



Gemeente Amsterdam

Dienst Onderzoek en Statistiek

Herhaalmeting imago Amsterdamse haven

**Mening over de Amsterdamse haven en over de
publiekscampagne voor de Amsterdamse haven,
derde meting**

Project: 9322

In opdracht van: Amsterdams Havenbedrijf

Drs. Merijn Heijnen

Dr. Willem Bosveld

Oudezijds Voorburgwal 300
1012 GL Amsterdam
Telefoon 020 251 0481
M.Heijnen@os.amsterdam.nl

Postbus 658
1000 AR Amsterdam
Fax 020 251 0444
www.os.amsterdam.nl

Amsterdam, februari 2010

Samenvatting

In dit onderzoek is (na eerdere onderzoeken in begin 2008 en begin 2009) voor de derde keer gekeken naar de kennis over en attitude ten aanzien van de Amsterdamse haven onder leden van het O+S panel. Hierbij is nagegaan of de panelleden de campagne-uitingen van het havenbedrijf kennen, in hoeverre ze deze uitingen waarderen en wat het effect van de campagne lijkt te zijn. Bij deze derde meting zijn enkel panelleden uitgenodigd die nog niet eerder aan een onderzoek over de haven hadden meegedaan.

Kennis en attitude ten aanzien van de haven

Net als bij de vorige meting kennen bijna alle panelleden de Amsterdamse haven. Zeven van de tien panelleden zijn ook daadwerkelijk in de haven geweest, veelal voor recreatieve doeleinden. Nog steeds schatten de panelleden de haven minder groot in dan deze in werkelijkheid is, zowel qua aantal werknemers als wat betreft inkomsten en oppervlakte.

De mening over de Amsterdamse haven is veelal neutraal en wijkt niet veel van de resultaten van de eerste en de tweede meting. Hoewel de haven vaker als vooruitstrevend en modern wordt beschouwd dan als behoudend en ouderwets, noemen maar weinig respondenten de haven een leuke plek voor recreatie. Een ruime meerderheid van de panelleden is andermaal van mening dat de haven Amsterdam veel inkomsten en werk oplevert.

Kennis en waardering van de campagne van de haven

Bij het onderzoek zijn, net als bij de eerdere metingen, enkele posters van de recente publiekscampagne van de haven aan de panelleden getoond en is hen gevraagd wat ze van deze uitingen vinden. Het ging hierbij om andere posters dan bij de eerste en tweede meting. Van de panelleden blijkt 45% de campagne van Amsterdamse haven te kennen. Bij de vorige meting was dit 40% en bij de eerste meting nog 21%. Andermaal hebben veel panelleden de posters in de stad gezien. Van de panelleden die de campagne kennen heeft 13% de website bezocht.

Net als bij de eerste meting vindt een derde de posters goed bij de Amsterdamse haven passen. Bij het tweede onderzoek lag dit percentage nog op 50%, voornamelijk dankzij de positief beoordeelde posters over werken in de haven. Ook het percentage respondenten dat op basis van de campagne een positief beeld over de haven gaat omlaag, van 73% naar 50%. Het is zodoende duidelijk dat van de tijdens de onderzoeken getoonde posters met name de posters over werken in de haven gewaardeerd werden.

Net als bij de vorige twee onderzoeken blijkt dat panelleden die voor het invullen van de vragenlijst de campagne kenden positiever zijn over de haven dan de panelleden die niet van de campagne op de hoogte waren.