

Ouders en kinderen in de clinch om keuze gezellig dagje uit

05-04-2017 07:20

Menig gezin is weinig eensgezind als het gaat om de keuze voor een gezellig dagje uit. Moeders geven de voorkeur aan het museum, terwijl vaders zich liever in een pretpark begeven. En waar kinderen liever de tocht maken naar het Spoorwegmuseum, Duinrell en Julianatoren, bezoeken ouders liever Madurodam en het Rijksmuseum.

[caption id="attachment_48935" align="alignright" width="300"]



Concensus over De Efteling (foto:

Efteling) [/caption] Dit blijkt uit het Jongeren Merkenonderzoek van Hendrik Beerda Brand Consultancy onder 1.800 jongeren en eerder onderzoek onder 1.600 volwassenen. Gelukkig biedt de Efteling uitkomst voor het hele gezin. Het attractiepark is namelijk bij iedereen het meest geliefde dagje uit. **Andere opvallende conclusies uit het onderzoek:**

Speeltuinenparadijzen Monkey Town en Ballorig zijn topmerken bij kleuters Dolfinarium, Apenheul en Beekse Bergen staan bij het hele gezin in de top-10 Anne Frank Huis meest populair wanneer kinderen dezelfde leeftijd als Anne Frank hebben Middelbare scholieren willen met hun vrienden naar Walibi en Duinrell

[caption id="attachment_48936" align="alignright" width="300"]



ook een hoge score voor het
Dolfinarium[/caption] **Top-10 dagattracties met de sterkste reputatie onder jongeren (4 tot 18 jaar)**

Efteling Dolfinarium Apenheul Safaripark Beekse Bergen Slagharen Het Spoorwegmuseum Duinrell Anne Frank Huis Artis Julianatoren **Rijksmuseum en Madurodam veel populairder bij ouders dan kinderen**

Over een bezoek aan het Rijksmuseum en Madurodam wordt het meest gekibbeld binnen gezinnen. Deze twee bestemmingen staan onder ouders respectievelijk op plaats 6 en 8. Bij de kinderen komen ze echter niet in de top-10 voor. Het Rijksmuseum komt bij de jeugd niet verder dan de 20e positie en Madurodam staat op plaats 12. 'Gelukkig voor deze twee oer-Hollandse bestemmingen, bepalen de ouders vooral de bestemming van een dagje uit. Bij museumbezoek zijn ouders zelfs in twee derde van de gevallen de initiators. Vooral moeders zijn erg enthousiast over het Rijksmuseum.', aldus merkadviseur Hendrik Beerda. De dagattracties die bij de jeugd juist veel beter scoren dan onder ouders zijn het Spoorwegmuseum, Duinrell en Julianatoren. **Top-10 dagattracties met de sterkste reputatie onder ouders met kinderen van 4 tot 18 jaar**

Efteling Anne Frank Huis Safaripark Beekse Bergen Dolfinarium Apenheul Rijksmuseum Amsterdam Artis Madurodam Walibi Holland Slagharen **Monkey Town en Ballorig zijn topmerken bij kleuters**

'Ondanks dat kleuters weinig merkbewust zijn, hebben de indoor speeltuinketens Monkey Town en Ballorig een enorm sterke positie weten op te bouwen bij deze jeugdige doelgroep', aldus merkadviseur Hendrik Beerda. 'In de leeftijds categorie 4 tot 5 jaar moeten de twee ketens alleen de Efteling voor zich laten gaan. Bij 6- tot 8-jarigen staat Ballorig op plaats 2 en Monkey Town op de zesde plaats van sterkste dagattractiemerken.'

Anne Frank Huis komt in beeld vanaf 9 jaar Voor de jongste kinderen op de basisschool bestaat een dagje uit vooral uit het bezoek aan een attractiepark en een speel- of dierentuin. Vanaf 9 jaar neemt de bekendheid van het Anne Frank Huis fors toe. Beerda: 'De sterkste band met het Anne Frank Huis bestaat onder kinderen met dezelfde leeftijd die Anne Frank had tijdens haar verblijf in het Achterhuis. Na hun vijftiende daalt de belangstelling voor een bezoek aan het museum weer.' **Middelbare scholieren willen met hun vrienden naar Walibi en Duinrell** Zodra kinderen op de middelbare school zitten, neemt hun bezoek aan musea en dierentuinen fors af. Ook hun attractieparkbezoek daalt licht, maar de belangrijkste verschuiving is te zien in hun voorkeur voor de bestemming én het gewenste gezelschap. Vooral vanaf 15 jaar willen jongeren het liefst met hun vrienden naar actieve dagattracties, zoals Walibi en Duinrell. In de meerderheid van de gevallen bepalen vanaf die leeftijd niet meer de ouders, maar de kinderen en hun vrienden welke attractie bezocht gaat worden. **Onderzoek onder 1.800 jongeren van 4 tot 18 jaar** Voor het onderzoek zijn 1.800 jongeren van 4 tot 18 jaar in twee fasen ondervraagd. Eerst is de spontane bekendheid van de duizenden merken in de vrijetijdssector onderzocht. Daarna is voor de 150 spontaan bekendste cultuurmerken en de 50 spontaan bekendste dagattracties in detail navraag gedaan naar de geholpen bekendheid, de waardering, het imago en de bezoekingentent. Met het onderzoek is de positie van alle merken in de Nederlandse cultuur- en dagattractiesector gemeten. Meer informatie: www.hendrikbeerda.nl/home

Redactie