’

6 Toerisme & vrijetijdsbesteding: Amsterdam heeft het! Maastricht heeft ook veel

Nederlanders die een dagje uit willen denken in de eerste plaats aan Amsterdam. Op het gebied van *toerisme en vrijetijdsbesteding* is de hoofdstad met grote afstand de nummer 1 van Nederland, zowel onder burgers als ondernemers. Maar liefst 43% van de Nederlanders noemt Amsterdam als eerste en 59% zet Amsterdam minimaal bij de eerste drie. Maastricht is de stad die achter Amsterdam op een tweede plaats eindigt en blijkt dus ook een goede landelijke uitstraling te hebben.

6 | Toerisme en vrijetijdsbesteding Citymarketing top 10: Amsterdam op 1

Burgers (n=1021)			Ondernemers (n=500)		
	Stad (rangorde naar inwoners)	Punten		Stad (rangorde naar inwoners)	Punten
1	Amsterdam (1)	1594	1	Amsterdam (1)	796
2	Maastricht (21)	765	2	Maastricht (21)	475
3	Rotterdam (2)	420	3	Den Haag (3)	232
4	Den Haag (3)	399	4	Rotterdam (2)	155
5	Utrecht (4)	220	5	Utrecht (4)	98
6	Den Bosch (18)	193	6	Apeldoorn (12)	88
7	Groningen (8)	170	7	Den Bosch (18)	75
8	Apeldoorn (12)	151	8	Groningen (8)	66
9	Arnhem (14)	144	9	Arnhem (14)	64
10	Alkmaar (31)	125	10	Deventer (27)	52

Opvallend is dat burgers in bijna heel Nederland Amsterdam bovenaan hun lijstje hebben staan als het gaat om *toerisme en vrijetijdsbesteding*, alleen in Limburg eindigen Maastricht en Amsterdam ongeveer gelijk (even vaak als eerste genoemd – elk 37% - Maastricht (67%) wat vaker in totaal genoemd dan Amsterdam (60%)). In de provincie Groningen zien we hetzelfde met de stad Groningen, waar Amsterdam (46%) vaker als eerste wordt genoemd dan Groningen (36%), maar *overall* wordt de stad Groningen iets vaker genoemd.

Amsterdam is vooral – maar niet alleen – populair onder alleenstaande en samenwonende jongeren (tot 35 jaar), maar ook ouderen en gezinnen met kinderen zetten Amsterdam op 1. ‘Amsterdam heeft het’, was lange tijd de slogan van Amsterdam en door veel ondervraagden wordt deze slogan onderschreven. Sommigen geven dit zelfs letterlijk terug. De nieuwe slogan (*I Amsterdam*) vinden we niet terug in de toelichtingen, die leuze lijkt meer voor de buitenlandse toerist bedoeld.

‘Amsterdam is de stad die alle mensen in het buitenland als eerste noemen, de toeristische trekpleister van Nederland’

‘Veel verschillende attracties, voor jong en oud van pretpark tot museum tot park tot winkels.’

‘Veel bezienswaardigheden, architectuur, parken, concerten rondvaarten enz.’

'In Amsterdam is er altijd veel te doen en ik vind dat die stad echt leeft. Er zijn veel toeristen en ik vind Amsterdam altijd heel gezellig.'
'Amsterdam heeft het'

Maastricht is de tweede stad in de beeldvorming van de Nederlanders, als het gaat om toerisme en vrije tijdsbesteding. Ook Maastricht heeft een landelijke uitstraling. Soms eindigt Maastricht op een derde plaats achter Amsterdam en de hoofdstad van de betreffende provincie (Utrecht, Rotterdam, Emmen), maar vaker nog op een tweede plaats na Amsterdam maar vóór de provinciehoofdstad (Leeuwarden, Almere, Arnhem, Haarlem, Den Bosch).

Maastricht wordt geroemd om haar gezellige sfeer, historie, architectuur en goede bereikbaarheid:

'Prachtige stad, makkelijk te bereiken met openbaar vervoer en per auto. Heel veel mooie en historische bouwwerken. Heerlijk stad om te wandelen'

'Leuke, gastvriendelijke stad met veel winkels en ateliers, musea, archeologie'

'Maastricht is een fantastische stad. Vooral toeristisch is dit één van de mooiste steden van Nederland!'

'Maastricht heeft talloze toeristische attracties en mogelijkheden om de vrije tijd door te brengen'.

7 Kunst & cultuur: Amsterdam en dan lange tijd niets

Meer nog dan alle op de andere deelgebieden waar een stad zich op kan onderscheiden, onderscheidt Amsterdam zich op het gebied van *Kunst & Cultuur*. Zowel onder burgers als ondernemers is Amsterdam met grote afstand de nummer 1. Van de burgers noemt 52% Amsterdam als eerste en 70% zet Amsterdam bij de eerste drie. Onder ondernemers is dat zelfs respectievelijk 68% en 83%. Ter vergelijking: Rotterdam wordt door 9% van de burgers als eerste en door 27% in totaal genoemd.

Verder valt op dat voor het eerst de G4-steden onder burgers ook deze volgorde innemen en dat Maastricht zich opnieuw bij de eerste vijf schaart.

7 | Kunst & cultuur Citymarketing top 10: Amsterdam op 1

Burgers (n=1021)			Ondernemers (n=500)		
	Stad (rangorde naar inwoners)	Punten		Stad (rangorde naar inwoners)	Punten
1	Amsterdam (1)	1909	1	Amsterdam (1)	1142
2	Rotterdam (2)	557	2	Rotterdam (2)	279
3	Den Haag (3)	521	3	Den Haag (3)	278
4	Utrecht (4)	290	4	Maastricht (21)	151
5	Maastricht (21)	285	5	Utrecht (4)	145
6	Groningen (8)	263	6	Groningen (8)	103
7	Leiden (23)	141	7	Haarlem (13)	50
8	Den Bosch (18)	131	8	Leiden (23)	43
9	Arnhem (14)	89	9	Amstelveen (36)	37
10	Haarlem (13)	88	10	Arnhem (14)	34

Amsterdam wordt geroemd om zijn diverse aanbod van musea, theaters, concerten en concertpodia. Ook denken veel burgers aan de grote cultuurhistorische waarde van Amsterdam en roemt men het *multiculturele* van Amsterdam.

‘Amsterdam is een prachtige oude stad met veel mogelijkheden om te genieten van de architectuur, musea, concerten’

‘Veel theaters: groot en klein. Zeer gevarieerd aanbod. De Uitkrant gratis! Hét Concertgebouw, Hét Muziektheater en Hét Muziekgebouw aan het IJ. De uitmarkt.’

‘Ondanks dat het Rijksmuseum en het Stedelijk Museum dicht zijn, zijn er veel musea en tal van galeries, theaters, filmhuizen en kleine initiatieven’

‘Oude stad met geschiedenis al ver voor de gouden eeuw (VOC) etc. En de vele musea. Amsterdam heeft een mooie geschiedenis en veel overgebleven bezienswaardigheden uit het verleden.’

Zagen we bij *toerisme & vrije tijdsbesteding* dat (alleenstaande) jongeren Amsterdam nog vaker op 1 zetten dan ouderen en gezinnen met kinderen, bij *kunst & cultuur* zien we het

omgekeerde. Al is Amsterdam onder jongeren ook veruit favoriet, burgers van middelbare leeftijd en ouder noemen Amsterdam nog vaker als dé kunst- en cultuurstad.

8 Sport: Amsterdam en Rotterdam nek aan nek

Ook de sportranglijst wordt aangevoerd door Amsterdam, maar het verschil met Rotterdam is – tenminste onder burgers – klein. Amsterdam wordt door 27% van de burgers als eerste genoemd en door 44% als eerste, tweede of derde. Rotterdam wordt door 21% van de burgers als eerste genoemd en eveneens door 44% als eerste, tweede of derde.

Onder ondernemers is dat 32% (eerste) en 49% (totaal) voor Amsterdam respectievelijk 21% en 36% voor Rotterdam.

Uit de Atlas voor Gemeenten die op 22 april werd gepresenteerd, bleek dat Rotterdam en Eindhoven de meest succesvolle voetbalgemeenten zijn, gevolgd door Amsterdam. Volgens burgers en ondernemers vormen deze drie gemeenten eveneens de top 3, maar in een iets andere volgorde. FC Twente mag dit eredivisie seizoen de Nederlandse kampioen worden (of de nummer twee, dat is op moment van rapporteren nog niet duidelijk), in de top 10 van sportsteden volgens burgers komt Enschede niet voor (Enschede, de 11^{de} stad van Nederland, neemt als sportstad een 18^{de} positie in). Bij de ondernemers staat Enschede op nummer 8.

8 | Sport Citymarketing top 10: Amsterdam op 1, Rotterdam op 2

Burgers (n=1021)			Ondernemers (n=500)		
	Stad (rangorde naar inwoners)	Punten		Stad (rangorde naar inwoners)	Punten
1	Amsterdam (1)	1115	1	Amsterdam (1)	635
2	Rotterdam (2)	1039	2	Rotterdam (2)	432
3	Eindhoven (5)	471	3	Eindhoven (5)	212
4	Utrecht (4)	201	4	Arnhem (14)	127
5	Den Haag (3)	177	5	Utrecht (4)	112
6	Arnhem (14)	169	6	Amstelveen (36)	79
7	Groningen (8)	167	7	Den Haag (3)	76
8	Nijmegen (10)	133	8	Enschede (11)	66
9	Leeuwarden (30)	126	9	Groningen (8)	59
10	Den Bosch (18)	100	10	Nijmegen (10)	40

Amsterdam profileert zich goed met Ajax, de Marathon van Amsterdam en andere sportevenementen. Rotterdam heeft natuurlijk Feyenoord (en Sparta en Excelsior!), eveneens een marathon en grote sport evenementen. Bij Rotterdam denken mensen ook aan de start van de Tour de France, dit jaar, terwijl geen van degenen die Amsterdam de beste sportstad de Giro d'Italia noemt.

Amsterdam

'Omdat Amsterdam, met een hele grote voetbalclub en een goed basketbalteam plus een marathon zich toch wel erg goed profileert'

'Grote stad met veel clubs die op hoog niveau sport beoefenen'

Rotterdam

'Organisatie van grote evenementen, bijvoorbeeld de Tour'

'In Rotterdam wordt veel voetbal en marathons georganiseerd.'

'Drie voetbalclubs bij de hoogste afdelingen'

'Grote internationale evenementen, goede faciliteiten voor topsport'

Bijlagen

Bijlage 1 Onderzoeksverantwoording

Onderzoeksmethode

Het onderzoek is online uitgevoerd met behulp van CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Respondenten vullen op hun eigen computer de vragenlijst in.

Doelgroep

Nederlanders van 18 jaar en ouder en ondernemers, representatief voor de bedrijfsbranches (industrie/bouw, detailhandel/food, groothandel/transport/communicatie en (zakelijke)dienstverlening) en bedrijfsgrootte.

Steekproef en steekproefomvang

In totaal hebben aan 1021 burgers en 500 ondernemers aan het onderzoek meegewerkt.

Steekproefbron

De respondenten zijn afkomstig uit de TNS NIPObase, een database met ruim 200.000 respondenten (burgers en ondernemers) die benaderd kunnen worden voor diverse soorten onderzoek.

Veldwerkperiode

Het veldwerk liep van 29 maart tot 11 april 2010