

# IMAGOMONITOR BRABANT 2026

Rapport

Project: ImagoMonitor Brabant 25-030255  
Amsterdam, 21 april 2026

© 2025. All rights reserved. Contains Ipsos I&O confidential and proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos I&O.



# Inhoudsopgave

1

## Voorwoord

2

## Management Summary

3

## Self-image

Hoe kijken Brabanders tegen Brabant aan?

4

## Received image

Hoe kijken niet-Brabanders tegen Brabant aan?

5

## Projected image

Hoe denken Brabanders dat anderen over Brabant denken?

6

## Planned image

Hoe willen we dat Brabanders en niet-Brabanders het merk Brabant zien?

7

## Inzoomen

Verschillen naar achtergrondkenmerken, Jong Talent en bezoekers van buiten Brabant

8

## Brede welvaart

Trots op provincie en welbevinden

9

## Over de ImagoMonitor Brabant

Onderzoeksopzet

Bijlagen

# VOORWOORD

Door Brabant Branding

# 1

# ImagoMonitor Brabant

Met trots presenteren wij u de derde editie van de ImagoMonitor Brabant. Na de eerste twee metingen (2021 en 2023) kunnen we nu langzaamaan een trend gaan zien.

De ImagoMonitor Brabant verzamelt kwantitatieve gegevens over het imago en de reputatie van Brabant bij Brabanders én niet-Brabanders in Nederland. In deze rapportage, gemaakt door Ipsos I&O in samenwerking met prof. dr. Gert-Jan Hospers, leest u de resultaten, de methodiek en meer over de respondenten.

## **Sterk merk**

Uit de eerdere onderzoeken bleek al dat Brabant een heel sterk merk is; deze editie bevestigt dat opnieuw. De associaties met Brabant zijn sterk, consistent en bij alle Nederlanders ongeveer van gelijke aard. Het beeld is bovendien herkenbaar en positief.

## **Kennis- en innovatieregio**

We zijn blij dat er uit de resultaten van deze ImagoMonitor een positieve verschuiving richting onze gewenste identiteit te zien is. Een aantal belangrijke associaties die te maken hebben met kennis en innovatie worden steeds meer beoordeeld als passend bij de regio. We zien dat associaties als 'vernieuwend' en 'high tech' aan een opmars bezig zijn. Ook aspecten als 'grensverleggend' en 'oplossingsgericht' worden positiever beoordeeld. Tot slot scoort, in elk geval onder de Brabanders, 'gericht op samenwerking' zeer hoog.

## **Reputatiemanagement**

Samen met de Brabantse partners sturen wij waar mogelijk op het imago van Brabant, waarin de Brabantse merkwaarden innovatie, samenwerking en 'goed leven' centraal staan. Door het beeld van Brabant in en buiten de regio positief te beïnvloeden, versterken we het profiel van Brabant als top kennis- en innovatieregio bij alle doelgroepen. Maar... ook buiten onze inspanningen gebeurt er natuurlijk veel in Brabant dat wij niet kunnen sturen, en dat toch invloed heeft op het imago. Wij beschouwen het daarom als een belangrijk onderdeel van ons werk om breed en gedegen kennis te verzamelen over het Brabantse imago én deze kennis te delen. Met deze ImagoMonitor Brabant hebben wij daarvoor een sterk fundament gelegd. Elke twee jaar herhalen wij dit onderzoek, om zicht te krijgen op de ontwikkeling van het imago en daarmee onze reputatie. Immers: imago-management is een kwestie van de lange adem.

Wij danken de Brabantse Ontwikkelingsmaatschappij, BrabantKennis, BrabantC, BrabantSport, BrabantPartners en Brainport Development voor hun betrokkenheid bij de totstandkoming van dit waardevolle onderzoeksinstrument.

Gwen Zuring,  
Projectleider Brabant Branding

# MANAGEMENT SUMMARY

# 2

# Belangrijkste inzichten (1)

Met de ImagoMonitor is gemeten hoe Brabanders en inwoners van buiten Brabant tegen Brabant aankijken. Wat is hun beeld van Brabant, wat zijn de spontane associaties die opkomen en hoe aantrekkelijk is Brabant om te wonen, op te groeien, te studeren, een baan te vinden en andere aspecten van het leven.

Ook vragen over de toekomstige ontwikkeling van het beeld van Brabant, komen aan bod. Verwacht men een positieve ontwikkeling in de toekomst? En hoe goed is men op de hoogte van de innovaties die uit Brabant komen, kan men die spontaan noemen?

Voor het onderzoek hebben 2.022 Brabanders en 3.011 niet-Brabanders een online vragenlijst ingevuld. Het onderzoek heeft plaatsgevonden van 5 t/m 21 december 2025. In het onderzoek is onder andere ingezoomd op Jong Talent (16 tot 30-jarigen die een hbo- of wo-opleiding doen of hebben afgerond).

## **Vernieuwend, ambitieus, grensverleggend en high-tech vaker passend gevonden bij Brabant**

Het innovatieve profiel van Brabant wint terrein. Zowel bij Brabanders als niet-Brabanders zijn associaties 'vernieuwend', 'ambitieus' en 'grensverleggend' vaker passend gevonden bij Brabant in vergelijking met 2021 of 2023. Ook vindt men 'high-tech' nu vaker passend. Bij niet-Brabanders is de koppeling met dit laatste aspect nog sterker gestegen dan bij Brabanders zelf.

## **Het algemene beeld van Brabant is positief**

Brabanders geven een 8,1 als rapportcijfer voor Brabant. Bijna iedereen in Brabant heeft een positief beeld (97% geeft een voldoende) en 78% geeft een hoog rapportcijfer (8 of hoger). Ook onder niet-Brabanders krijgt Brabant een goed gemiddeld rapportcijfer: een 7,5. Ook hier heeft bijna iedereen een positief beeld (94% geeft 6 of hoger en 56% geeft een 8 of hoger).

## **Het beeld blijft onder Brabanders en niet-Brabanders over de jaren heen redelijk stabiel**

In vergelijking met voorgaande metingen in 2021 en 2023 blijft het beeld redelijk stabiel. We vergelijken daarbij de scores op de schaalvraag van -10 t/m +10. Brabant krijgt hoge cijfers: van Brabanders gemiddeld een 6,51 en van niet-Brabanders een 5,32. In vergelijking met de vorige editie is wel een lichte daling te zien in de beoordelingen (respectievelijk -0,55 onder Brabanders en -0,62 onder niet-Brabanders).

## Belangrijkste inzichten (2)

### **Brabant wordt gezien als belangrijkste kennis- en innovatieregio**

Onder Brabanders is dat beeld sterker dan onder niet-Brabanders: van de Brabanders vindt 67% dat Brabant tot de belangrijkste kennis- en innovatieregio's van Europa behoort, onder niet-Brabanders is dat 47%. Het is duidelijker geworden dat Brabant een plek is waar nieuwe ontwikkelingen ontstaan: van de Brabanders ziet 70% Brabant als plek waar nieuwe ontwikkelingen ontstaan (ter vergelijking: in vorige metingen vond 60% dat er veel uitvindingen zijn gedaan\*). Onder niet-Brabanders ziet nu 50% dat er veel nieuwe ontwikkelingen in Brabant ontstaan (ter vergelijking: in de voorgaande metingen gaf 38% (2023) en 34% (2021) aan dat er veel uitvindingen in Brabant zijn gedaan).

### **Gezelligheid en sociale sfeer het meest genoemd als reden voor positief beeld van Brabant**

Zowel Brabanders als niet-Brabanders noemen spontaan het vaakst de gezelligheid en sociale sfeer als reden voor het positieve beeld. Bij Brabanders is het thuisgevoel vaak genoemd; bij niet-Brabanders zijn de recreatiemogelijkheden een vaak genoemde reden (het groen, de ruimte, culturele voorzieningen en steden).

\* In 2026 is de stelling over innovaties uit de regio anders gesteld dan in de voorgaande metingen. In 2021 en 2023 luidde de stelling: "In Brabant worden veel uitvindingen gedaan". In 2026 is dat aangepast naar: "Uit Brabant komen veel nieuwe ontwikkelingen zoals innovaties en slimme oplossingen".

### **Zowel Brabanders als niet-Brabanders zijn positiever over de sociale interactie in Brabant**

Meer dan voorheen vinden Brabanders dat je snel en makkelijk in contact komt met Brabanders (je raakt snel aan de praat en hebt snel het gevoel erbij te horen). Ook niet-Brabanders zijn, in de loop van de tijd, positiever gaan denken over makkelijk in contact komen met Brabanders.

### **Aantrekkelijkheid van de regio blijft positief**

Brabanders geven positieve cijfers voor de aantrekkelijkheid van de regio om er te wonen, oud te worden, op te groeien, voor vrijetijdsbesteding en andere aspecten van het leven (scores tussen 7,3 en 8,1). Niet-Brabanders geven de regio eveneens voldoende als het gaat om aantrekkelijkheid, zij geven Brabant met name een hoge score voor vrijetijdsbesteding en recreatie (7,3), gevolgd door cultuur beleven (6,9).

### **De zachte merkwaarden blijven sterk verbonden aan Brabant, de slimme merkwaarden versterken zich**

Merkwaarden als gastvrij, levendig, hartelijk en het sociale karakter worden door meer dan 90% passend gevonden bij Brabant. Tegelijkertijd zijn aspecten als vernieuwend, grensverleggend, oplossingsgerichtheid en creatief nu sterker verbonden met Brabant.

## Belangrijkste inzichten (3)

### Meest spontaan genoemde innovaties zijn ASML en Philips

Als Brabanders spontaan innovaties moeten noemen die in Brabant zijn ontwikkeld of daar hun oorsprong hebben, noemen ze vooral de namen ASML en Philips. Op enige afstand gevolgd door de chiptechnologie. Ook bij niet-Brabanders zijn de twee bedrijven de meest genoemde innovaties. De chiptechnologie komt ook in de top 3 voor. Anderzijds denkt men aan carnaval, worstenbroodjes en de Bossche bol.

### Jong Talent onder niet-Brabanders is positiever over Brabant dan de niet-Brabanders in het algemeen

Onder niet-Brabanders is de doelgroep Jong Talent positiever over Brabant (7,7 gemiddeld ten opzichte van 7,5 gemiddeld onder alle niet-Brabanders). Jong Talent buiten Brabant is positiever gestemd over Brabant als plek om te studeren (6,7), een baan te vinden (6,8) en jezelf te ontwikkelen (6,9) dan gemiddeld onder niet-Brabanders.

### Niet-Brabanders zijn positiever dan Brabanders verwachten

Brabanders hadden verwacht dat niet-Brabanders een 6,9 zouden geven voor Brabant. Dat is in werkelijkheid hoger: niet-Brabanders geven gemiddeld een 7,5. Brabanders verwachten dat inwoners van buiten Brabant, de regio ook veel associëren met boeren, bourgondisch en gastvrij. Maar in werkelijkheid zijn deze spontane

associaties niet vaak genoemd. Niet-Brabanders verbinden Brabant (ook geholpen) veel minder met 'agrarisch' dan Brabanders zelf doen.

### Brabanders zijn minder negatief over de ontwikkelingen van het beeld van Brabant in de afgelopen periode

Momenteel ziet 27% van de Brabanders dat het beeld van Brabant positief is veranderd in het afgelopen jaar, terwijl het aandeel dat (zeer) negatief is, is gedaald van 18% in 2021 naar 11% nu. Bij niet-Brabanders is ook sprake van een daling in het aandeel dat negatief is over de ontwikkeling in de afgelopen periode.

Als het gaat om de toekomst daalt het optimisme onder Brabanders van 45% in 2021 naar 34% nu. Onder niet-Brabanders blijft de verwachting voor de toekomst stabiel: 35% is positief over ontwikkeling in het komende jaar en 37% over komende vier jaar.

### Brabanders zijn trots op hun provincie

Brabant is voor veel Brabanders een plek om trots op te zijn: in totaal is 85% het daar mee eens, waarbij de helft daarvan (43%) het geheel eens is met de stelling. Ook onder niet-Brabanders is dit aandeel hoog: 62% vindt Brabant een plek om trots op te zijn.

Als het gaat om fijne leefomgeving stemt 88% van de Brabanders hier mee in, waarbij de helft het hier volledig mee eens is. Bij niet-Brabanders is dat 67%.

# SELF-IMAGE

# 3

Hoe kijken Brabanders tegen Brabant aan?

## Beeld van Brabant - rapportcijfer

Het merendeel van de Brabanders is positief over Brabant.

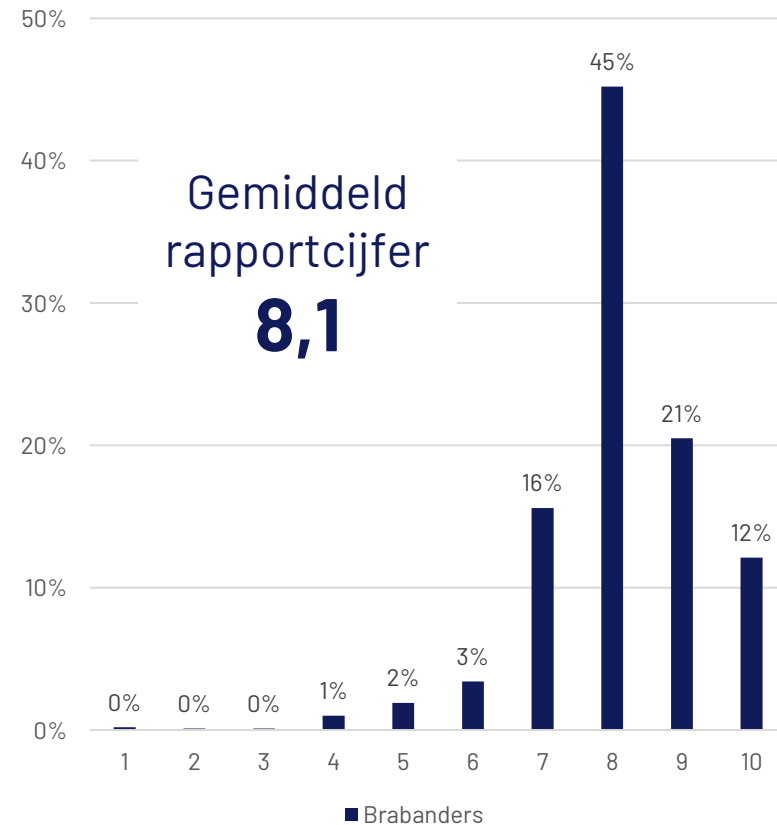
Gemiddeld krijgt het beeld een 8,1 als rapportcijfer en 78% geeft een 8 of hoger.

Zie voor de vergelijking met voorgaande metingen de volgende slide.

Opmerking: Dit jaar is voor het eerst gevraagd naar het beeld van Brabant in de vorm van een rapportcijfervraag. Bij de vorige metingen is deze vraag gesteld aan de hand van een schaalvraag van -10 t/m +10 (zie volgende slide).

# Brabanders geven Brabant gemiddeld een 8,1 als rapportcijfer

Vraag 4: Welk rapportcijfer geeft u aan het beeld van Brabant, waarbij 1 betekent dat u een zeer negatief beeld heeft van Brabant en 10 dat u een zeer positief beeld heeft van Brabant.



Basis: Brabanders, 2026 n=1.015

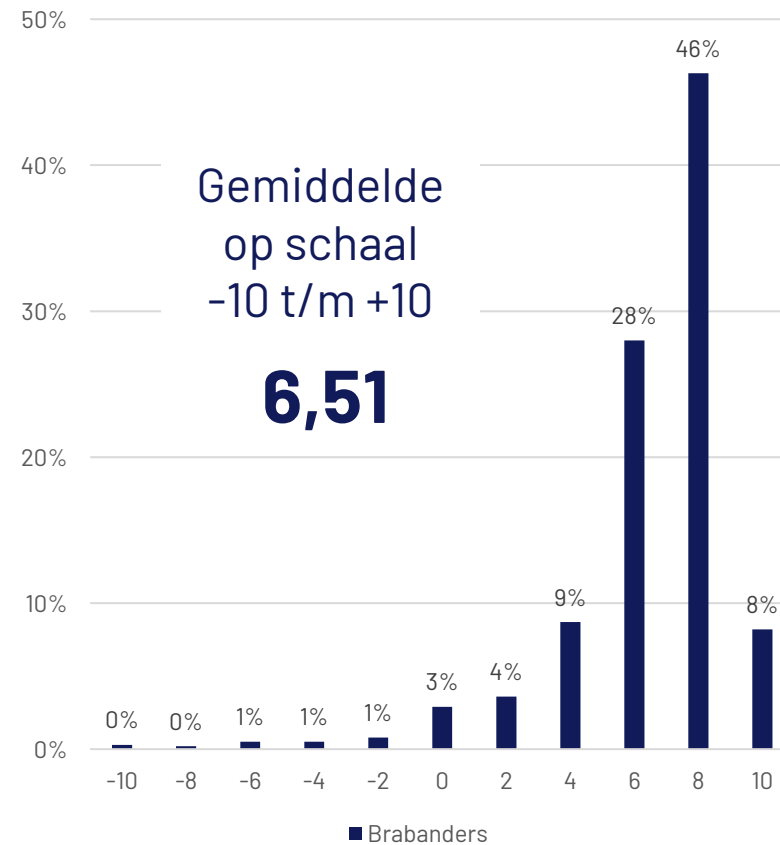
## Beeld van Brabant - schaalvraag

Op de schaalvraag van -10 t/m +10 geven Brabanders gemiddeld een 6,51. De meerderheid (83%) geeft als cijfer een 6, 8 of 10. het beeld blijft redelijk stabiel over de jaren heen. Ten opzichte van vorige meting ligt het gemiddelde nu 0,55 lager.

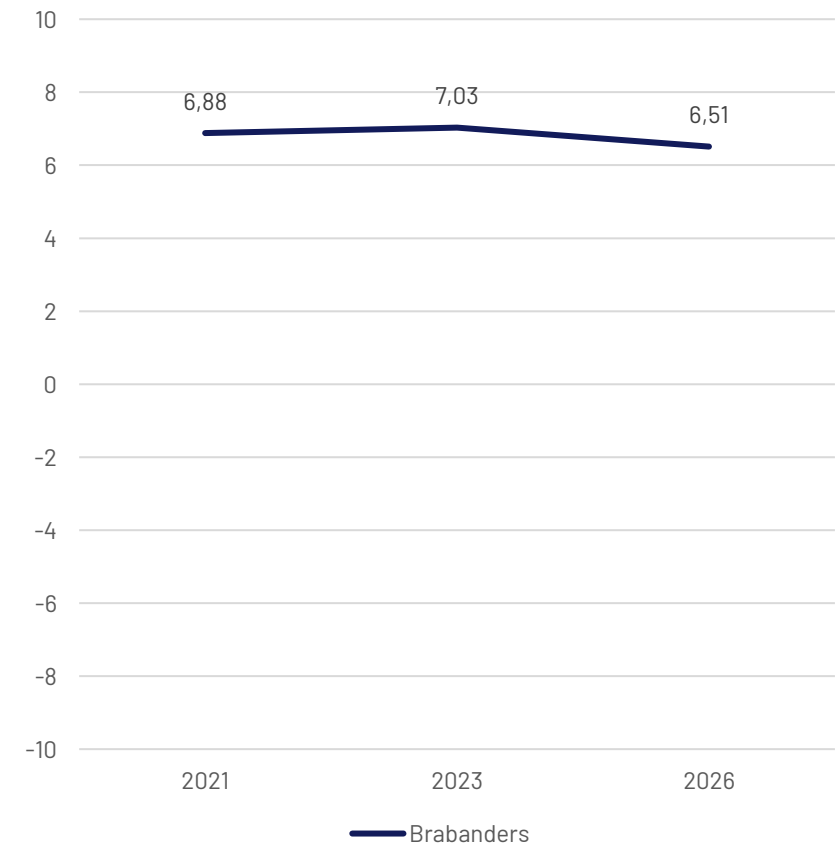
Voor de vergelijking met voorgaande metingen zijn de resultaten op de schaalvraag naast elkaar gezet. De rapportcijfervraag (zie vorige slide) is dit jaar voor het eerst toegevoegd. In de bijlage is toegelicht wat het verschil is tussen een rapportcijfervraag en de schaalvraag.

# Op een schaal van -10 t/m +10 geven Brabanders het imago gemiddeld een 6,51

Vraag 3: Hoe beoordeelt u het beeld van Brabant op dit moment? U kunt dit aangeven op een schaal van -10 tot +10, waarbij -10 staat voor zeer negatief beeld en +10 voor zeer positief beeld.



Basis: Brabanders, 2026 n=1.007



Basis: Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=1.007

**Positief en negatief over Brabant**

Bij de vraag wat maakt dat men positief is over Brabant, noemt 66% een antwoord dat te maken heeft met de sociale sfeer (gezelligheid), het thuisgevoel of dat men er geboren is of woont.

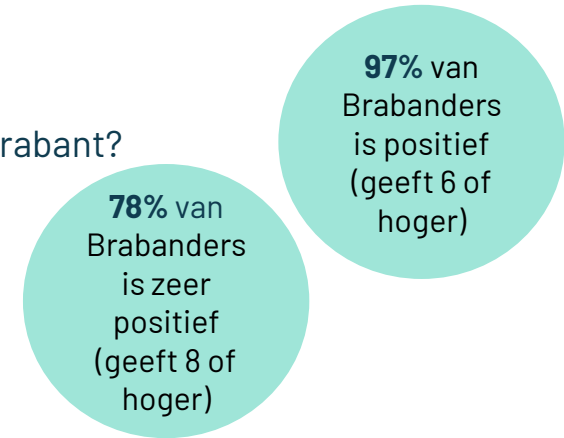
De recreatiemogelijkheden, het groen, de ruimte en de culturele voorzieningen en steden worden door 29% van de Brabanders genoemd.

Slechts een klein deel van de Brabanders is negatief over Brabant (3%). Meest genoemde redenen hiervoor zijn de onveiligheid (drugs, criminaliteit) en het zich niet thuis voelen in de regio. Hiernaast staan een aantal gegeven antwoorden ter illustratie.

# Als reden om een positief beeld van Brabant te hebben, zijn de sociale sfeer en het thuisgevoel het vaakst genoemd

Vraag 5: Wat maakt dat u een (overwegend) **positief** beeld heeft van Brabant?

Thema	Brabanders
Sociale sfeer en thuisgevoel/herkomst	66%
Recreatie: natuur, rust, ruimte, steden, cultuur en voorzieningen	29%
Veiligheid en leefbaarheid (waaronder landbouw en milieu)	13%
Innovatie en economie + ligging/bereikbaarheid	9%
Geen mening	3%



*“Gezellige mensen en fijne plek om te wonen” (Brabander, 16-29 jaar)*

*“Veel goede fietspaden, groen gebied” (Brabander, 40-49 jaar)*

*“Brabant heeft mooie steden zoals Den Bosch, Breda en Eindhoven met daaromheen groene natuurgebieden en dorpen. Er is veel ruimte voor wonen en recreëren in een prima werkomgeving” (Brabander, 50-59 jaar)*

3% van Brabanders is negatief

*“Ik kom van boven de rivieren en vond het daar fijner wonen en leven.” (Brabander, 40-49 jaar)*

*“Toename criminaliteit, drugsoverlast, vuurwerk.” (Brabander, 40-49 jaar)*

Basis: Brabanders met positief beeld van Brabant (bij schaalvraag +2 t/m +10 of bij rapportcijfervraag een 6 of hoger), 2026 n=1.938

Basis: Brabanders met negatief beeld van Brabant (bij schaalvraag -10 t/m -2 of bij rapportcijfervraag een 5 of lager), 2026 n=55

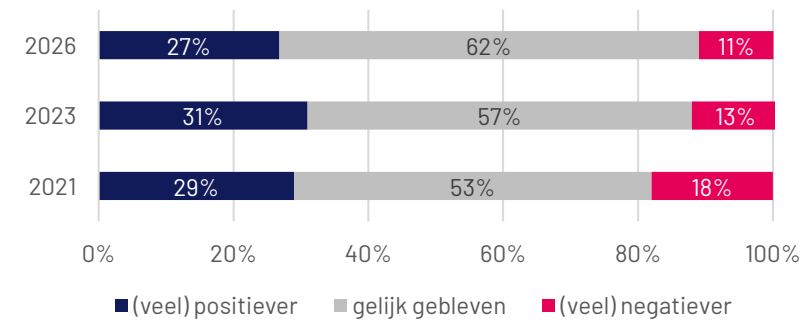
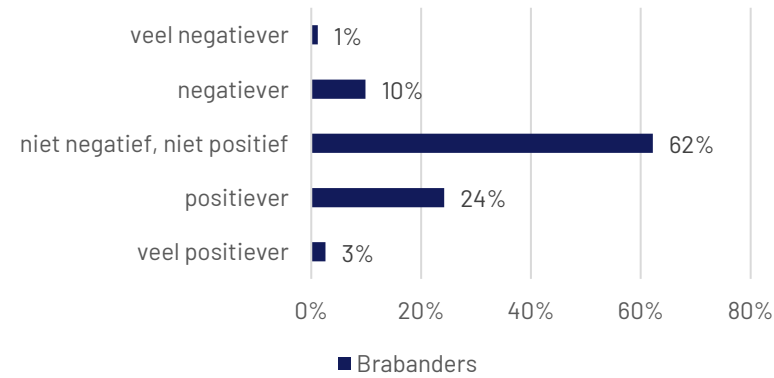
Beeld afgelopen jaar/4 jaar

Van de Brabanders vindt 27% dat het beeld van Brabant positief is veranderd in het afgelopen jaar. Het aandeel dat (zeer) positief is, is groter dan het aandeel dat (zeer) negatief is. Bovendien daalt het aandeel van de Brabanders dat vindt dat het beeld (veel) negatiever is geworden in het afgelopen jaar (van 18% in 2021 naar 11% nu). De meerderheid geeft overigens aan geen verandering te hebben gezien.

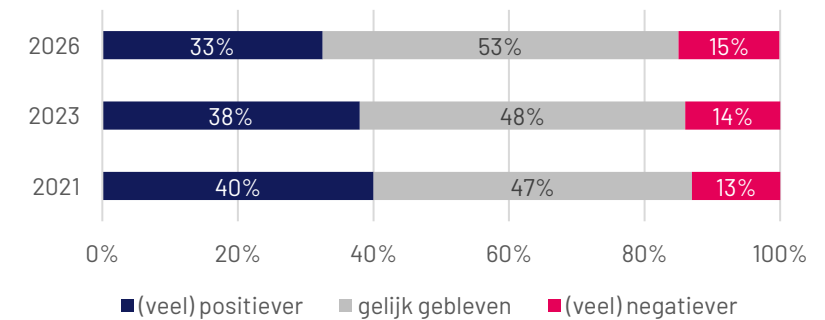
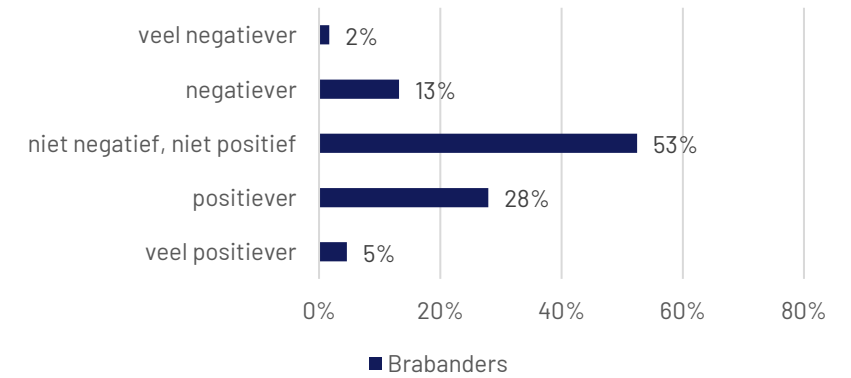
Ook als er gevraagd wordt naar **de afgelopen vier jaar** zijn meer Brabanders (zeer) positief (33%) dan (zeer) negatief (15%).

# Meer Brabanders zijn positief dan negatief over de ontwikkeling van het beeld in afgelopen jaar en afgelopen vier jaar

Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **het afgelopen jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?



Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **de afgelopen 4 jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?



Basis: Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=2.022

## Aantrekkelijkheid Brabant

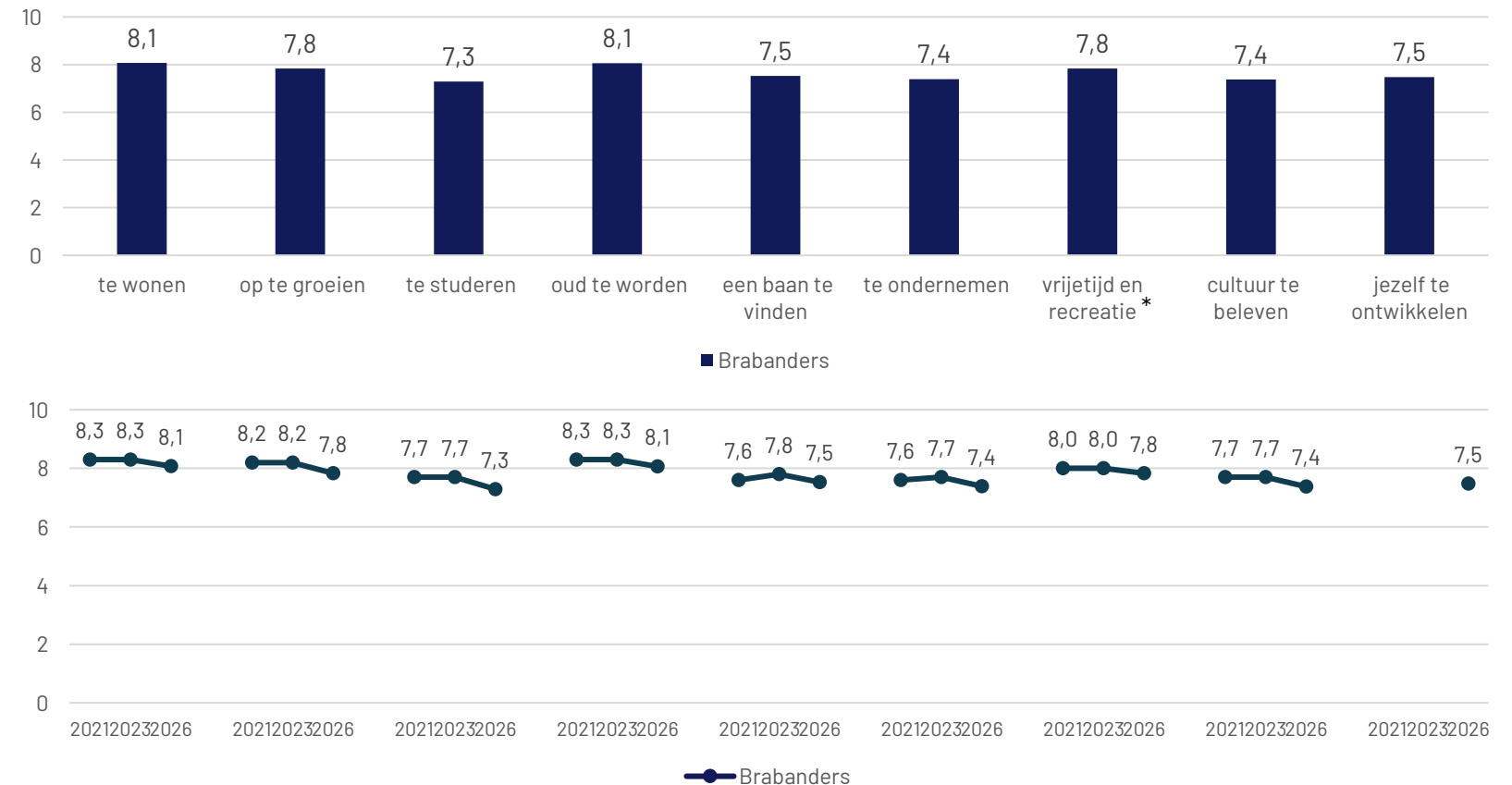
Brabanders zijn met name positief over de regio als plek om te wonen en oud te worden (beide krijgen een score van 8,1). Ook over Brabant als plek om op te groeien en vrije tijd door te brengen en te recreëren zijn Brabanders positief (gemiddelde score 7,8).

Op alle aspecten dalen de scores voor de aantrekkelijkheid licht, met een daling tussen de 0,2 en 0,4.

\* in 2021 en 2023 gevraagd als: om te recreëren, in 2026 gevraagd als: plek voor vrijetijdsbesteding en recreatie

# Brabanders geven positieve cijfers voor de aantrekkelijkheid

Vraag 9: Wat is uw persoonlijke oordeel als het gaat om de aantrekkelijkheid van Brabant? Hoe aantrekkelijk vindt u Brabant als plek om... (gemiddelde op een schaal van 0 t/m 10).



Basis: Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=2.022

**Spontane associaties**

Voor Brabanders komt de gezelligheid, de gezellige mensen als meeste naar voren als gevraagd is naar de spontane associaties die opkomen als men aan Brabant denkt. Het is ook een belangrijk aspect voor de Brabanders (gemiddeld belang is 4,54 op een schaal van 1 t/m 5). Carnaval komt op de tweede plaats en is door 25% van de Brabanders spontaan genoemd. Het belang ligt wat lager (3,44).

Andere aspecten die in de top 10 genoemd zijn en van redelijk veel belang worden geacht zijn het thuisgevoel (belang 4,80) en de natuur (4,57).

# De gezelligheid is door Brabanders het vaakst genoemd als het gaat om spontane associaties met de regio

Vraag 1: Waar denkt u als eerste aan, wanneer u aan Brabant denkt? Noem de eerste dingen, die in u opkomen (10 invulvelden). Vraag 2: Hoe belangrijk zijn deze associaties voor u? (op 5-puntsschaal van (1) heel onbelangrijk t/m (5) heel belangrijk).

TOP 10	Brabanders	door ...% genoemd	gemiddeld belang
1	Gezellig/gezellige mensen/gezelligheid	44%	4,54
2	Carnaval	25%	3,44
3	Worstenbroodjes	18%	3,51
4	Gemoedelijk	10%	4,47
5	Bourgondisch	10%	4,19
6	Guus Meeuwis/liedje van Guus Meeuwis	9%	3,05
7	(Mooie) natuur/groen/natuurgebieden	9%	4,57
8	Thuisgevoel	8%	4,80
9	Brabants dialect/accent/zachte g	7%	3,37
10	Den Bosch / 's-Hertogenbosch	7%	3,73

Basis: Brabanders, 2026 n=2.022

Self-image

### Spontaan genoemde innovaties

Na ASML (door 23% spontaan genoemd) en Philips (22%) wordt de chiptechnologie het meest spontaan genoemd (12%).

In de top 10 komen veelal technologische innovaties of bedrijven voor. Twee keer komt auto-industrie erin voor (DAF en auto-industrie in het algemeen) en twee keer een voedselproduct (worstenbroodjes en Bossche bol).

De volledige lijst is te vinden in de bijlagen.

# ASML en Philips zijn door Brabanders de meest genoemde associaties als het gaat om innovaties

Vraag 12: Kunt u een aantal innovaties noemen die uit Brabant komen, in Brabant zijn ontwikkeld of hun oorsprong hebben in Brabant?

Spontaan genoemde innovaties	Brabanders
ASML	23%
Philips	22%
Chiptechnologie (chips, chipmachines, microchips)	12%
Gloeilamp (lamp, licht, verlichting)	10%
Worstenbroodjes	6%
CD (-speler), DVD, cassettebandje	5%
DAF	5%
Technische Universiteit (TU, High tech campus, High tech Eindhoven)	3%
Bossche bol	3%
Auto-industrie	3%
High-tech	3%
Weet niet/geen antwoord	31%

Basis: Brabanders, 2026 n=2.022

**Beeld toekomst**

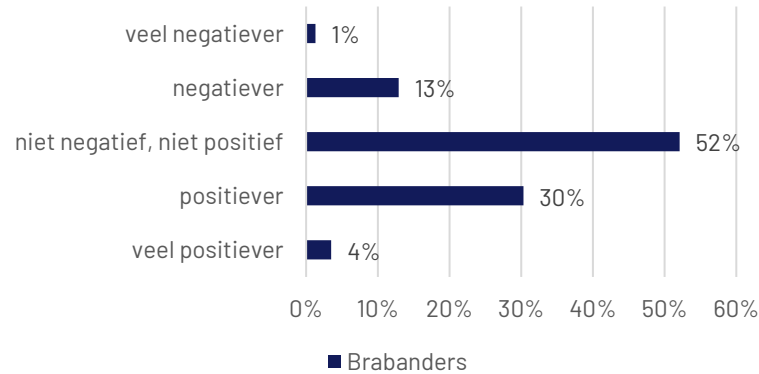
Van de Brabanders geeft 14% aan een negatieve ontwikkeling te verwachten van het beeld van Brabant en 52% verwacht geen duidelijke verandering.

Brabanders zijn minder positief over de toekomst van het beeld van Brabant dan in voorgaande jaren het geval was. Nu is 34% positief over de ontwikkeling in het komende jaar, terwijl in 2021 nog 45% positief was over het komende jaar.

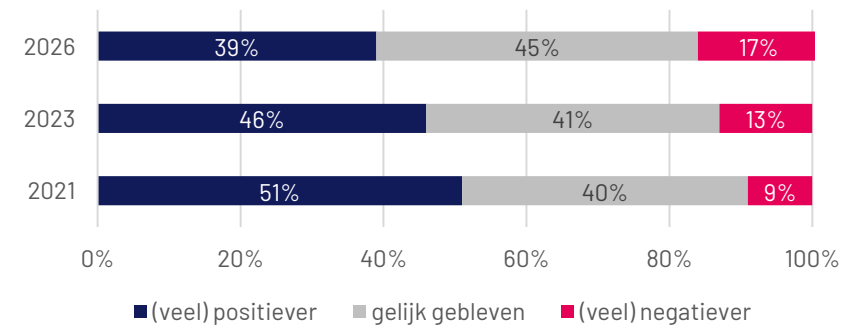
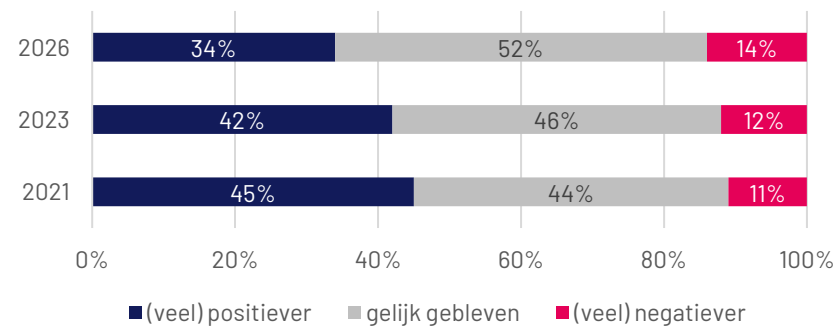
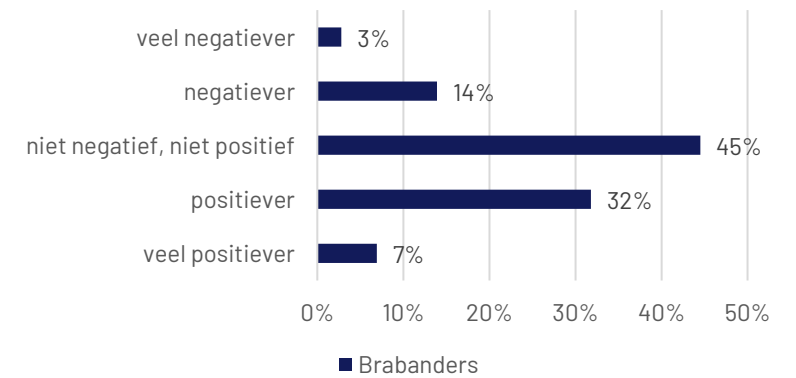
Als er gevraagd wordt naar de verwachtingen voor **de komende vier jaar** is 17% van de Brabanders (zeer) negatief en 39% (zeer) positief. Ook hier daalt het aandeel dat positief is over de toekomst.

# Een derde van de Brabanders (34%) verwacht een (zeer) positieve ontwikkeling van Brabant in het komende jaar

Vraag 8: Hoe denkt u dat het beeld van Brabant zich in **het komende jaar** zal ontwikkelen?



Vraag 8: Hoe denkt u dat het beeld van Brabant zich **de komende 4 jaar** zal ontwikkelen?



Basis: Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=2.022

# RECEIVED IMAGE

# 4

Hoe kijken niet-Brabanders tegen Brabant aan?

Received image

## Beeld van Brabant - rapportcijfer

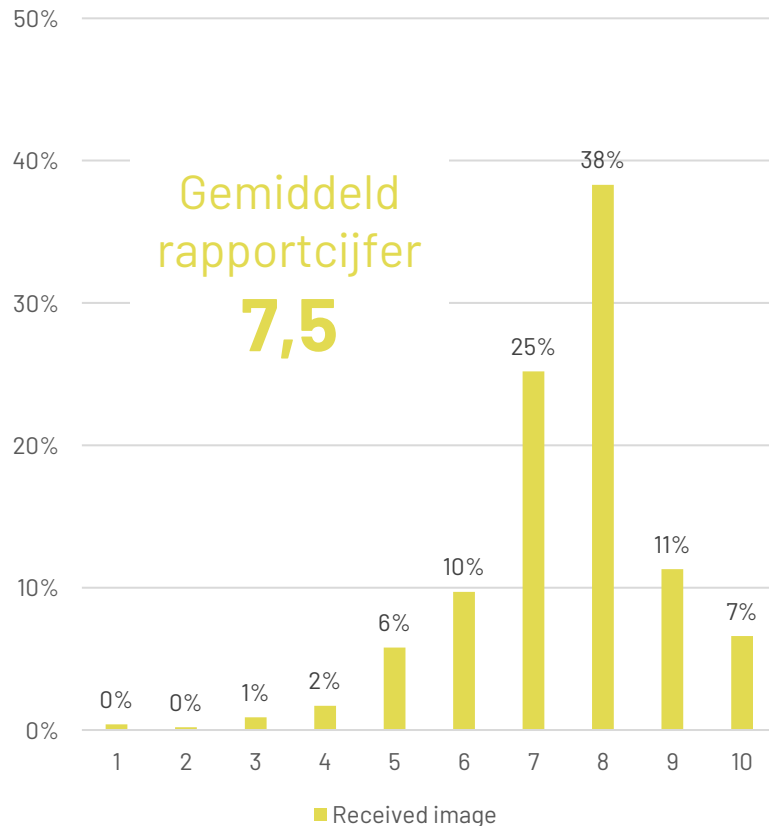
Het rapportcijfer voor het beeld onder niet-Brabanders is gemiddeld een 7,5. Ruim de helft (56%) geeft een 8 of hoger.

Het gemiddelde van Brabanders zelf is een 8,1 en onder Brabanders geeft 78% een 8 of hoger.

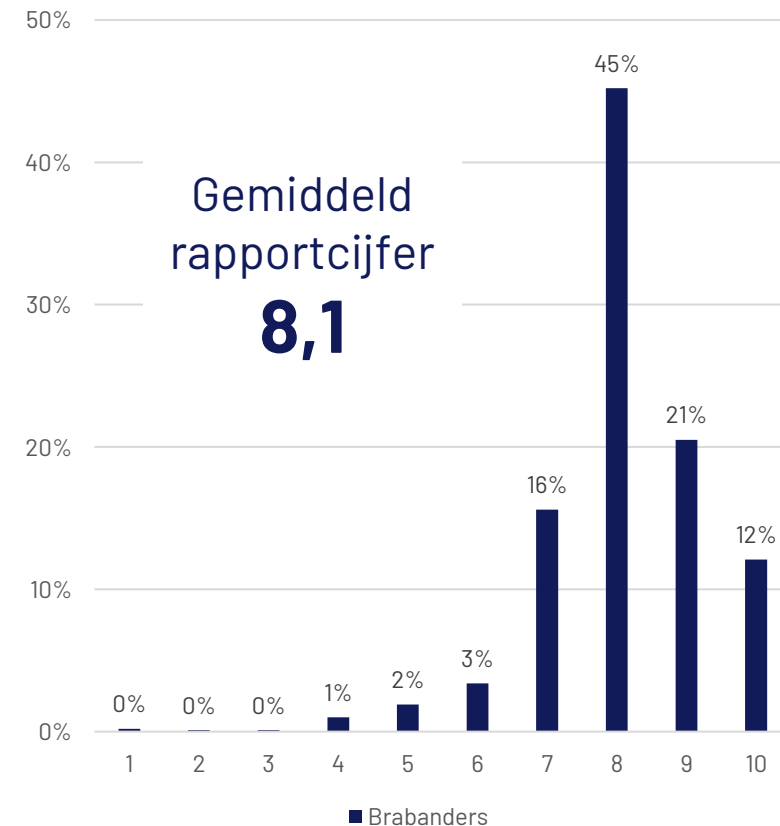
Zie voor de vergelijking met voorgaande metingen de volgende slide.

# Niet-Brabanders geven een 7,5 als rapportcijfer voor Brabant

**Received image:** Vraag 4: Welk rapportcijfer geeft u aan het beeld van Brabant, waarbij 1 betekent dat u een zeer negatief beeld heeft van Brabant en 10 dat u een zeer positief beeld heeft van Brabant.



Basis: Niet-Brabanders, 2026 n=1.506



Basis: Brabanders, 2026 n=1.015

Received image

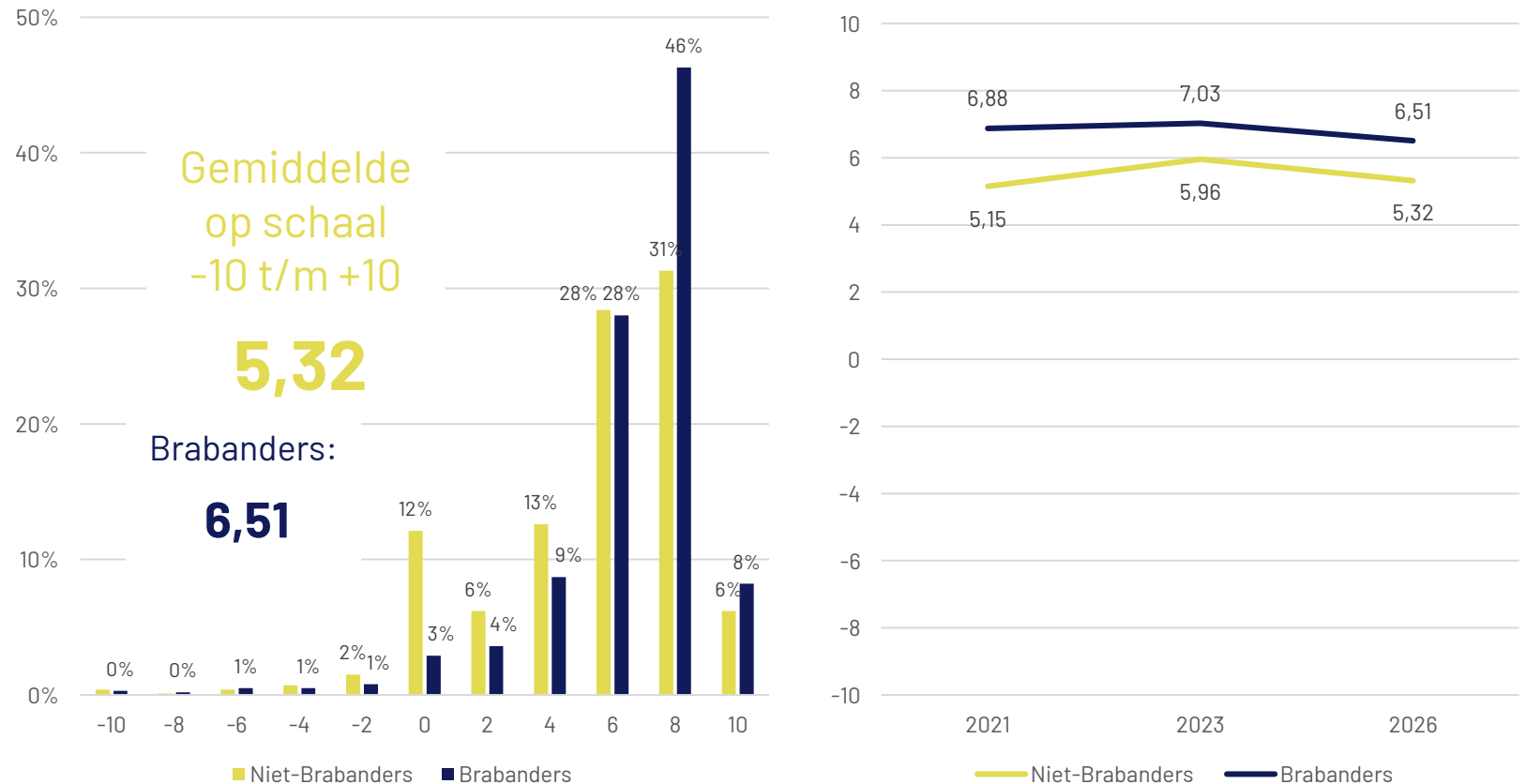
## Beeld van Brabant - schaalvraag

Ook op de schaalvraag geven niet-Brabanders een lagere score dan de Brabanders zelf. Tweederde (66%) geeft als cijfer een 6, 8 of 10. Ten opzichte van vorige meting ligt het gemiddelde nu 0,62 lager, maar wel 0,17 hoger dan in 2021.

Voor de vergelijking met voorgaande metingen zijn de resultaten op de schaalvraag naast elkaar gezet. De rapportcijfervraag (zie vorige slide) is dit jaar voor het eerst toegevoegd. In de bijlage is toegelicht wat het verschil is tussen een rapportcijfervraag en de schaalvraag.

# Op een schaal van -10 t/m +10 geven niet-Brabanders het imago gemiddeld een 5,32

Vraag 3: Hoe beoordeelt u het beeld van Brabant op dit moment? U kunt dit aangeven op een schaal van -10 tot +10, waarbij -10 staat voor zeer negatief beeld en +10 voor zeer positief beeld.



Basis: Niet-Brabanders, 2021 n=3.207, 2023 n=3.083, 2026 n=1.505, Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=1.007

Received image

## Positief en negatief over Brabant

Bij de vraag wat maakt dat men positief is over Brabant, noemt 55% van de niet-Brabanders een antwoord dat te maken heeft met de sociale sfeer (gezelligheid), het thuisgevoel.

De recreatiemogelijkheden, het groen, de ruimte en de culturele voorzieningen en steden worden door 43% niet-Brabanders genoemd.

Vijf procent geeft een antwoord dat te maken heeft met innovatie en economie.

Zes procent heeft een negatief beeld van Brabant. Redenen voor een negatief beeld gaan over de sociale sfeer, het thuisgevoel, over onveiligheid (drugs, criminaliteit) en recreatie.

# Niet-Brabanders noemen de sociale sfeer en het thuisgevoel het vaakst als reden voor een positief beeld

Vraag 5: Wat maakt dat u een (overwegend) **positief** beeld heeft van Brabant?

Thema	Niet-Brabanders	Brabanders
Sociale sfeer en thuisgevoel/herkomst	55%	66%
Recreatie: natuur, rust, ruimte, steden, cultuur en voorzieningen	43%	29%
Innovatie en economie + ligging/bereikbaarheid	5%	9%
Veiligheid en leefbaarheid (waaronder landbouw en milieu)	3%	13%
Geen mening	7%	3%



6% van niet-Brabanders is negatief

*"Irritant accent en ze voelen zich los van Nederland." (Niet-Brabander, 16-29 jaar)*

*"Vaak negatief in het nieuws, criminaliteit, drugs etc." (Niet-Brabander, 60-69 jaar)*

94% van niet-Brabanders is positief (geeft 6 of hoger)

56% van niet-Brabanders is zeer positief (geeft 8 of hoger)

*"Er heerst een gezellige en gemoedelijke sfeer." (Niet-Brabander, 30-39 jaar)*

*"Gezellige plaatsjes om te winkelen of weekendje heen te gaan" (Niet-Brabander, 40-49 jaar)*

*"The Brainport Eindhoven region and companies like ASML, make Brabant feel modern, and smart." (Niet-Brabander, 30-39 jaar)*

Basis: Niet-Brabanders met positief beeld van Brabant (bij schaalvraag +2 t/m +10 of bij rapportcijfervraag een 6 of hoger), 2026 n=2.646, Brabanders, 2026 n=1.938

Basis: Niet-Brabanders met negatief beeld van Brabant (bij schaalvraag -10 t/m -2 of bij rapportcijfervraag een 5 of lager), 2026 n=183, Brabanders, 2026 n=55

Received image

## Beeld afgelopen jaar/4 jaar

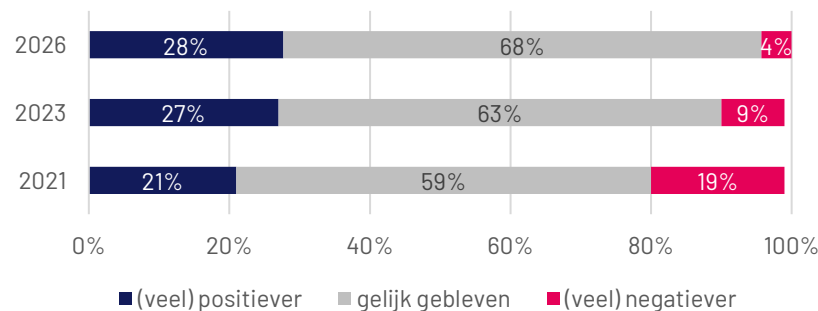
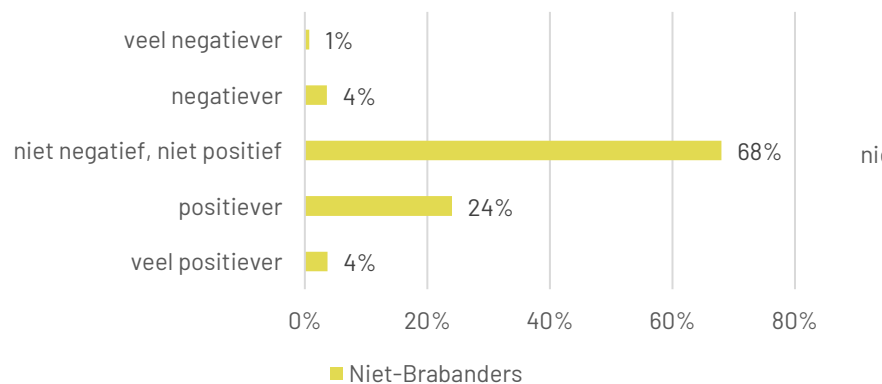
Het aandeel van de niet-Brabanders dat vindt dat Brabant zich (veel) negatiever heeft ontwikkeld, is in de loop van de metingen een stuk kleiner geworden. Nu vindt 4% dat Brabant zich (veel) negatiever heeft ontwikkeld in het afgelopen jaar, in 2021 was dat nog 19%.

Ongeveer twee derde (68%) geeft aan geen verandering te hebben gezien.

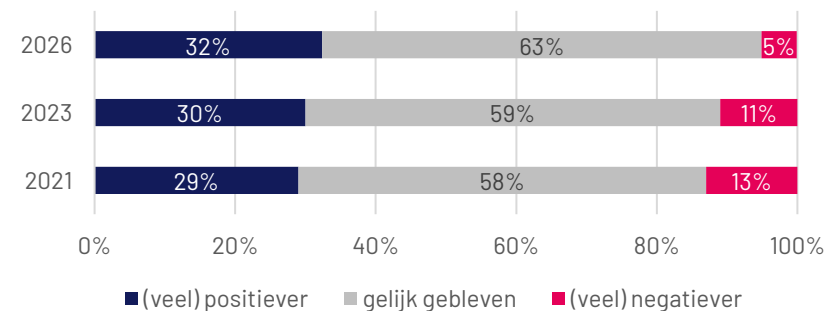
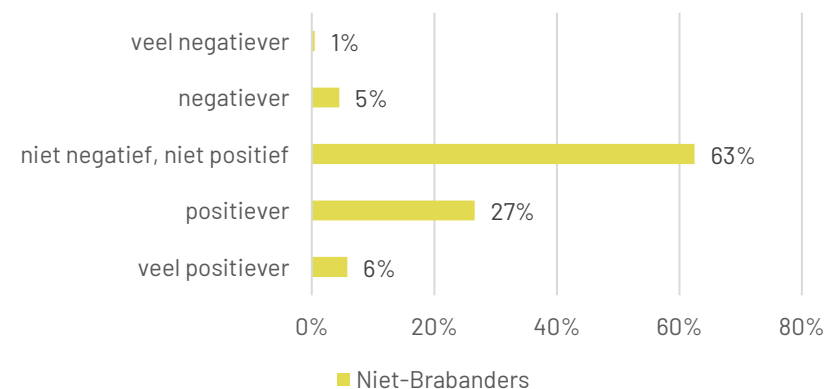
Ook als er gevraagd wordt naar **de afgelopen vier jaar** daalt het aandeel dat (zeer) negatief is. Er zijn meer niet-Brabanders (zeer) positief (32%) dan (zeer) negatief (5%).

# Van de niet-Brabanders vindt 28% dat Brabant positief is veranderd in het afgelopen jaar

Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **het afgelopen jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?



Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **de afgelopen 4 jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?



Basis: Niet-Brabanders, 2021 n=3.207, 2023 n=3.083, 2026 n= 3.011

Received image

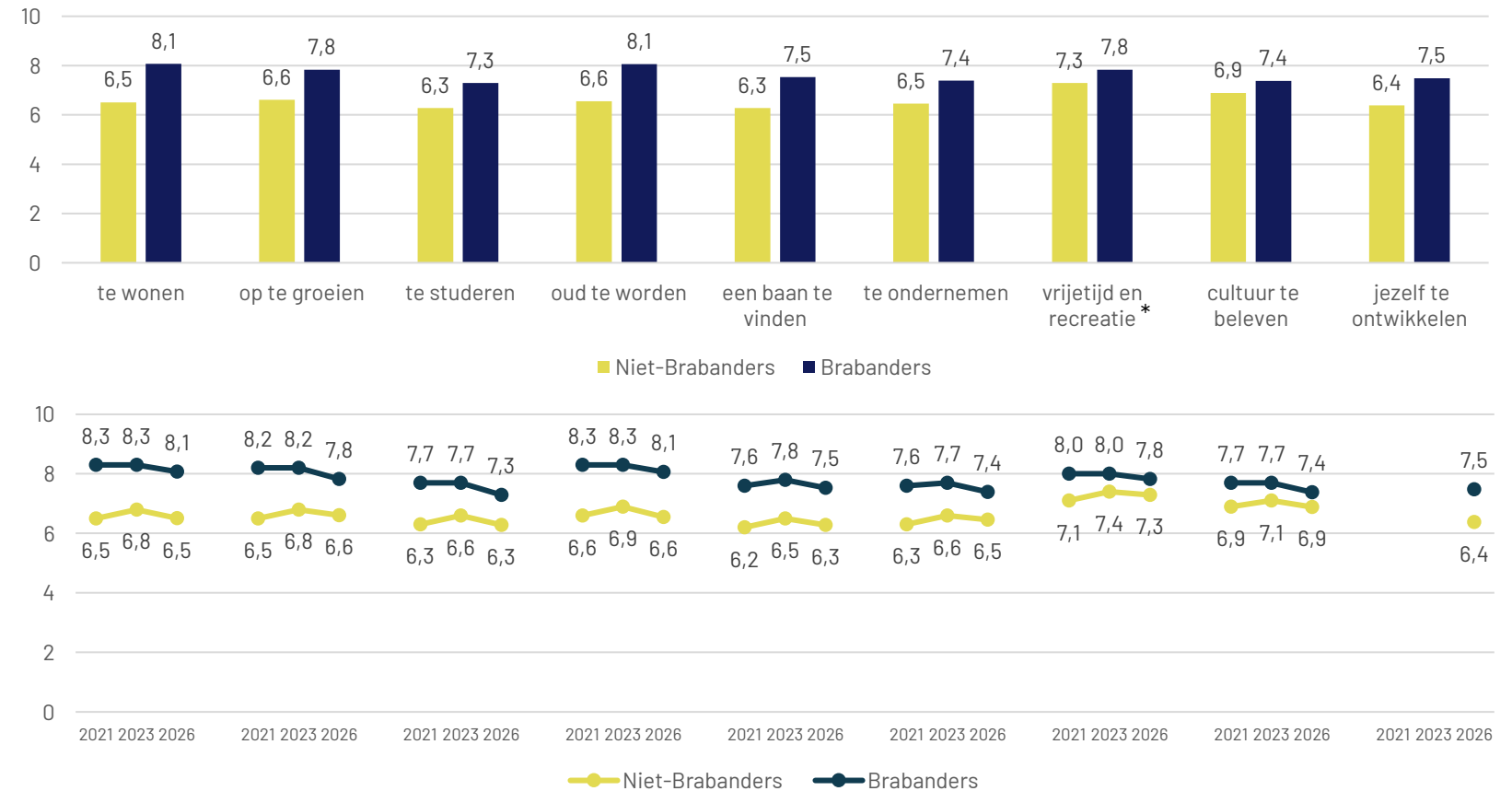
## Aantrekkelijkheid Brabant

Niet-Brabanders geven de regio voldoende als het gaat om aantrekkelijke plek om te leven. Zo geven niet-Brabanders een 7,3 voor Brabant als aantrekkelijke plek voor vrijetijdsbesteding en recreatie en een 6,9 voor cultuur beleven. Zowel voor plek om op te groeien als voor plek om oud te worden krijgt Brabant gemiddeld een 6,6. Voor plek om te studeren en voor een baan te vinden, komt de gemiddelde score op een 6,3 uit.

In vergelijking met voorgaande meting in 2023 liggen de scores iets lager, maar in veel gevallen nog wel op of boven de score in 2021.

# Niet-Brabanders geven voor de aantrekkelijkheid van de regio cijfers tussen 6,3 en 7,3

Vraag 9: Wat is uw persoonlijke oordeel als het gaat om de aantrekkelijkheid van Brabant? Hoe aantrekkelijk vindt u Brabant als plek om...



Basis: Niet-Brabanders, 2021 n=3.207, 2023 n=3.083, 2026 n=3.011, Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=2.022

\* In 2021 en 2023 gevraagd als: plek om te recreëren, in 2026 gevraagd als: plek voor vrijetijdsbesteding en recreatie.

Received image

## Spontane associaties

Voor niet-Brabanders komt de gezelligheid/de gezellige mensen op de tweede plaats, carnaval staat daar nog boven op de eerste plaats. Het belang van carnaval is een stuk lager (2,76) dan voor de gezelligheid (4,26).


Een ander aspect dat in de top 10 genoemd is en van redelijk veel belang wordt geacht is de natuur/het groen (4,37).


# Niet-Brabanders noemen spontaan het vaakst carnaval, gevolgd door gezelligheid, als het gaat om spontane associaties met de regio

Vraag 1: Waar denkt u als eerste aan, wanneer u aan Brabant denkt? Noem de eerste dingen, die in u opkomen (10 invulvelden). Vraag 2: Hoe belangrijk zijn deze associaties voor u? (op 5-puntsschaal van (1) heel onbelangrijk t/m (5) heel belangrijk).

TOP 10	Niet-Brabanders	door ...% genoemd	Gem. belang
1	Carnaval	30%	2,76
2	Gezellig/gezellige mensen/gezelligheid	24%	4,26
3	Worstenbroodjes	12%	3,28
4	Guus Meeuwis/liedje van Guus Meeuwis	12%	2,97
5	Eindhoven	11%	3,17
6	Bossche bol	11%	3,31
7	Den Bosch / 's-Hertogenbosch	10%	3,46
8	Brabants dialect/accent/zachte g	9%	2,97
9	PSV	7%	3,03
10	(Mooie) natuur/groen/natuurgebieden	6%	4,37

Basis: Niet-Brabanders, 2026 n=3.011

 = bij beide groepen in de top 3

 = bij beide groepen in de top 10, maar op een andere positie

## Spontane associaties Brabanders

TOP 10	Brabanders	door ...% genoemd	Gem. belang
1	Gezellig/gezellige mensen/gezelligheid	44%	4,54
2	Carnaval	25%	3,44
3	Worstenbroodjes	18%	3,51
4	Gemoedelijk	10%	4,47
5	Bourgondisch	10%	4,19
6	Guus Meeuwis/liedje van Guus Meeuwis	9%	3,05
7	(Mooie) natuur/groen/natuurgebieden	9%	4,57
8	Thuisgevoel	8%	4,80
9	Brabants dialect/accent/zachte g	7%	3,37
10	Den Bosch / 's-Hertogenbosch	7%	3,73

Basis: Brabanders, 2026 n=2.022

Received image

## Spontaan genoemde innovaties

Op de vraag om spontaan innovaties te noemen die uit Brabant komen (daar zijn ontwikkeld of hun oorsprong hebben), noemen niet-Brabanders met name Philips en ASML. Ook de chiptechnologie komt in de top 3, op een gedeeld derde plek met de gloeilamp/lamp/verlichting. Verder denkt men aan carnaval, CD(-speler)/DVD/cassettebandje, worstenbroodjes en Bossche bol.


De volledige lijst is te vinden in de bijlagen.


# Philips en ASML zijn de meest spontaan genoemde innovaties door niet-Brabanders

Vraag 12: Kunt u een aantal innovaties noemen die uit Brabant komen, in Brabant zijn ontwikkeld of hun oorsprong hebben in Brabant?

Spontaan genoemde innovaties	Niet-Brabanders
Philips	19%
ASML	11%
Gloeilamp (Lamp, licht, verlichting)	6%
Chiptechnologie (Chips, Chipmachines, micro chips)	6%
Carnaval	4%
CD(-speler), DVD, cassettebandje	4%
Bossche bol	4%
Worstenbroodjes	4%
DAF	3%
Weet niet/geen antwoord	44%

Basis: Niet-Brabanders, n=3.011

 = bij beide groepen in de top 2

 = bij beide groepen in de top 10, maar op een andere positie

## Spontaan genoemde innovaties Brabanders

Spontaan genoemde innovaties	Brabanders
ASML	23%
Philips	22%
Chiptechnologie (chips, chipmachines, microchips)	12%
Gloeilamp (lamp, licht, verlichting)	10%
Worstenbroodjes	6%
CD(-speler), DVD, cassettebandje	5%
DAF	5%
Technische Universiteit (TU, High tech campus, High tech Eindhoven)	3%
Bossche bol	3%
Auto-industrie	3%
High-tech	3%
Weet niet/geen antwoord	31%

Basis: Brabanders, n=2.022

Received image

## Beeld toekomst

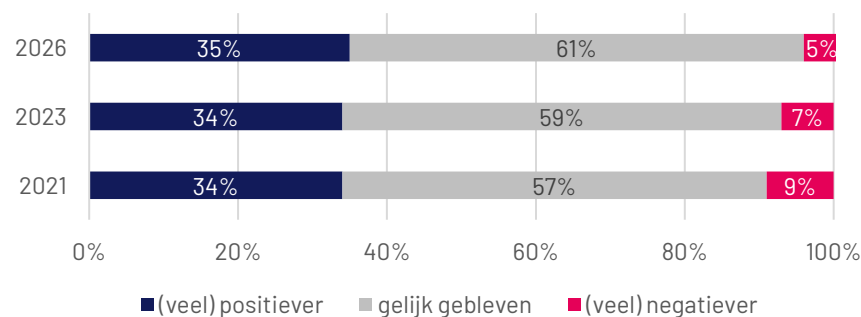
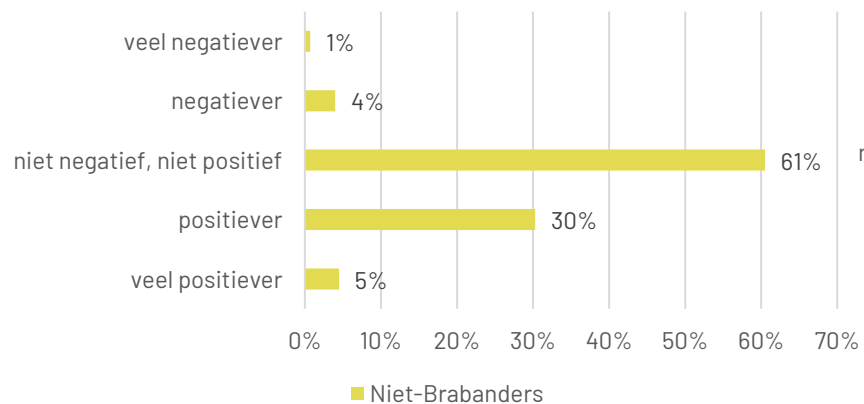
Van de niet-Brabanders geeft 5% aan een negatieve ontwikkeling te verwachten van het beeld van Brabant in het komende jaar en 61% van de niet-Brabanders verwacht geen duidelijke verandering.

Als er gevraagd wordt naar de verwachtingen voor **de komende vier jaar** is 37% van de niet-Brabanders (zeer) positief en 5% (zeer) negatief.

Over de toekomst (in het komende jaar en in de komende vier jaar) zijn niet-Brabanders minder vaak negatief dan in voorgaande metingen.

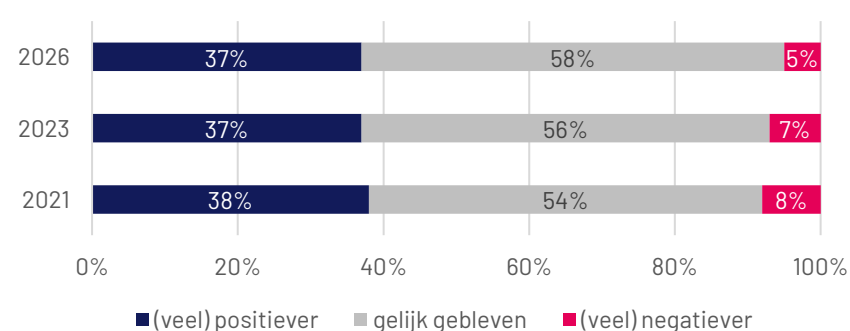
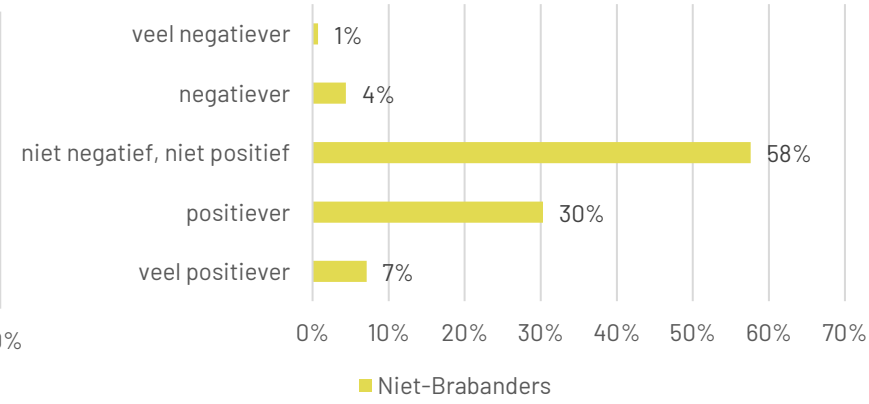
# Een derde van de niet-Brabanders (35%) verwacht een (zeer) positieve ontwikkeling van het beeld van Brabant in het komende jaar

Vraag 8: Hoe denkt u dat het beeld van Brabant zich in **het komende jaar** zal ontwikkelen?



Basis: Niet-Brabanders, 2021 n=3.207, 2023 n=3.083, 2026 n=3.011

Vraag 8: Hoe denkt u dat het beeld van Brabant zich **de komende 4 jaar** zal ontwikkelen?



# PROJECTED IMAGE

# 5

Hoe denken Brabanders dat anderen over Brabant denken?

Projected image

## Beeld van Brabant - rapportcijfer

Brabanders hadden verwacht dat niet-Brabanders een 6,9 zouden geven voor het beeld van Brabant. Het gemiddelde cijfer van de niet-Brabanders ligt echter hoger, dat is namelijk een 7,5.

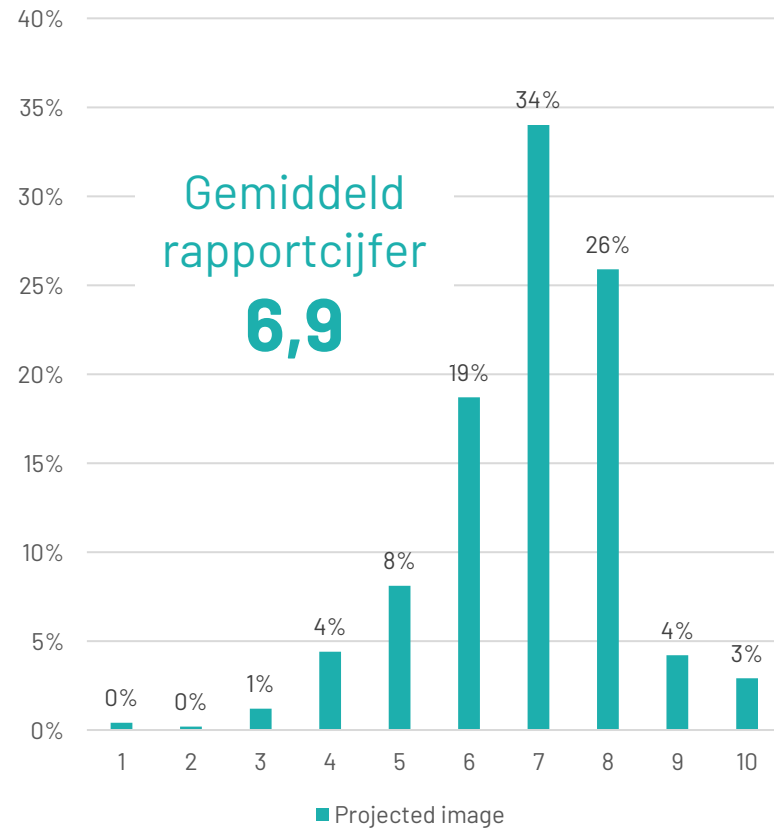
Zie voor de vergelijking met voorgaande metingen de volgende slide.

### Projected image =

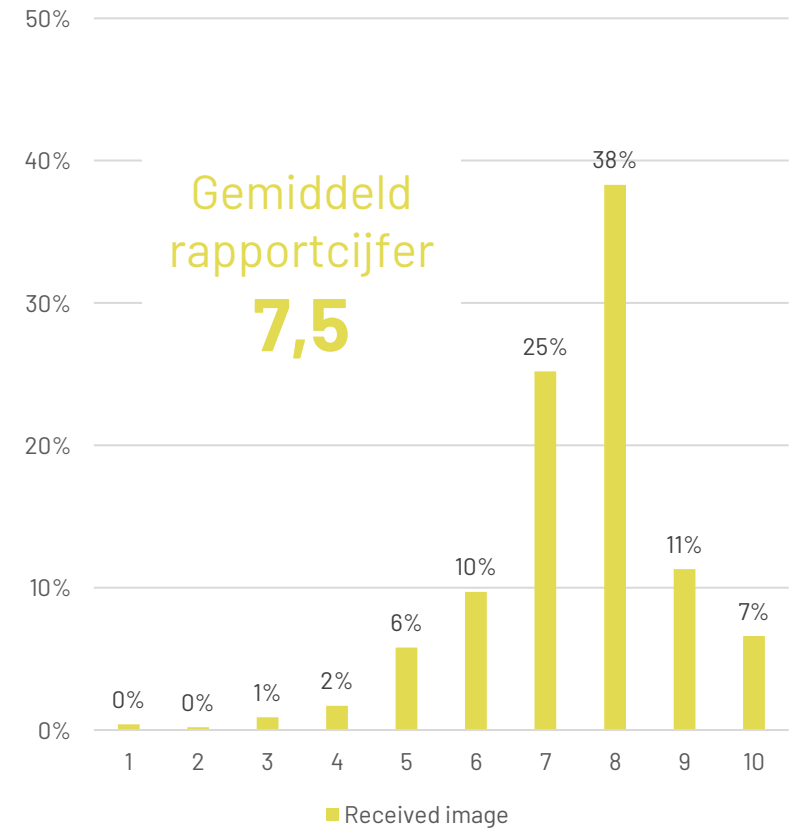
Hoe Brabanders denken dat niet-Brabanders het beeld van Brabant beoordelen.

# Brabanders schatten in dat niet-Brabanders een 6,9 als gemiddeld rapportcijfer geven

**Projected image:** Vraag 15: Hoe positief of negatief denkt u dat het beeld van Brabant is, bij niet-Brabanders?



Basis: Projected image: Brabanders, 2026 n=1.015



Basis: Niet-Brabanders, 2026 n=1.506

Projected image

## Beeld van Brabant - schaalvraag

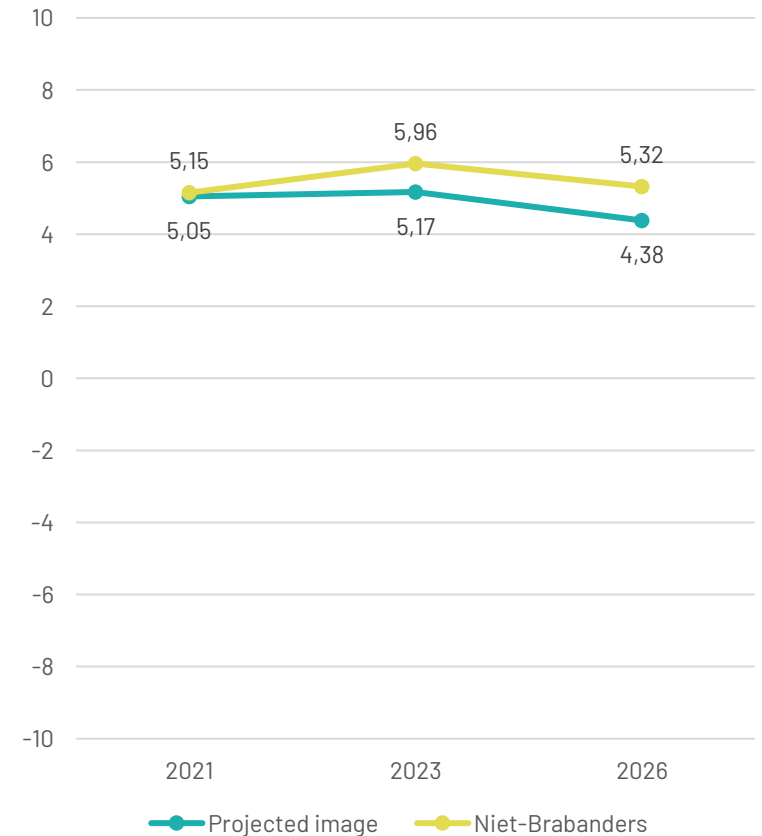
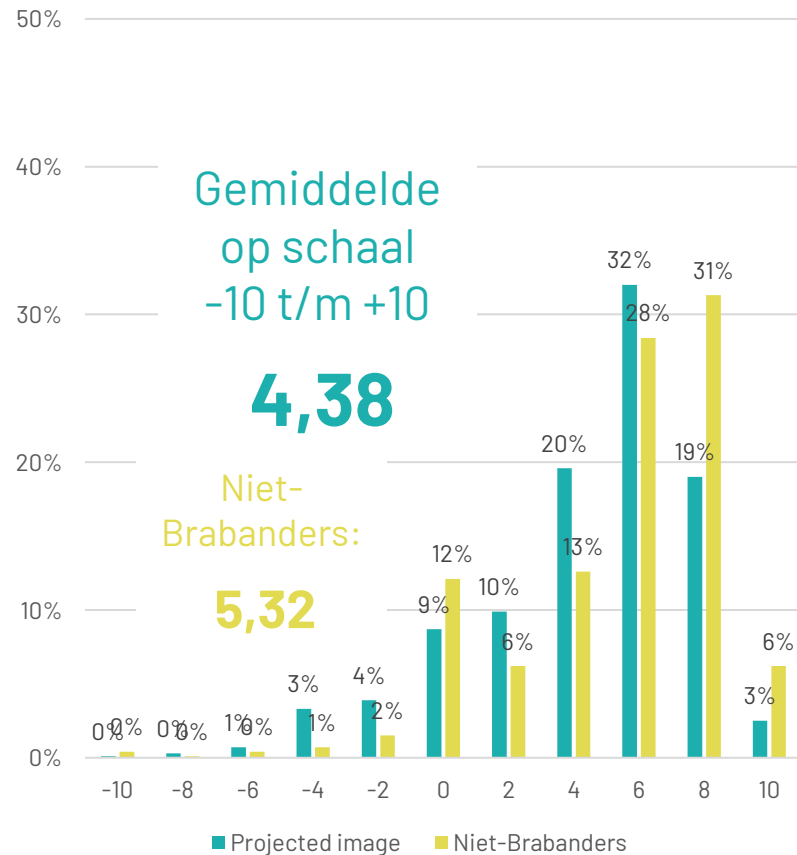
De score die Brabanders verwachten van niet-Brabanders is een 4,38. Dit is lager dan in voorgaande metingen (-0,78). In werkelijkheid krijgt Brabant een hogere score (5,32) van niet-Brabanders.

Niet-Brabanders geven vaker een 6, 8 of 10 dan Brabanders hadden verwacht (in werkelijkheid geeft 65% een 6, 8 of 10, Brabanders hadden 54% verwacht).

Voor de vergelijking met voorgaande metingen zijn de resultaten op de schaalvraag naast elkaar gezet. De rapportcijfervraag (zie vorige slide) is dit jaar voor het eerst toegevoegd. In de bijlage is toegelicht wat het verschil is tussen een rapportcijfervraag en de schaalvraag.

# Bij de schaalvraag verwachten Brabanders van niet-Brabanders een 4,38 voor het beeld

**Projected image:** Vraag 15: Hoe positief of negatief denkt u dat het beeld van Brabant is, bij niet-Brabanders? U kunt dit aangeven op een schaal van -10 tot +10, waarbij -10 staat voor zeer negatief beeld en +10 voor zeer positief beeld.



Basis: Projected image: Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=1.007, Niet-Brabanders, 2021 n=3.207, 2023 n=3.083, 2026 n=1.505

Projected image

## Aantrekkelijkheid

Niet-Brabanders geven de regio voldoende als het gaat om aantrekkelijke plek om te wonen, op te groeien en voor andere aspecten van het leven. Dat is ook wat Brabanders verwachtten, maar zij hadden dit over het algemeen wel hoger ingeschat.

Bij de beoordeling van Brabant in het algemeen verwachtten Brabanders dat niet-Brabanders Brabant lager zouden beoordelen. Bij de aantrekkelijkheid is dit andersom: daarbij schatten Brabanders de aantrekkelijkheid van Brabant onder niet-Brabanders juist hoger in dan niet-Brabanders in werkelijkheid doen.

# Brabanders schatten in dat niet-Brabanders Brabant aantrekkelijker vinden dan zij in werkelijkheid vinden

**Projected image:** Vraag 16: Hoe denkt u dat de meeste niet-Brabanders oordelen over de aantrekkelijkheid van Brabant als plek om ... (gemiddelde op een schaal van 0 t/m 10).



Basis: Projected image: Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=2.022, Niet-Brabanders, 2021 n=3.207, 2023 n=3.083, 2026 n=3.011

Projected image

### Spontane associaties

Carnaval en gezelligheid zijn inderdaad door niet-Brabanders, het vaakst spontaan genoemd, maar het Brabants dialect is minder vaak genoemd dan gedacht (Brabanders verwachtten 14%, in werkelijkheid is het door 9% genoemd). Ook verwachtten Brabanders dat “boeren” veel genoemd zou zijn, maar dat is niet zo, dat komt niet in de top 10 voor. Hetzelfde geldt voor bourgondisch en gastvrij en ASML, die komen niet in de top 10 van niet-Brabanders voor.

Wat wel genoemd is, zijn Eindhoven, Bossche bol, Den Bosch en de mooie natuur, het groen.

# Brabanders verwachten dat niet-Brabanders vooral eerst aan carnaval denken en in de tweede plaats aan gezelligheid

Vraag 13: Waar denkt u dat de meeste niet-Brabanders spontaan aan moeten denken bij Brabant? Noem de eerste dingen, die in u opkomen (10 invulvelden).


TOP 10	Projected image	door ...% genoemd
1	Carnaval	42%
2	Gezellig/gezellige mensen/gezelligheid	22%
3	Brabants dialect/accent/zachte g	14%
4	Boeren	14%
5	Worstenbroodjes	11%
6	PSV	7%
7	Bourgondisch	7%
8	Gastvrij	6%
9	Guus Meeuwis/liedje van Guus Meeuwis	5%
10	ASML	4%


Basis: Brabanders, 2026 n=2.022

Werkelijke spontane associaties van niet-Brabanders

TOP 10	Niet-Brabanders	door ...% genoemd
1	Carnaval	30%
2	Gezellig/gezellige mensen/gezelligheid	24%
3	Worstenbroodjes	12%
4	Guus Meeuwis/liedje van Guus Meeuwis	10%
5	Eindhoven	11%
6	Bossche bol	11%
7	Den Bosch / 's-Hertogenbosch	10%
8	Brabants dialect/accent/zachte g	9%
9	PSV	7%
10	(Mooie) natuur/groen/natuurgebieden	6%

Basis: Niet-Brabanders, 2026 n=3.011

 = bij beide groepen in de top 2

 = bij beide groepen in de top 10, maar op een andere positie

# PLANNED IMAGE

# 6

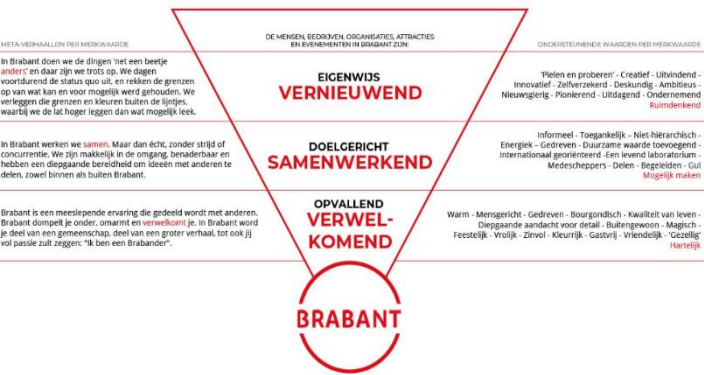
Hoe willen we dat Brabanders en niet-Brabanders het merk Brabant zien?

Planned image

## Geholpen associaties - Brabanders

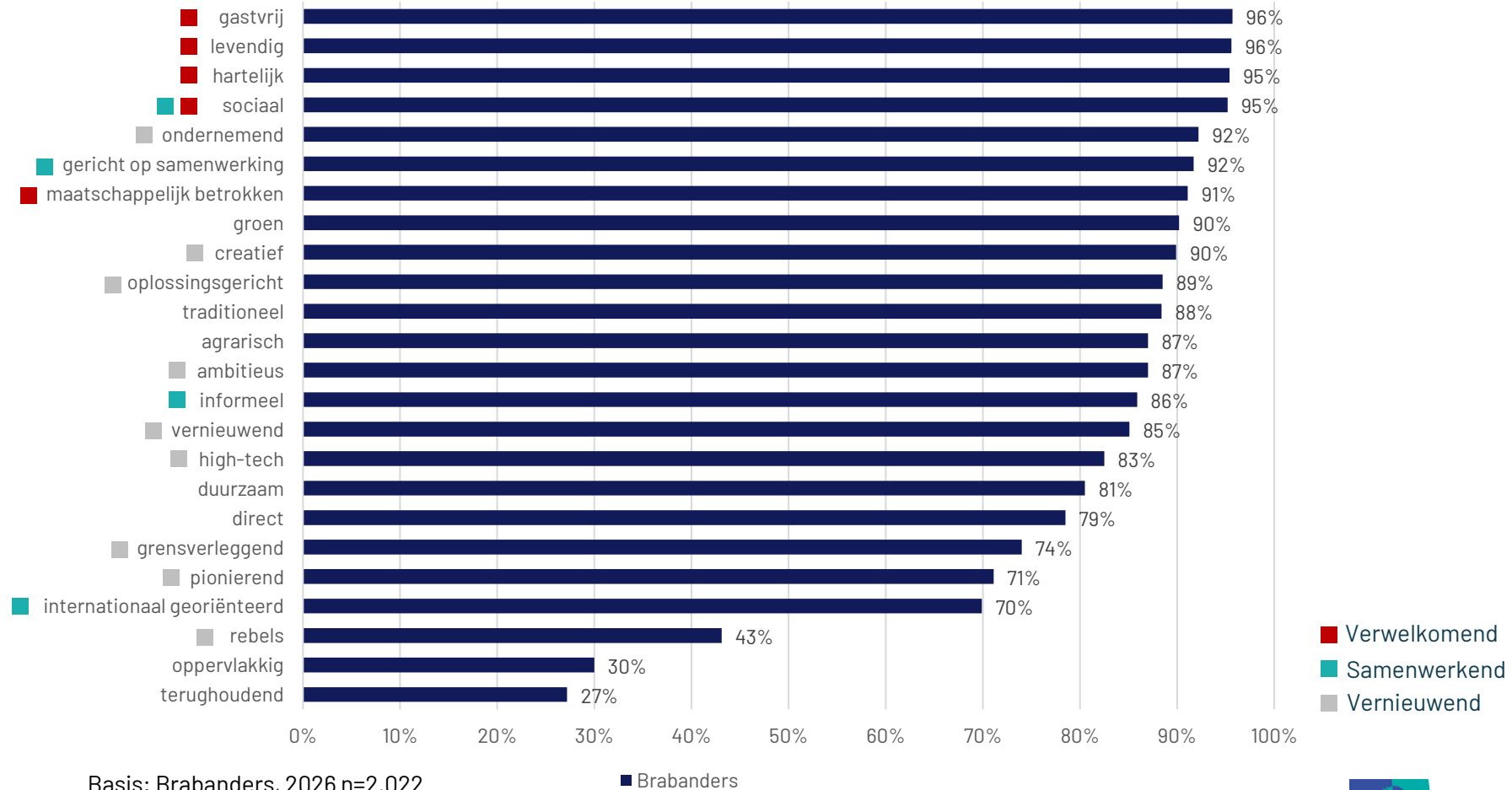
De merkwaarden worden veelal herkend onder Brabanders. Merkwaarden als gastvrij, levendig, hartelijk en het sociale karakter worden door meer dan 95% passend gevonden bij de regio.

Het rebelse, eigenwijze komt minder sterk naar voren. Ook de internationale oriëntatie ziet men minder sterk. Het pionieren en de grensverleggende instelling scoren redelijk hoog, maar minder hoog dan andere zaken (bijv. het ondernemende karakter, dat bijna iedereen herkent).



# De merkwaarden zijn voor Brabanders goed herkenbaar en passend bij de regio

Vraag 11: Geef van onderstaande associaties aan of u ze wel of niet bij Brabant vindt passen. Percentage "Past bij Brabant".



Basis: Brabanders, 2026 n=2.022

■ Brabanders

■ Verwelkomend  
 ■ Samenwerkend  
 ■ Vernieuwend

Planned image

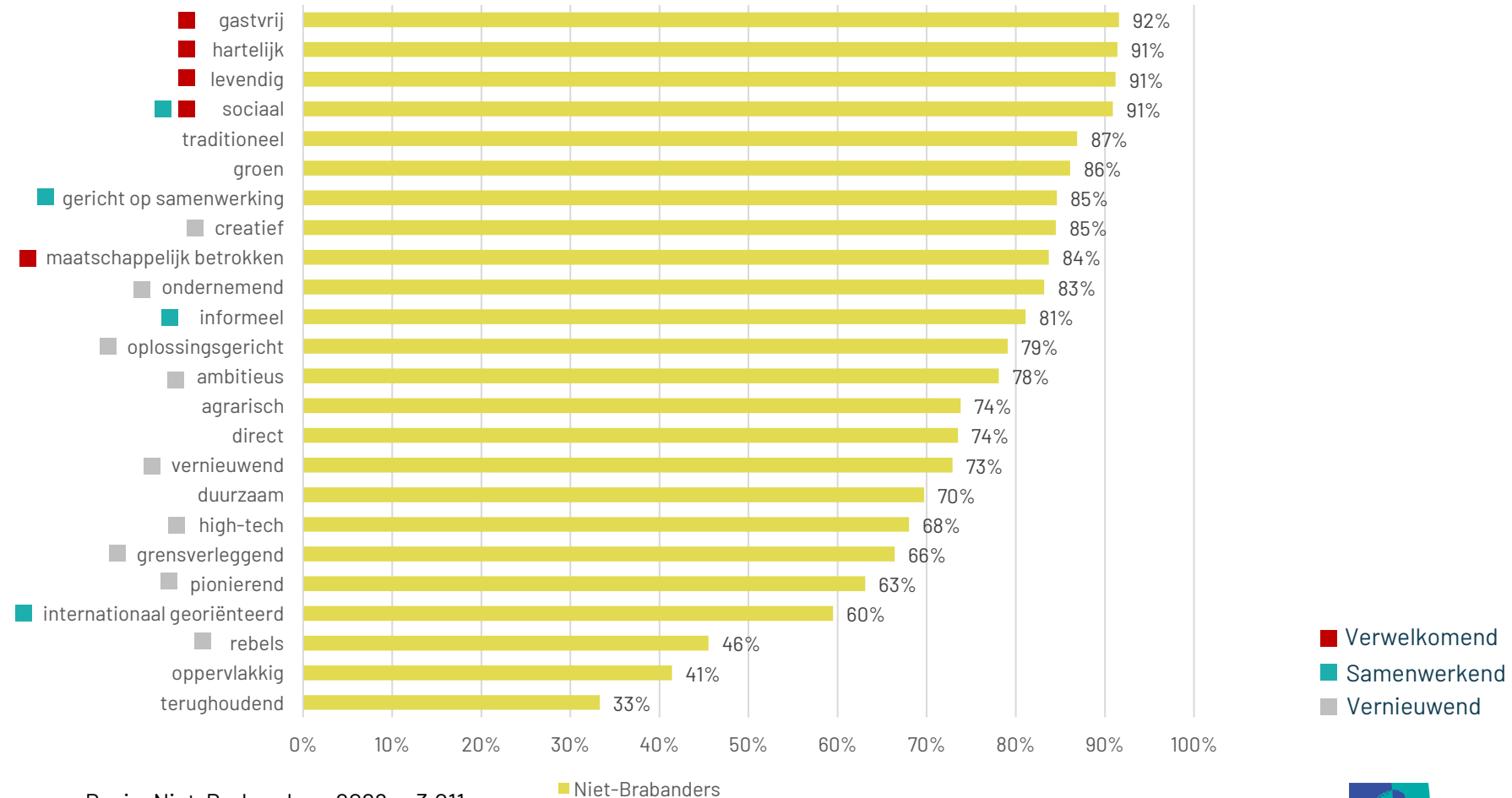
## Geholpen associaties – niet-Brabanders

De merkwaarden worden ook door niet-Brabanders passend gevonden bij de regio.

De sociale waarden (gastvrij, hartelijk, levendig en sociaal) worden door niet-Brabanders duidelijk gekoppeld aan Brabant. Ook de waarden als ondernemend, vernieuwend, oplossingsgericht en ambitieus worden door niet-Brabanders veelal gekoppeld aan Brabant.

# Ook niet-Brabanders herkennen de merkwaarden goed

Vraag 11: Geef van onderstaande associaties aan of u ze wel of niet bij Brabant vindt passen. Percentage "Past bij Brabant".



Basis: Niet-Brabanders, 2026 n=3.011

■ Niet-Brabanders

Planned image

## Geholpen associaties - vergelijking

Brabanders koppelen de waarden vaker aan Brabant dan niet-Brabanders doen.

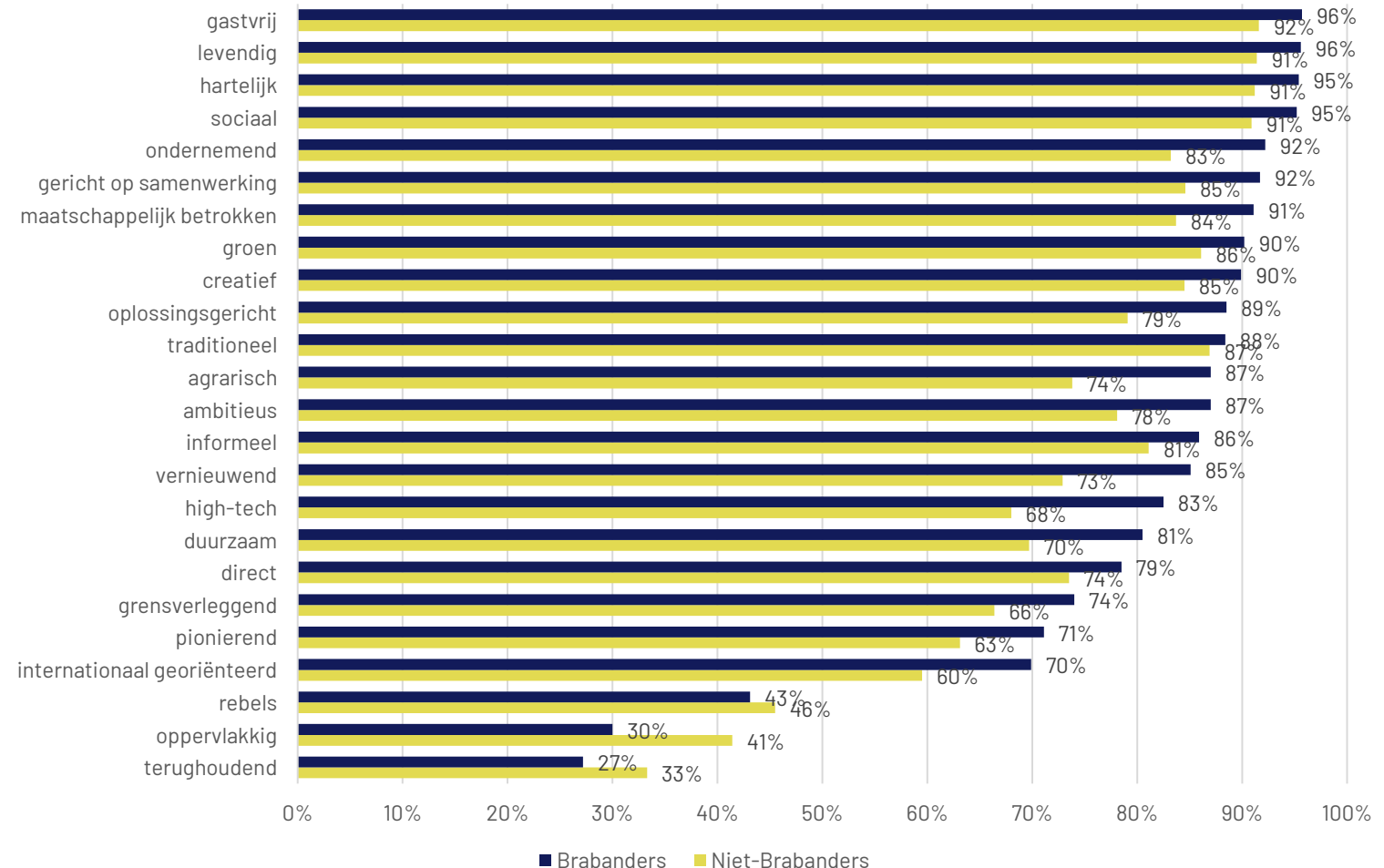
De grootste verschillen zijn te zien bij high-tech en vernieuwend. Van de Brabanders vindt 83% high tech passend (ten opzichte van 68% onder niet-Brabanders) en vindt 85% vernieuwend passend bij Brabant (ten opzichte van 73% onder niet-Brabanders).

Niet-Brabanders koppelen deze aspecten dus wel aan Brabant, maar minder sterk dan Brabanders zelf doen.

Hetzelfde geldt voor agrarisch (87% vs. 74% onder niet-Brabanders), duurzaam (81% vs. 70%) en internationaal georiënteerd (70% vs. 60%).

# Gastvrij, levendig, hartelijk en sociaal zijn de associaties die zowel door Brabanders als niet-Brabanders het vaakst als passend worden gezien

Vraag 11: Geef van onderstaande associaties aan of u ze wel of niet bij Brabant vindt passen. Percentage "Past bij Brabant".



Basis: Brabanders, 2026 n=2.022, niet-Brabanders, 2026 n=3.011

Planned image

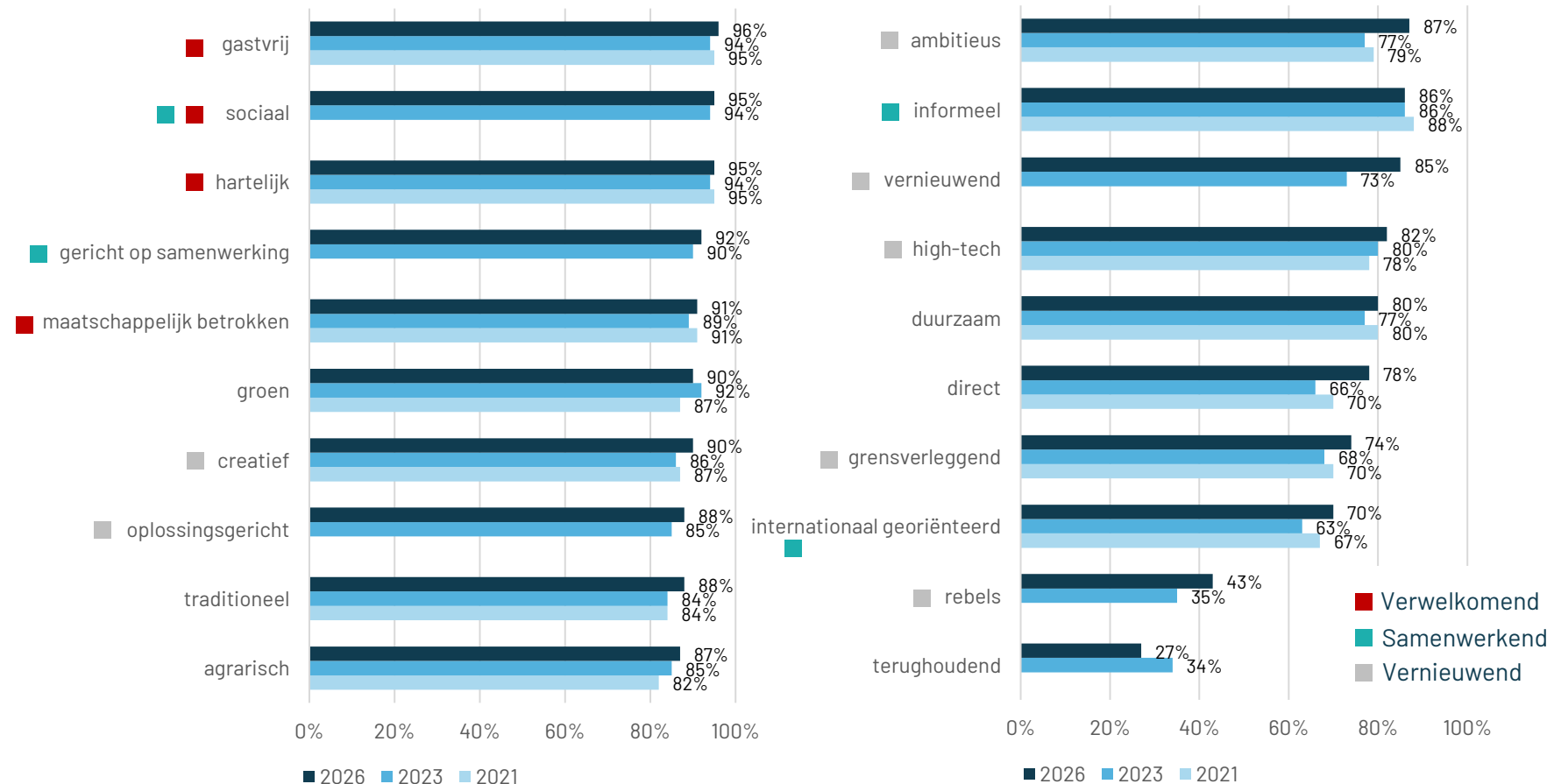
## Geholpen associaties – trend Brabanders

Vernieuwend (dat in 2023 voor het eerst gemeten is), is nu vaker als passend bij Brabant gezien: 85% van de Brabanders vindt Brabant vernieuwend (+12%). Ook rebels is vaker passend gevonden ten opzichte van 2023: nu vindt 43% Brabant rebels (+8% ten opzichte van 2023).

In vergelijking met 2021 vinden Brabanders nu vaker dat 'direct' en 'ambitueus' passen bij Brabant (bij beide associaties is het aandeel dat het passend vindt nu 8% hoger dan in 2021). Ook 'agrarijsch' wordt nu vaker passend gevonden bij Brabant (+5%), evenals 'traditioneel', 'grensverleggend' en 'high-tech' (alledrie +4% ten opzichte van 2021).

# 'Vernieuwend' is door Brabanders vaker aangevinkt als passend bij Brabant

Vraag 11: Geef van onderstaande associaties aan of u ze wel of niet bij Brabant vindt passen. Percentage "Past bij Brabant".



Planned image

## Geholpen associaties – trend niet-Brabanders

Ook bij niet-Brabanders is 'vernieuwend' vaker passend gevonden bij Brabant (een toename van +13% ten opzichte van 2023 naar 73%).

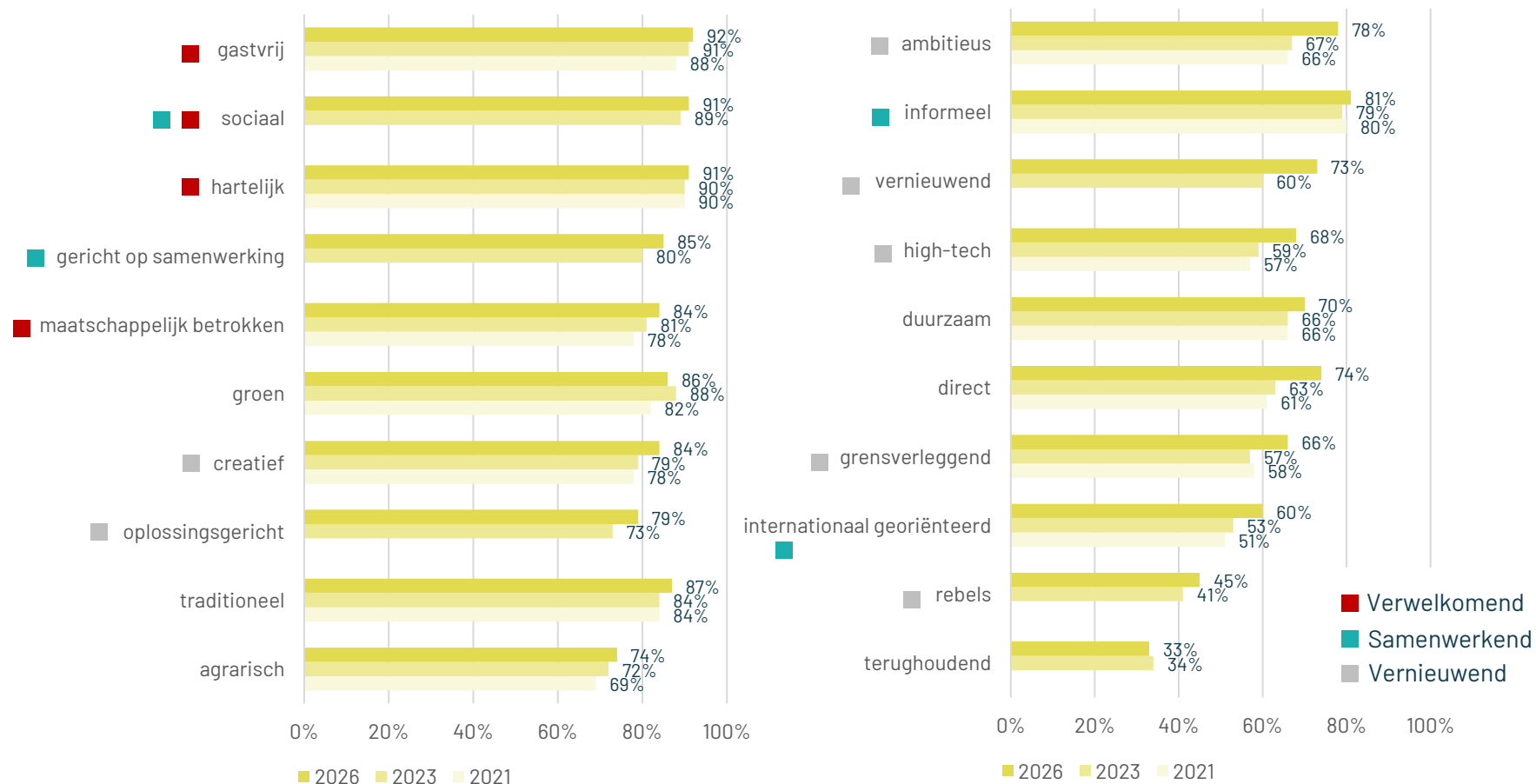
In vergelijking met 2021 vinden niet-Brabanders nu ook vaker (net als de Brabanders) dat 'direct' (+13%) en 'ambitieuw' (+12%) passen bij Brabant. Bij niet-Brabanders is daarnaast ook 'high-tech' vaker aangevinkt (+11%).

Verder zijn internationaal (+9%), grensverleggend (+8%), agrarisch (+5%), creatief (+6%), maatschappelijk betrokken (+6%) oplossingsgerichtheid (+6%\*) en gericht op samenwerking (+5%\*) vaker passend gevonden bij Brabant.

\*ten opzichte van 2023

# Door niet-Brabanders zijn vernieuwend en high-tech vaker aangevinkt als passend bij Brabant

Vraag 11: Geef van onderstaande associaties aan of u ze wel of niet bij Brabant vindt passen. Percentage "Past bij Brabant".



Planned image

## Stellingen over sociale interactie – Brabanders en niet-Brabanders

Brabanders zijn het over het algemeen eens met de stellingen over sociale interactie in Brabant.

80% is het er (helemaal) mee eens dat Brabanders je snel het gevoel geven dat je erbij hoort, 86% is het er (helemaal) mee eens dat je makkelijk aan de praat raakt met Brabanders en 79% dat contacten snel informeel zijn.

Daarnaast stemmen inwoners er ook vaak mee in dat Brabanders dingen nét even anders durven te doen (69% is het daar (helemaal) mee eens).

Niet-Brabanders stemmen ook in met de stellingen, zij het wat minder uitgesproken dan de Brabanders zelf.

# Brabanders stemmen er vaak mee in dat sociale interactie makkelijk gaat in Brabant

Vraag 10: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

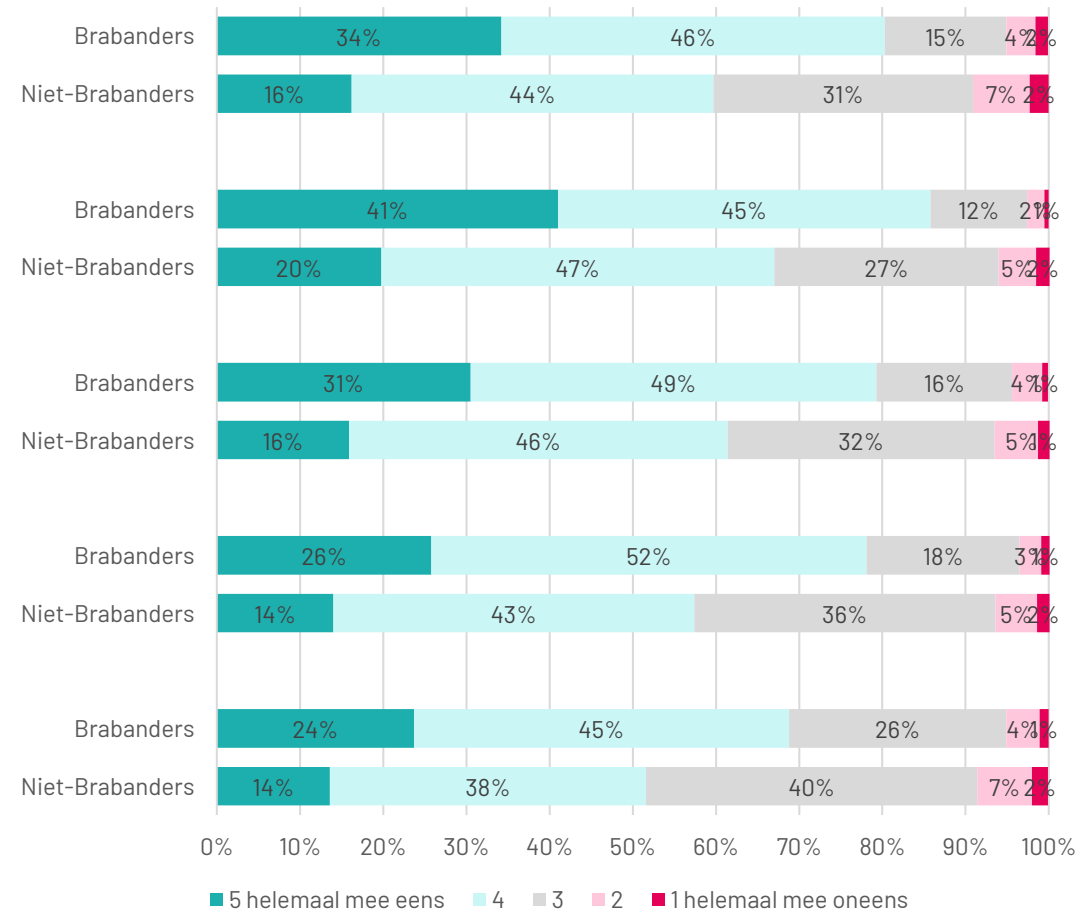
Brabanders geven je al snel het gevoel dat je erbij hoort

Het is makkelijk om aan de praat te raken met een Brabander

In Brabant zijn de contacten al snel informeel

Brabanders zoeken anderen van nature op, ze werken graag samen

Brabanders durven dingen nét even anders te doen



Basis: Brabanders, 2026 n=2.022, Niet-Brabanders, 2026 n=3.011

Planned image

## Stellingen over sociale interactie - trend Brabanders

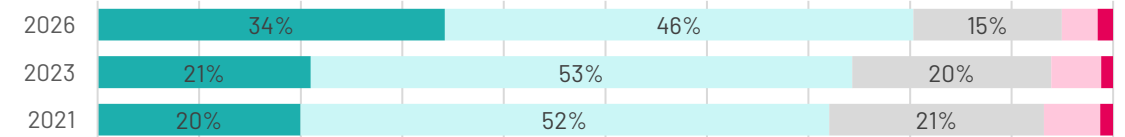
Brabanders stemmen meer dan vorige metingen in met de stellingen over sociale interactie.

Zo is nu 41% van de Brabanders het er helemaal mee eens dat het makkelijk is om aan de praat te raken met een Brabander, in 2021 was dit nog 29%. In totaal is nu 86% het er helemaal of enigszins mee eens dat dit makkelijk is.

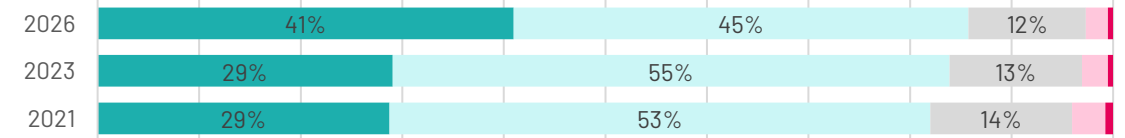
# Onder Brabanders is bij de stellingen over sociale interactie een duidelijk positieve ontwikkeling te zien

Vraag 10: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

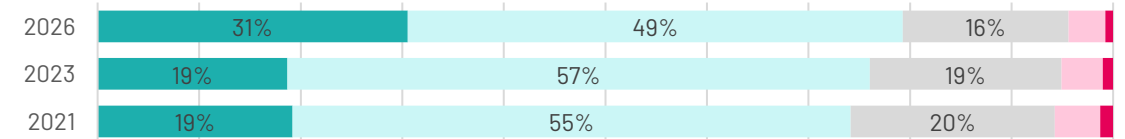
Brabanders geven je al snel het gevoel dat je erbij hoort



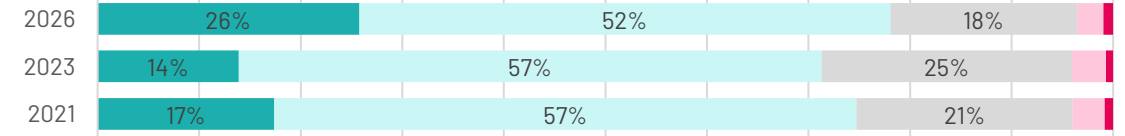
Het is makkelijk om aan de praat te raken met een Brabander



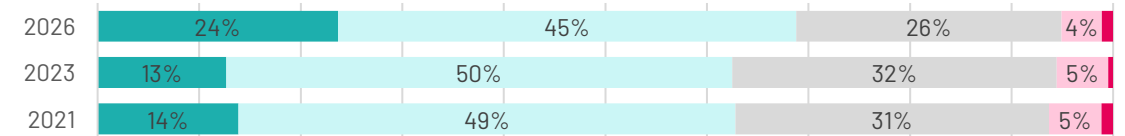
In Brabant zijn de contacten al snel informeel



Brabanders zoeken anderen van nature op, ze werken graag samen



Brabanders durven dingen nét even anders te doen



■ 5 Helemaal eens ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 Helemaal oneens

Basis: Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=2.022

Planned image

## Stellingen over sociale interactie - trend niet-Brabanders

Niet-Brabanders stemmen meer dan vorige metingen in met de stellingen over sociale interactie. De ontwikkeling is minder sterk dan onder de Brabanders.

# Ook onder niet-Brabanders is er positieve ontwikkeling als het gaat om sociale interactie, zij het minder sterk dan bij de Brabanders

Vraag 10: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

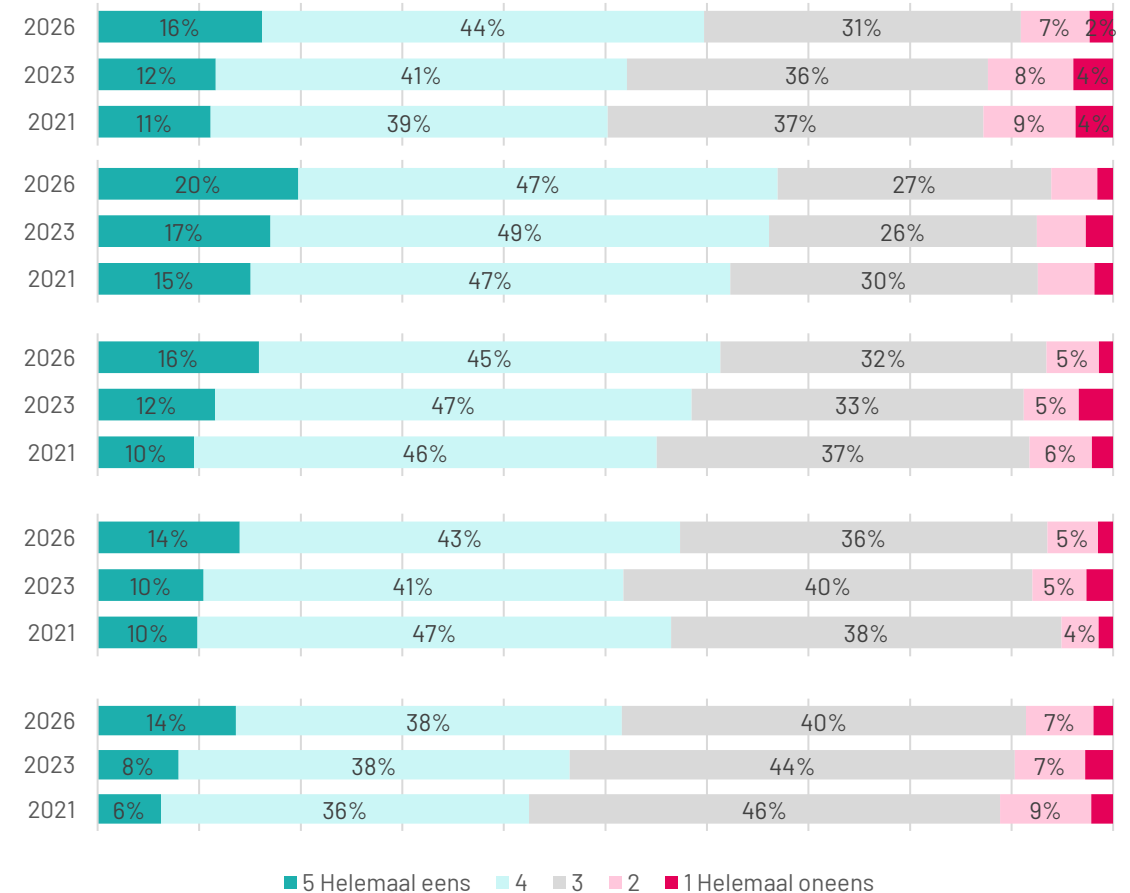
Brabanders geven je al snel het gevoel dat je erbij hoort

Het is makkelijk om aan de praat te raken met een Brabander

In Brabant zijn de contacten al snel informeel

Brabanders zoeken anderen van nature op, ze werken graag samen

Brabanders durven dingen nét even anders te doen



Basis: Niet-Brabanders, 2021 n=3.207, 2023 n=3.083, 2026 n=3.011

Planned image

## Stellingen over kennis en innovatie

Tweederde (67%) van de Brabanders ziet de regio als belangrijkste kennis- en innovatieregio en 70% ziet Brabant als plek waar nieuwe ontwikkelingen ontstaan.

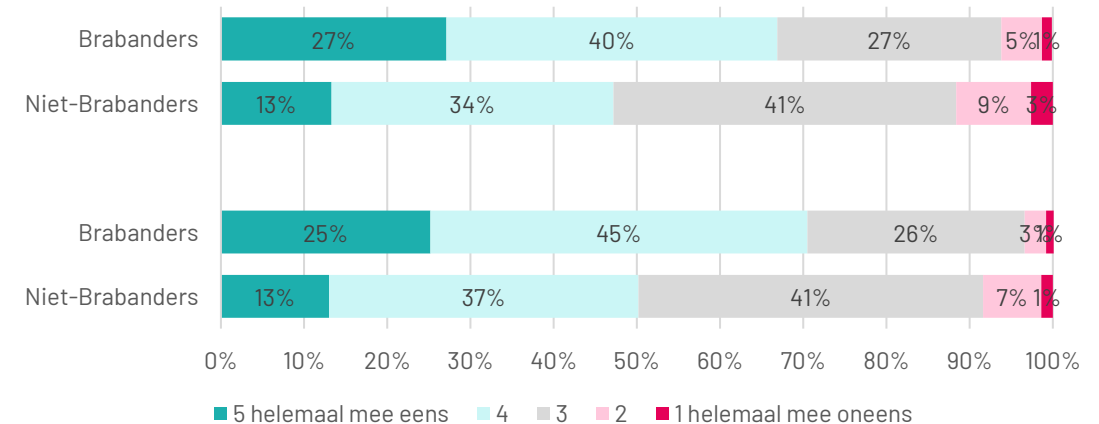
Onder de niet-Brabanders ziet 47% dat Brabant behoort tot de belangrijkste kennis- en innovatieregio's van Europa, 12% van de niet-Brabanders ziet dat niet zo (zie slide 44 voor uitsplitsing naar achtergrondkenmerken). Ook zien niet-Brabanders de regio, in vergelijking met Brabanders zelf, minder vaak als plek waar nieuwe ontwikkelingen ontstaan, maar hier is alsnog de helft (50%) het (helemaal) mee eens (tegenover 70% bij Brabanders).

# Ruim tweederde van de Brabanders en circa de helft van de niet-Brabanders ziet Brabant als belangrijke kennisregio waar nieuwe ontwikkelingen ontstaan

Vraag 10: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

Brabant behoort tot de belangrijkste kennis- en innovatieregio's van Europa

Uit Brabant komen veel nieuwe ontwikkelingen zoals innovaties en slimme oplossingen



Basis: Brabanders, 2026 n=2.022, niet-Brabanders, 2026 n=3.011

Planned image

## Stelling over kennis en innovatie – trend Brabanders

Nu stemt 70% er helemaal of gedeeltelijk mee in dat er uit Brabant **veel nieuwe ontwikkelingen** komen. In de voorgaande metingen gaf 60% aan er geheel of gedeeltelijk mee eens te zijn dat er **veel uitvindingen** in Brabant worden gedaan.

De vraagstelling is voor deze stelling wel gewijzigd en daarom niet helemaal goed vergelijkbaar. In 2021 en 2023 luidde de stelling: "In Brabant worden veel uitvindingen gedaan". In 2026 is dat aangepast naar: "Uit Brabant komen veel nieuwe ontwikkelingen zoals innovaties en slimme oplossingen".

# Een kwart van de Brabanders is het helemaal eens met de stelling dat er veel nieuwe ontwikkelingen uit Brabant komen

Vraag 10: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

## Stelling over innovaties



Basis: Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=2.022

Planned image

## Stelling over kennis en innovatie – trend niet-Brabanders

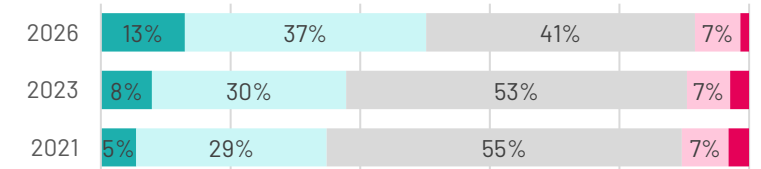
Onder niet-Brabanders is 50% het er geheel of gedeeltelijk mee eens dat er uit Brabant **veel nieuwe ontwikkelingen** komen. In de voorgaande metingen gaf 38% (2023) en 34% (2021) aan er geheel of gedeeltelijk mee eens te zijn dat er **veel uitvindingen** in Brabant zijn gedaan.

# De helft van de niet-Brabanders is het (helemaal) eens met de stelling dat er veel nieuwe ontwikkelingen uit Brabant komen

Vraag 10: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

### Stelling over innovaties

2026: Uit Brabant komen veel nieuwe ontwikkelingen zoals innovaties en slimme oplossingen  
2021 en 2023: In Brabant worden veel uitvindingen gedaan



Basis: Niet-Brabanders, 2021 n=3.207, 2023 n=3.083, 2026 n=3.011

# Stelling "Belangrijkste kennis- en innovatieregio"

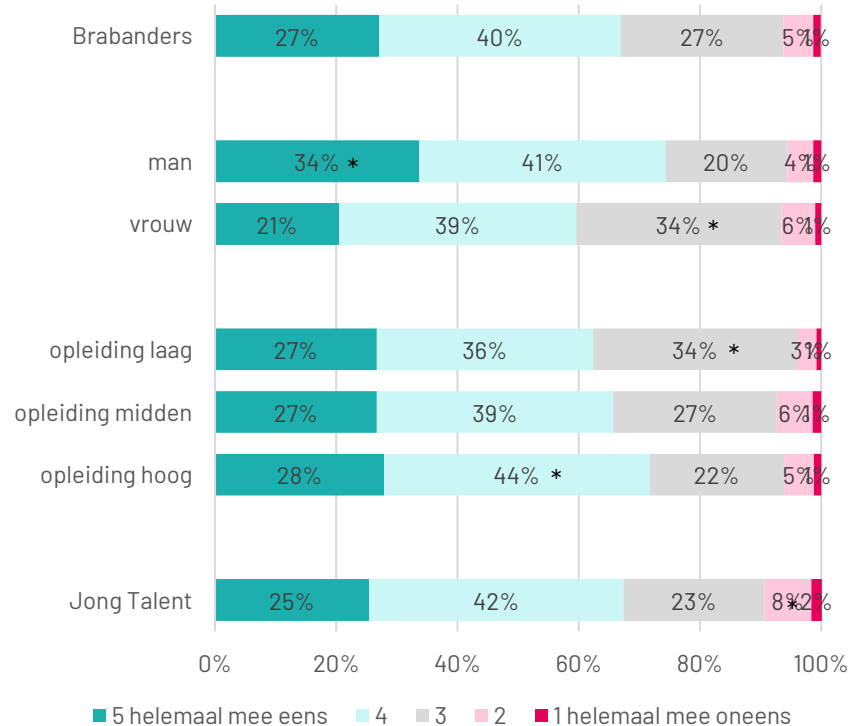
## Stelling kennis- en innovatieregio

Zowel bij Brabanders als bij niet-Brabanders zijn mannen het vaker dan vrouwen eens met de stelling dat Brabant behoort tot de belangrijkste kennis- en innovatieregio's van Europa. Deze stelling is in 2026 voor het eerst opgenomen in de vragenlijst.

Bij niet-Brabanders scoort Jong Talent significant hoger dan gemiddeld en is 19% het helemaal eens met deze stelling (ten opzichte van 13% gemiddeld).

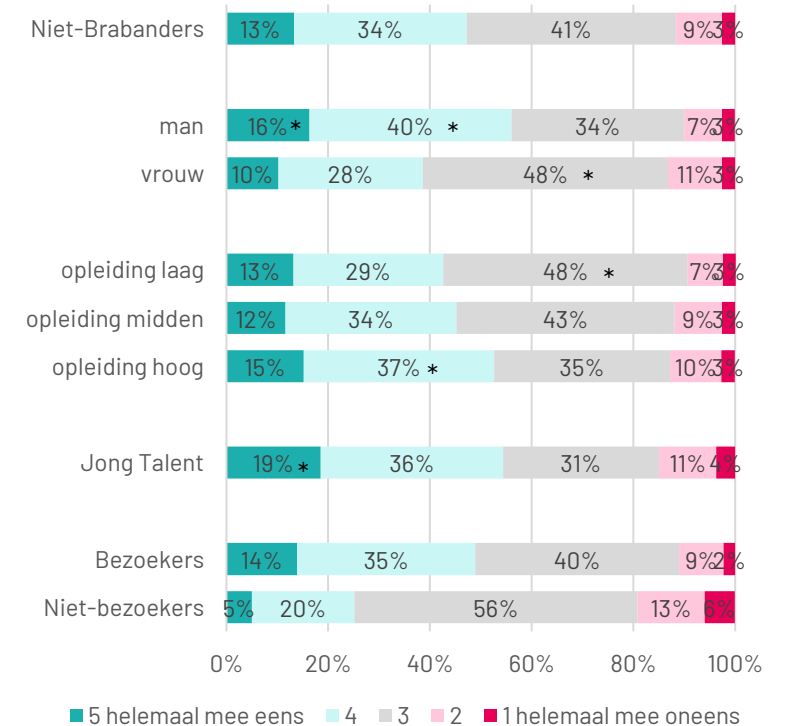
Vraag 10: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stelling:

Brabant behoort tot de belangrijkste kennis- en innovatieregio's van Europa



Basis: Brabanders, 2026 n=2.022

\* Significant verschil met gemiddelde



Basis: Niet-Brabanders, 2026 n=3.011

# INZOOMEN

# 7

- Verschillen naar achtergrondkenmerken
- Jong Talent
- Bezoekers versus niet-bezoekers

### Ontwikkeling beeld van Brabant afgelopen jaar/4 jaar - Brabanders

Onder de Brabanders vinden mannen vaker dat het beeld zich in het afgelopen jaar (zeer) positief (32%) heeft ontwikkeld dan vrouwen (21%). Ook zijn jongeren 16-29 jaar en Jong Talent vaker (zeer) positief over de ontwikkeling van het beeld (respectievelijk 46% en 47%) dan gemiddeld.

Ook als het gaat om de ontwikkeling in **de afgelopen vier jaar** dan zijn mannen, 16-19 jarigen en Jong Talent positiever. In dit geval zijn ook de 30-39 jarigen positiever.

# Onder Brabanders zijn mannen positiever over de ontwikkeling in afgelopen periode dan vrouwen. Ook jongeren zijn positiever dan gemiddeld


Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **het afgelopen jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?

	Gem.	man	16-29 jaar	Jong Talent
(veel) positiever	27%	32%	46%	47%
niet negatief, niet positief	62%	56%	45%	44%
(veel) negatiever	11%	11%	9%	9%

Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **de afgelopen 4 jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?

	Gem.	man	16-29 jaar	30-39 jaar	Jong Talent
(veel) positiever	33%	39%	53%	36%	56%
niet negatief, niet positief	53%	46%	37%	52%	35%
(veel) negatiever	15%	15%	10%	13%	9%

Basis: Brabanders, 2026 n=2.022

 = significant hoger dan gemiddeld

### Ontwikkeling beeld van Brabant in de toekomst - Brabanders

Net als bij de vraag over de ontwikkeling in het afgelopen jaar of de afgelopen vier jaar, zijn dezelfde groepen positiever over de ontwikkeling van het beeld in de toekomst: mannen, jongeren tot 30 jaar en Jong Talent zijn positiever over hoe het beeld van Brabant zich in de toekomst zal ontwikkelen.

# Onder Brabanders zijn mannen en jongeren positiever gestemd over hoe het beeld zich zal gaan ontwikkelen


Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **het komende jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?

	Gem.	man	16-29 jaar	Jong Talent
(veel) positiever	34%	40%	47%	50%
niet negatief, niet positief	57%	47%	44%	41%
(veel) negatiever	9%	13%	9%	9%

Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **de komende 4 jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?

	Gem.	man	16-29 jaar	Jong Talent
(veel) positiever	38%	47%	55%	56%
niet negatief, niet positief	52%	38%	35%	34%
(veel) negatiever	10%	15%	11%	10%

Basis: Brabanders, 2026 n=2.022

 = significant hoger dan gemiddeld

## Verschillen naar achtergrondkenmerken

### Ontwikkeling beeld van Brabant afgelopen jaar/4 jaar – niet-Brabanders

Net als bij Brabanders zijn ook de niet-Brabantse mannen vaker (zeer) positief over de ontwikkeling van het beeld in het afgelopen jaar. Onder de niet-Brabanders zijn niet alleen de jongeren tot 30 jaar positiever; ook de groep 30-39 jaar is positiever. Verder is Jong Talent vaker (zeer) positief over de ontwikkeling.

Degenen die Brabant wel eens hebben bezocht zijn positiever over de ontwikkeling van het beeld dan niet-bezoekers.

Bovenstaande geldt voor de ontwikkeling in het afgelopen jaar en in de afgelopen vier jaar.


# Onder Niet-Brabanders zijn mannen, jongeren (tot 40 jaar) en Jong Talent positiever over de ontwikkeling in afgelopen periode

Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **het afgelopen jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?

	Gem.	man	16-29 jaar	30-39 jaar	Jong Talent
(veel) positiever	28%	33%	47%	35%	53%
niet negatief, niet positief	68%	62%	45%	61%	38%
(veel) negatiever	4%	5%	8%	4%	10%

	Gem.	Bezoekers	Niet-bezoekers
(veel) positiever	28%	29%*	14%*
niet negatief, niet positief	68%	67%	78%
(veel) negatiever	4%	4%	9%

Basis: Niet-Brabanders, 2026 n=3.011

 = significant hoger dan gemiddeld

\* Bezoekers zijn significant vaker (veel) positiever dan niet-bezoekers

Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **de afgelopen 4 jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?

	Gem.	man	16-29 jaar	30-39 jaar	Jong Talent
(veel) positiever	32%	37%	54%	40%	61%
niet negatief, niet positief	63%	57%	38%	55%	31%
(veel) negatiever	5%	6%	7%	5%	7%

	Gem.	Bezoekers	Niet-bezoekers
(veel) positiever	32%	34%*	16%*
niet negatief, niet positief	63%	62%	75%
(veel) negatiever	5%	5%	9%

### Beeld toekomst – niet-Brabanders

Net als bij de vraag over de ontwikkeling in het afgelopen jaar/ de afgelopen 4 jaar zijn dezelfde groepen positiever over de ontwikkeling van het beeld in de toekomst: mannen, jongeren tot 30 jaar, Jong Talent en bezoekers van Brabant zijn positiever over de ontwikkeling van het beeld in de toekomst.

# Onder niet-Brabanders zijn mannen, jongeren (tot 40 jaar) en Jong Talent positiever over de ontwikkeling van het beeld in de toekomst

Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **het komende jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?

	Gem.	man	16-29 jaar	30-39 jaar	Jong Talent
(veel) positiever	35%	41%	50%	40%	52%
niet negatief, niet positief	61%	54%	44%	55%	42%
(veel) negatiever	5%	5%	7%	5%	6%

	Gem.	Bezoekers	Niet-bezoekers
(veel) positiever	35%	36%*	22%*
niet negatief, niet positief	61%	60%	70%
(veel) negatiever	5%	4%	9%

Basis: Niet-Brabanders, 2026 n=3.011

= significant hoger dan gemiddeld

\* Bezoekers zijn significant vaker (veel) positiever dan niet-bezoekers

Vraag 7: Is het beeld dat u van Brabant heeft **de komende 4 jaar** positiever of negatiever geworden of gelijk gebleven?

	Gem.	man	16-29 jaar	30-39 jaar	Jong Talent
(veel) positiever	37%	44%	54%	43%	59%
niet negatief, niet positief	58%	50%	39%	53%	35%
(veel) negatiever	5%	5%	7%	4%	6%

	Gem.	Bezoekers	Niet-bezoekers
(veel) positiever	37%	39%*	21%*
niet negatief, niet positief	58%	57%	71%
(veel) negatiever	5%	5%	8%

Beeld van Brabant

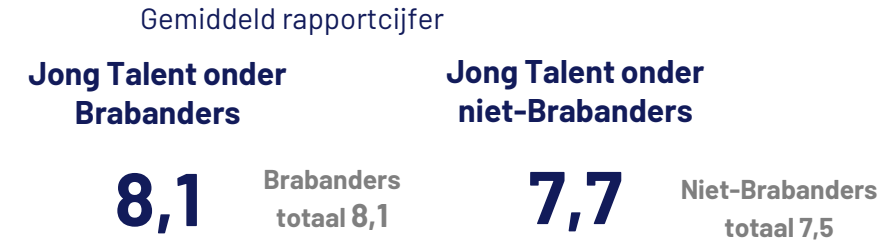
Jong Talent zijn 16 tot 30-jarigen die een hbo- of wo-opleiding doen of hebben afgerond.

Jong Talent onder niet-Brabanders geven Brabant een 7,7. Dit is hoger dan het gemiddelde onder alle niet-Brabanders (7,5).

De ontwikkeling over de tijd is redelijk stabiel (de vergelijking met voorgaande metingen is gedaan op basis van de schaalvraag).

# Jong Talent onder niet-Brabanders zijn positiever over Brabant dan niet-Brabanders

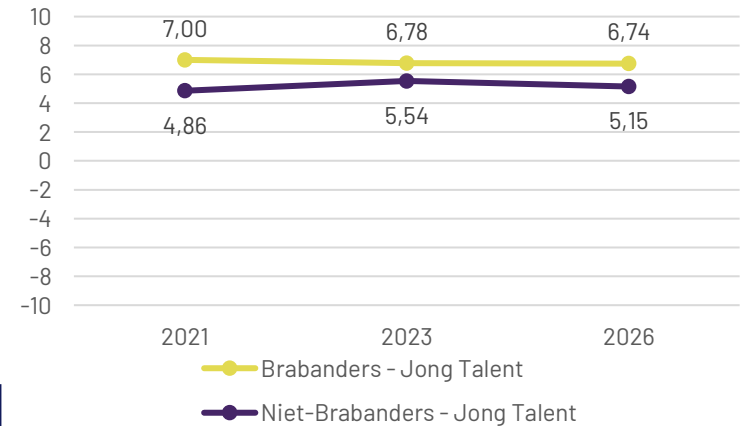
Vraag 4: Welk rapportcijfer geeft u aan het beeld van Brabant? (Rapportcijfervraag)



Vraag 5: Wat maakt dat u een (overwegend) **positief** beeld heeft van Brabant?

Thema	Jong Talent Brabanders	Jong Talent niet-Brabanders
Sociale sfeer en thuisgevoel/herkomst	70%	49%
Recreatie: natuur, rust, ruimte, steden, cultuur en voorzieningen	29%	31%
Innovatie en economie + ligging/bereikbaarheid	7%	7%
Veiligheid en leefbaarheid (waaronder landbouw en milieu)	10%	6%
Overig	5%	6%
Geen mening	2%	9%

Vraag 3: Hoe beoordeelt u het beeld van Brabant op dit moment? (Schaalvraag -10 t/m +10)



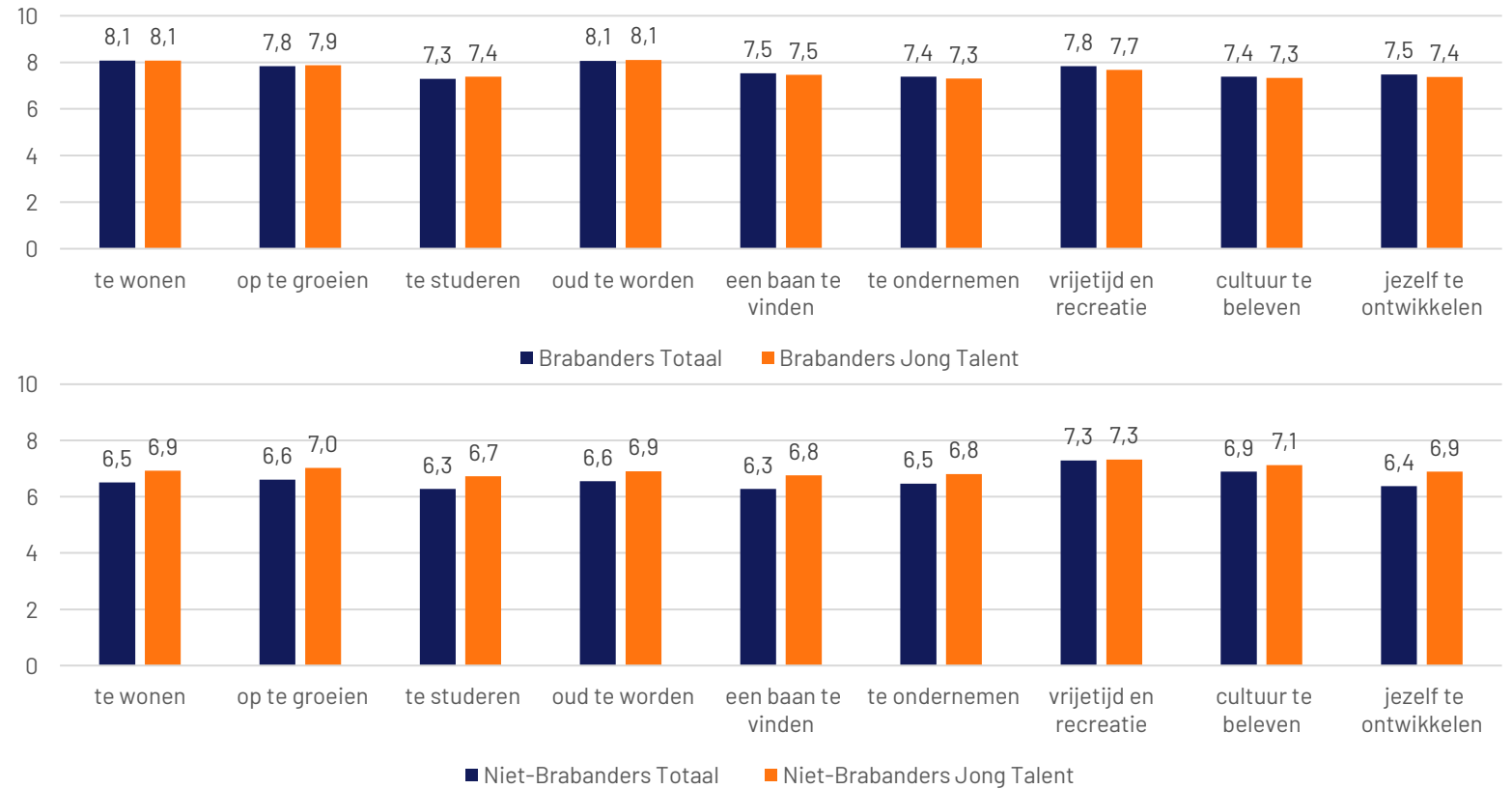
Basis: Jong Talent onder Brabanders, 2021 n=239, 2023 n=217, 2026 n=208. Jong Talent onder niet-Brabanders, 2021 n=341, 2023 n=333, 2026 n=379

Aantrekkelijkheid Brabant

Jong Talent buiten Brabant is relatief positief gestemd over Brabant als plek om te studeren (6,7) een baan te vinden (6,8) en jezelf te ontwikkelen (6,9). Niet-Brabants Jong Talent is daarmee positiever dan de gemiddelde niet-Brabander, die voor studeren (6,3) een baan vinden (6,3) en jezelf ontwikkelen (6,4) lagere cijfers geven.

# Niet-Brabants Jong Talent is meer dan gemiddeld positief over Brabant als aantrekkelijke plek

Vraag 9: Wat is uw persoonlijke oordeel als het gaat om de aantrekkelijkheid van Brabant? Hoe aantrekkelijk vindt u Brabant als plek om... (gemiddelde op een schaal van 0 t/m 10).



Basis: Jong Talent onder Brabanders, 2026, n=208, Jong Talent onder niet-Brabanders, 2026, n=379

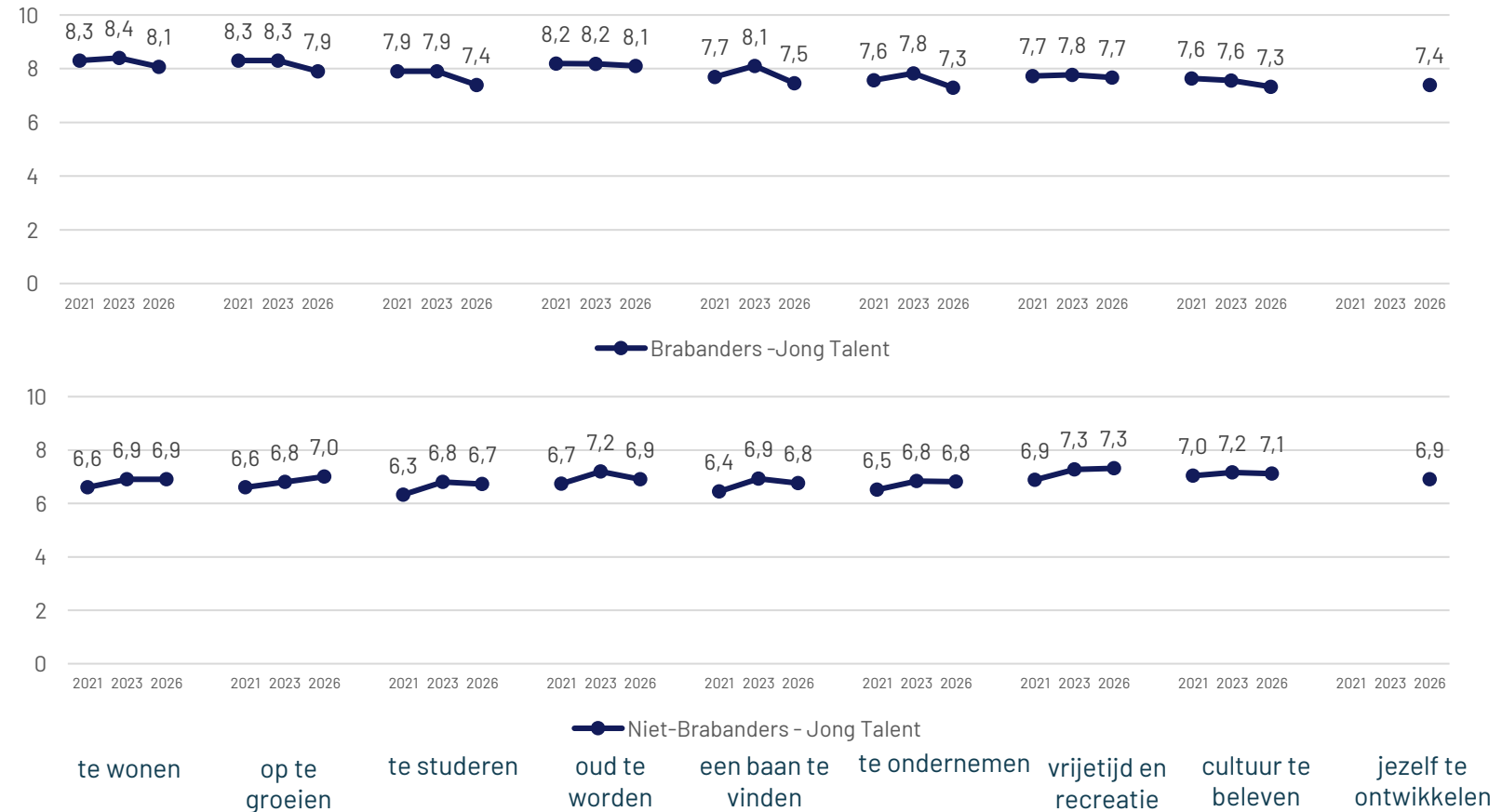
Aantrekkelijkheid Brabant

Bij niet-Brabants Jong Talent zijn de scores voor aantrekkelijkheid in de afgelopen periode toegenomen. Met name over de aantrekkelijkheid om er te wonen, op te groeien, te studeren en een baan te vinden is niet-Brabants Jong Talent nu positiever dan in 2021.

Jong Talent binnen Brabant is in dezelfde periode juist minder positief geworden over Brabant als plek om er een baan te vinden of te ondernemen. Ook over studeren daalt het cijfer voor de aantrekkelijkheid.

# Niet-Brabants Jong Talent is positiever over wonen, opgroeien, studeren en baan vinden dan voorheen

Vraag 9: Wat is uw persoonlijke oordeel als het gaat om de aantrekkelijkheid van Brabant? Hoe aantrekkelijk vindt u Brabant als plek om... (gemiddelde op een schaal van 0 t/m 10).



Basis: Jong Talent onder Brabanders, 2021 n=239, 2023 n=217, 2026 n=208. Jong Talent onder niet-Brabanders, 2021 n=341, 2023 n=333, 2026 n=379

Spontane associaties

Door Brabants Jong Talent zijn gezelligheid (53%) en carnaval (43%) nog vaker spontaan genoemd dan gemiddeld door Brabanders (respectievelijk 44% en 25%). Verder komen bij hen Eindhoven, PSV en bier in de top 10 voor, terwijl die in de gemiddelde top 10 niet voorkomen.

De top 10 van niet-Brabants Jong Talent is vergelijkbaar met de top 10 van de gemiddelde niet-Brabander, alleen komen bij hen worstenbroodjes en het accent vaker naar voren. Verder valt op dat zij carnaval belangrijker vinden dan gemiddeld (belang 3,47 ten opzichte van 2,76 bij de gemiddelde niet-Brabander).

# Brabants Jong Talent noemt nog vaker de gezelligheid en carnaval dan gemiddeld

Vraag 1: Waar denkt u als eerste aan, wanneer u aan Brabant denkt? Noem de eerste dingen, die in u opkomen (10 invulvelden). Vraag 2: Hoe belangrijk zijn deze associaties voor u? (op 5-puntsschaal van (1) heel onbelangrijk t/m (5) heel belangrijk).

TOP 10	Brabanders Jong Talent	door ...% genoemd	gemiddeld belang	TOP 10	Niet-Brabanders Jong Talent	door ...% genoemd	gemiddeld belang
1	Gezellig/gezellige mensen/gezelligheid	53%	4,60	1	Carnaval	36%	3,47
2	Carnaval	43%	3,60	2	Worstenbroodjes	21%	3,61
3	Worstenbroodjes	31%	3,66	3	Brabants dialect/accent/zachte g	17%	3,09
4	Guus Meeuwis/liedje van Guus Meeuwis	17%	3,00	4	Gezellig/gezellige mensen/gezelligheid	14%	4,28
5	Brabants dialect/accent/zachte g	12%	2,96	5	Eindhoven	13%	2,92
6	Eindhoven	11%	3,65	6	Guus Meeuwis/liedje van Guus Meeuwis	11%	3,22
7	PSV	9%	3,68	7	Den Bosch / 's-Hertogenbosch	8%	3,03
8	Den Bosch / 's-Hertogenbosch	9%	3,61	8	Bossche bol	8%	3,53
9	Bourgondisch	7%	4,33	9	PSV	8%	3,13
10	Bier	7%	3,57	10	Breda	5%	3,00

Basis: Jong Talent onder Brabanders, 2026, n=208, Jong Talent onder niet-Brabanders, 2026, n=379

= bij beide groepen in de top 3

= bij beide groepen in de top 10, maar op een andere positie

Beeld van Brabant

Het merendeel van de ondervraagden (93%) heeft de regio wel eens bezocht. Zij zijn er positiever over (7,6) dan degenen die niet in de regio zijn geweest (6,3).

Over de tijd heen laat dit een stabiel beeld zien (de vergelijking met voorgaande metingen is gedaan op basis van de schaalvraag).

Het zijn met name de sociale sfeer en de recreatiemogelijkheden die maken dat bezoekers een positief beeld hebben van Brabant.

# Bezoekers aan de regio geven het beeld van Brabant een hoger rapportcijfer dan niet-bezoekers

Vraag 4: Welk rapportcijfer geeft u aan het beeld van Brabant? (Rapportcijfervraag)

Gemiddeld rapportcijfer

Bezoekers

7,6

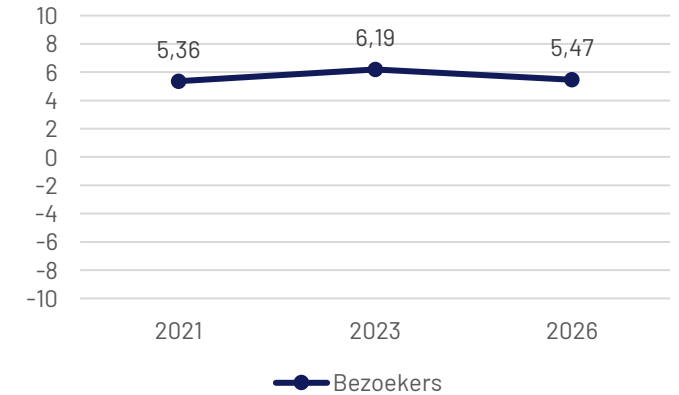
Niet-Bezoekers

6,3

Vraag 5: Wat maakt dat u een (overwegend) **positief** beeld heeft van Brabant?

Thema	Bezoekers	Niet-bezoekers
Sociale sfeer en thuisgevoel/herkomst	57%	37%
Recreatie: natuur, rust, ruimte, steden, cultuur en voorzieningen	44%	32%
Innovatie en economie + ligging/bereikbaarheid	4%	7%
Veiligheid en leefbaarheid (waaronder landbouw en milieu)	3%	2%
Overig	4%	4%
Geen mening	6%	23%

Vraag 3: Hoe beoordeelt u het beeld van Brabant op dit moment? (Schaalvraag -10 t/m +10)



Basis: Bezoekers 2021 n=2.924, 2023 n=2.784, 2026, n=2.760, niet-bezoekers 2021 n=282, 2023 n=299, 2026, n=251

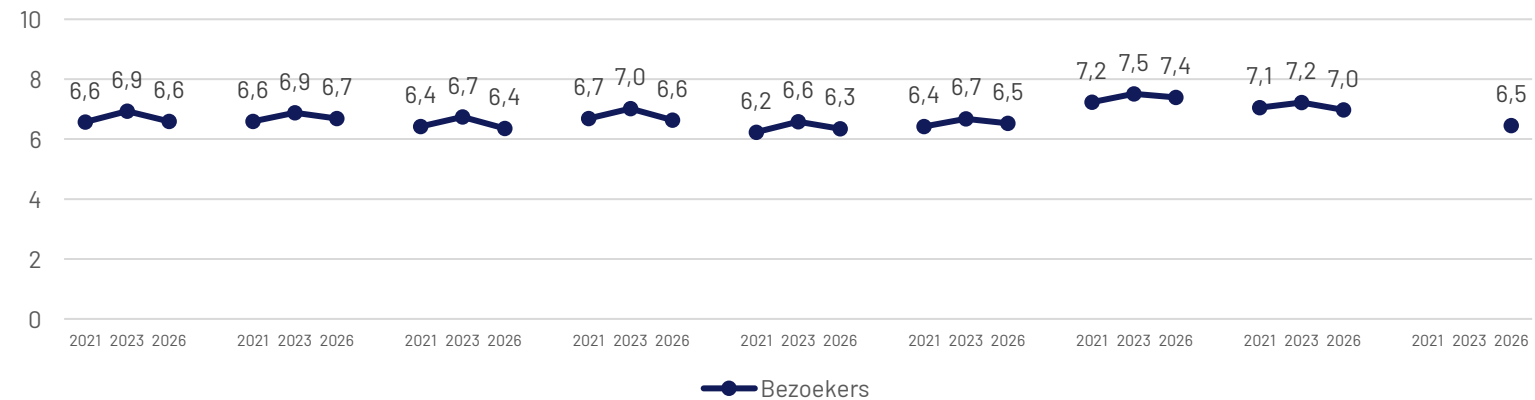
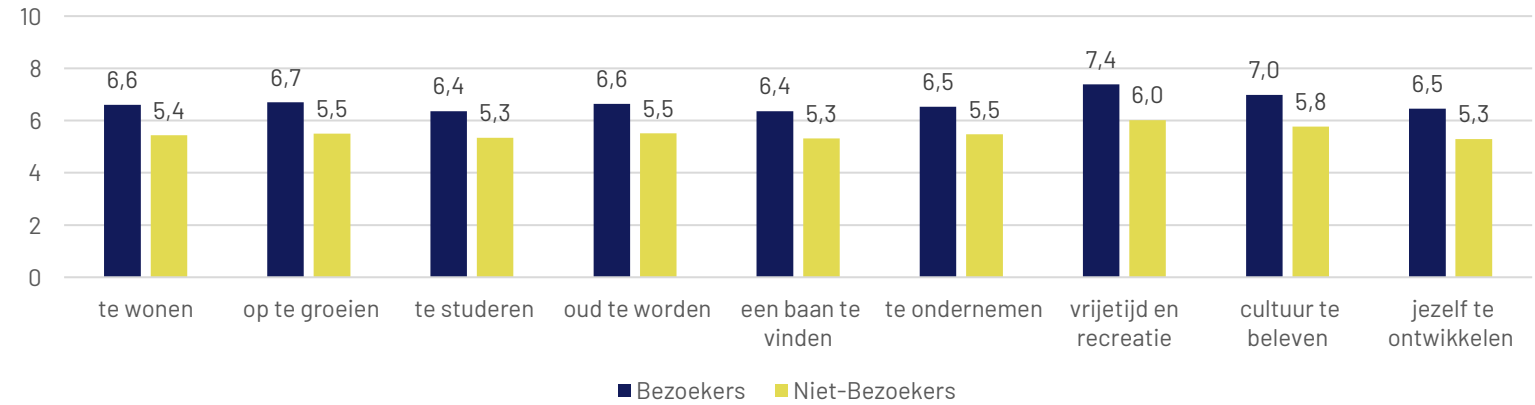
Aantrekkelijkheid Brabant

Degenen die Brabant wel eens hebben bezocht zijn positiever over de aantrekkelijkheid van de regio. Dit geldt voor alle gemeten aspecten.

De ontwikkeling op dit gebied is redelijk stabiel.

# Bezoekers zijn positiever over de aantrekkelijkheid van Brabant dan niet-bezoekers

Vraag 9: Wat is uw persoonlijke oordeel als het gaat om de aantrekkelijkheid van Brabant? Hoe aantrekkelijk vindt u Brabant als plek om... (gemiddelde op een schaal van 0 t/m 10).



Basis: Bezoekers 2021 n=2.924, 2023 n=2.784, 2026, n=2.760, niet-bezoekers 2021 n=282, 2023 n=299, 2026, n=251

# BREDE WELVAART

# 8

Trots op de provincie en welbevinden

## Trots, leefomgeving en plek om jezelf te ontwikkelen

Brabant is voor veel Brabanders een plek om trots op te zijn: in totaal is 85% het daar mee eens, waarbij de helft daarvan (43%) het geheel eens is met de stelling.

Ook onder niet-Brabanders is dit aandeel redelijk hoog: 62% vindt Brabant een plek om trots op te zijn.

Als het gaat om fijne leefomgeving stemt 88% van de Brabanders hier mee in, waarbij de helft het hier volledig mee eens is. Bij niet-Brabanders is dat 67%.

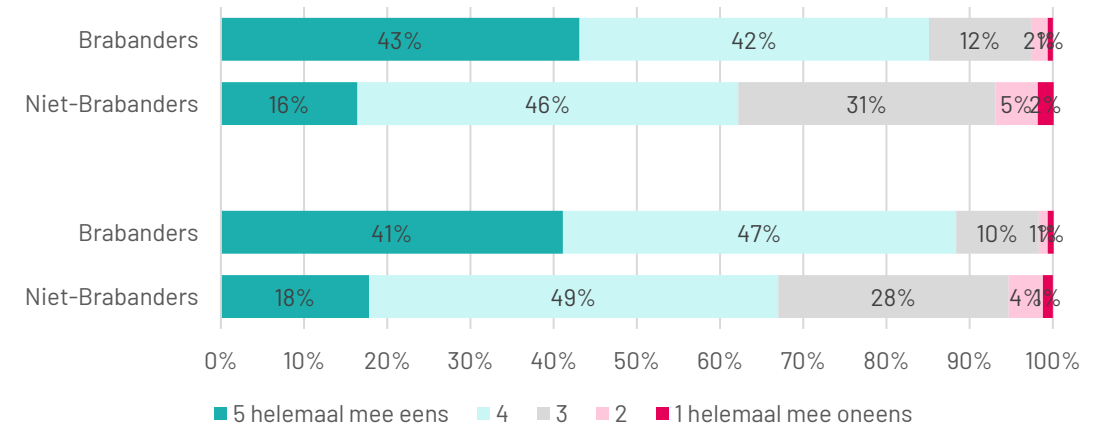
De aantrekkelijkheid om jezelf te ontwikkelen krijgt van niet-Brabants Jong Talent een hogere score dan gemiddeld onder niet-Brabanders.

# 85% van de Brabanders vindt Brabant een plek om trots op te zijn

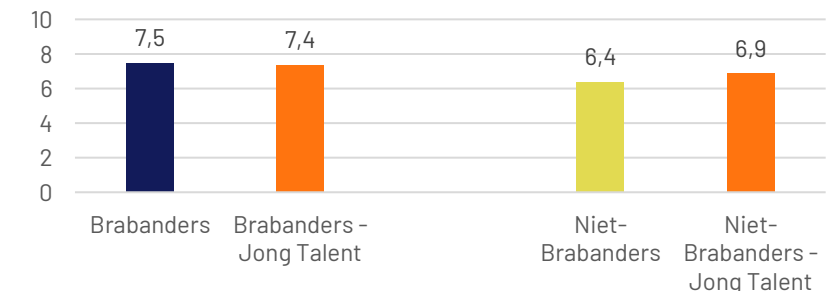
Vraag 10: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?\*

Brabant is een plek om trots op te zijn

Brabant is een fijne leefomgeving



Vraag 9: Wat is uw persoonlijke oordeel als het gaat om de aantrekkelijkheid van Brabant? Hoe aantrekkelijk vindt u Brabant als plek om **jezelf te ontwikkelen** (gemiddelde op een schaal van 0 t/m 10).



Basis: Brabanders, 2026 n=2.022, Brabanders - Jong Talent, n=232, niet-Brabanders, 2026 n=3.011, niet-Brabanders - Jong Talent n=379 \* Deze stellingen zijn voor het eerst opgenomen in 2026.

# Trots en verbondenheid met de provincie is in Brabant sterk aanwezig

Groningers en Friezen zijn het meest trots op hun eigen provincie, Brabanders volgen op de derde plek. Ook bij verbondenheid met de provincie komt Brabant hoog in de ranking: op een gedeelde tweede plaats met Groningen en na Friesland. De tevredenheid met het leven is onder Brabanders erg hoog, alleen Drentenaren zijn nog meer tevreden.

## Trots op eigen provincie

Vraag 18: Hoe trots bent u op de provincie waar u nu woont? (Gemiddelde op schaal 0 t/m 10)

Provincie	Gem.
Groningen	8,1
Friesland	8,0
<b>Noord-Brabant</b>	<b>7,9</b>
Limburg	7,9
Drenthe	7,8
Zeeland	7,6
Overijssel	7,4
Gelderland	7,3
Noord-Holland	7,3
Utrecht	7,2
Zuid-Holland	6,9
Flevoland	6,5
<b>totaal</b>	<b>7,5</b>

## Verbonden aan eigen provincie

Vraag 19: In hoeverre voelt u zich verbonden met uw provincie en de inwoners ervan? (schaal 0 t/m 10)

Provincie	Gem.
Friesland	7,6
Groningen	7,5
<b>Noord-Brabant</b>	<b>7,5</b>
Drenthe	7,4
Limburg	7,3
Overijssel	7,2
Zeeland	7,0
Noord-Holland	6,9
Gelderland	6,8
Utrecht	6,7
Zuid-Holland	6,4
Flevoland	6,0
<b>totaal</b>	<b>7,1</b>

## Tevreden met het leven in het algemeen

Vraag 21: In hoeverre bent u tevreden over het leven in het algemeen? (Gemiddelde op schaal 0 t/m 10)

Provincie	Gem.
Drenthe	7,8
<b>Noord-Brabant</b>	<b>7,7</b>
Limburg	7,5
Overijssel	7,5
Friesland	7,5
Groningen	7,5
Noord-Holland	7,5
Flevoland	7,4
Gelderland	7,4
Utrecht	7,3
Zuid-Holland	7,3
Zeeland	7,2
<b>totaal</b>	<b>7,5</b>

# OVER DE IMAGOMONITOR BRABANT

# 9

# Over de ImagoMonitor Brabant

Tot een paar jaar geleden was er geen goed instrument om het imago van Brabant te meten. Samen met partners is de ImagoMonitor Brabant ontwikkeld. De ImagoMonitor heeft als doel in beeld te brengen hoe Brabanders en niet-Brabanders denken over de regio Brabant. Dit laat zien of de waarden uit het merkfilter Brabant ook daadwerkelijk gezien, herkend en beleefd worden.

De kern van de methodiek van de ImagoMonitor bestaat uit twee vragenlijsten die uitgezet worden onder twee verschillende populaties: 1) Brabanders en 2) niet-Brabanders.

De ImagoMonitor bestaat uit een kopmodule die onveranderd blijft over de jaren, waardoor consistentie en vergelijkbaarheid gewaarborgd blijft. Iedere nieuwe editie van de ImagoMonitor is zodoende direct te relateren aan de voorgaande edities en ontwikkelingen over tijd worden daardoor inzichtelijk. Zoals de naam doet vermoeden, zit de kopmodule helemaal vooraan in de vragenlijsten. Hierdoor zijn de spontane associaties bijvoorbeeld écht spontaan.

In Brabant zitten samenwerken en kennisdelen in het DNA. De methodiek is daarom ook voor anderen te gebruiken. Achter de kopmodule zitten twee flexibel in te richten middenmodules.

De vragen in de middenmodules kunnen aangepast worden van editie tot editie, zolang de resultaten maar met elkaar vergelijkbaar blijven. Op het eind zit een slotmodule. Hierin worden controlevragen gesteld over de achtergrondkenmerken van de respondenten. Afhankelijk van de panelleverancier waarmee gewerkt wordt zullen meer of minder controlevragen nodig zijn om de respons te verifiëren qua representativiteit én om Brabanders en niet-Brabanders voldoende uit elkaar te houden.

Daarnaast kan de ImagoMonitor worden uitgebreid met een specifieke vragenlijst voor bedrijven, én met anderstalige vragenlijsten – bijvoorbeeld in verband met imago-onderzoek in onze buurlanden. Andere onderzoeken kunnen tevens gekoppeld worden aan de ImagoMonitor door het toevoegen van een beperkte hoeveelheid vragen. De resultaten van die onderzoeken zijn dan te relateren aan de ImagoMonitor.

De methodiek voor de ImagoMonitor is in 2020 ontwikkeld door Martin Boisen (For the Love of Place), Sierdjan Koster (Rijksuniversiteit Groningen), Karel Jan Alsem en Jan Wever (Hanzehogeschool Groningen). Voor het geheel is de volgende licentie van toepassing m.b.t. intellectueel eigendom en gebruik: CC-BY-SA 4.0.

# Uitvoering onderzoek 2026 (1)

## Gezamenlijk project

De ImagoMonitor 2026 is in samenwerking uitgevoerd. Voor deze meting heeft **Dynata** het panel geleverd, de vragenlijst geprogrammeerd en het veldwerk uitgevoerd. De analyse en rapportage van de onderzoeksresultaten is uitgevoerd door **Ipsos I&O**. Daarbij is gebruik gemaakt van de expertise van **prof. dr. Gert-Jan Hospers**, en de eigen ervaring van Ipsos I&O op het gebied van bekendheids- en imago-onderzoeken.

In september 2025 vond het startoverleg plaats waarin het project met elkaar is besproken en verdere afstemming heeft plaatsgevonden.

## Vragenlijst

Voor het onderzoek is de vragenlijst van de voorgaande edities van de ImagoMonitor gebruikt. De vragenlijst is in overleg met de provincie, de partners in de regio, Ipsos I&O en Gert-Jan Hospers aangescherpt en aangevuld. De belangrijkste wijzigingen zijn:

- Nieuwe open vragen voor toelichting van de respondenten wat maakt dat iemand een (overwegend) positief of (overwegend) negatief beeld heeft van Brabant.

- Toevoeging bij aantrekkelijkheidsvraag: plek om jezelf te ontwikkelen (bijv. op het gebied van werk, opleiding of persoonlijke groei).
- Nieuwe stellingen (gerelateerd aan brede welvaart).
- Nieuwe geholpen associaties (oppervlakkig, ondernemend, pionierend, levendig).
- Nieuwe vraag: Kunt u een aantal innovaties noemen die uit Brabant komen, in Brabant zijn ontwikkeld of hun oorsprong hebben in Brabant?
- Nieuwe vragen over trots en verbondenheid met de woonprovincie en de tevredenheid over het leven in het algemeen (gerelateerd aan brede welvaart).
- Wijzigingen in formulering/antwoordopties bij de achtergrondvragen.

In deze meting is ook een experiment gedaan met de vraag naar het beeld van Brabant. Deze vraag is in de eerdere edities aan de hand van een schaalvraag (met schaal van -10 t/m +10) gesteld. In de editie van 2026 heeft de helft van de steekproef de oorspronkelijke vraag voorgelegd gekregen en de andere helft een rapportcijfervraag (met cijfers 1 t/m 10).

# Uitvoering onderzoek 2026 (2)

## Panel en veldwerk

Dynata heeft het veldwerk uitgevoerd. De vragenlijst is door Dynata geprogrammeerd en uitgezet in hun panel. Voor het onderzoek zijn, net als bij de voorgaande edities, twee steekproeven ondervraagd:

- 1. Inwoners provincie Noord-Brabant (16 jaar en ouder)**
- 2. Inwoners overige Nederlandse provincies (16 jaar en ouder)**

Bij het veldwerk is gebruik gemaakt van quota op leeftijd en geslacht (zogenaamde 'hard' quota) en opleidingsniveau en provincie/regio (ook wel 'soft' quota genoemd) om te zorgen voor representatieve steekproeven. De verhoudingen voor de quota zijn gebaseerd op de cijfers van het CBS.

De voortgang van het veldwerk is gemonitord en bijgestuurd op het moment dat bepaalde groepen achterbleven qua respons.

Het veldwerk heeft plaatsgevonden van **5 t/m 21 december 2025**, wat vergelijkbaar is met voorgaande metingen.

In totaal hebben **2.022 Brabanders** en **3.011 niet-Brabanders** de vragenlijst volledig ingevuld.

## Weging en oplevering resultaten

De resultaten van de groep Brabanders zijn achteraf gewogen naar de juiste verhoudingen in leeftijd, geslacht en de vier deelregio's binnen de provincie Noord-Brabant (West-, Midden-, Noordoost- en Zuidoost-Noord-Brabant). Voor de groep niet-Brabanders was weging niet nodig, omdat de verhoudingen in de steekproef overeenkomen met de werkelijke verhoudingen.

Dynata heeft de resultaten in SPSS-bestanden en exceltabellen (met uitsplitsingen naar achtergrondgegevens) opgeleverd.

## Analyse en rapportage

Ipsos I&O heeft de resultaten geanalyseerd en de belangrijkste resultaten en inzichten weergegeven in een PowerPoint rapportage. Deze resultaten zijn in een duidingssessie met de provincie besproken en toegelicht. Naar aanleiding van deze sessie heeft de provincie aanvullende wensen aangegeven en is de opzet van de rapportage afgestemd.

Open antwoorden zijn verwerkt met de AI-tool Ipsos Facto. Met Ipsos Facto is het mogelijk om associaties te lemmatiseren en te groeperen en op die manier te meten hoe vaak een antwoord is genoemd.

# Uitvoering onderzoek 2026 (3)

## Historische data

Om de ontwikkeling in de tijd zichtbaar te maken, heeft de provincie Noord-Brabant de resultaten van de eerdere metingen (2021 en 2023) beschikbaar gesteld. Deze resultaten zijn alleen nog beschikbaar in Excel-format. Om de resultaten te kunnen analyseren samen met de huidige meting, heeft Ipsos I&O de historische bestanden omgezet naar een SPSS-format en daarbij de vraagnummers en labelling van de variabelen omgezet naar de huidige vraagnummers en labelling.

Tijdens het veldwerk is ontdekt dat de verhoudingen in leeftijd en geslacht in de metingen van 2021 en 2023 (uitgevoerd door Expoints) afwijken van de verhoudingen die we voor de huidige meting op basis van CBS data hebben vastgesteld.

Andere verhoudingen in leeftijd en geslacht kunnen effect hebben op de resultaten. Om goede vergelijkingen te kunnen maken tussen verschillende jaren en om trendlijnen te kunnen bepalen, dienen de steekproeven van de jaren voor de betreffende jaren representatief te zijn.

Daarom is besloten om voorgaande jaren te herwegen naar dezelfde indeling van quota zoals we dat in 2026 hebben gedaan (op basis van de verhoudingen in de betreffende jaren). Op deze manier kunnen we conclusies trekken en vergelijkingen doen die gebaseerd zijn op representatieve steekproeven.

# BIJLAGEN

1. Toelichting verschil rapportcijfervraag en schaalvraag
2. Analyse tijdregistraties bij geholpen associaties
3. Tijdregistratie bij aanklikken associaties

# Toelichting verschil rapportcijfervraag en schaalvraag

In vorige metingen is de vraag naar het 'beeld van Brabant' gesteld aan de hand van een schaalvraag van -10 t/m +10. In de huidige meting is een experiment gedaan waarbij de helft van de steekproef de schaalvraag kreeg en de helft de rapportcijfervraag. In dit rapport zijn de resultaten van beide vragen gerapporteerd.

## Verschil tussen schaal- en rapportcijfervraag

- Bij de schaalvraag kun je neutraal kiezen (0). Bij de rapportcijfervraag niet, het is een voldoende of een onvoldoende.  
Als jouw beeld (als respondent) niet zo duidelijk is, geef je een 6 of 7 als rapportcijfer, terwijl je op de schaalvraag dan een 0 zou kunnen geven (geen mening).  
Dat zie je bij de resultaten van de schaalvraag: het percentage dat een 0 geeft is onder niet-Brabanders redelijk hoog.
- De schaal is bij de schaalvraag langer dan bij een rapportcijfer, je hebt meer opties om te nuanceren.
- De schaalvraag is gevoelsmatig een andere vraag: je kunt een min-cijfer geven, met andere woorden een negatief antwoord geven. Bij een rapportcijfer kan je een onvoldoende geven, wat wil zeggen dat je het er niet zo positief over bent. Bij de schaalvraag geef je met een min-cijfer een negatief antwoord. In de praktijk zie je dat er weinig min-cijfers worden ingevuld.
- Voordeel van een rapportcijfervraag is dat het makkelijker te interpreteren en te communiceren is. Een resultaat op de schaalvraag heeft uitleg nodig in de communicatie, een rapportcijfer niet.

## Een schaalvraag lineair omrekenen naar rapportcijfer is mogelijk, maar levert geen goed beeld op

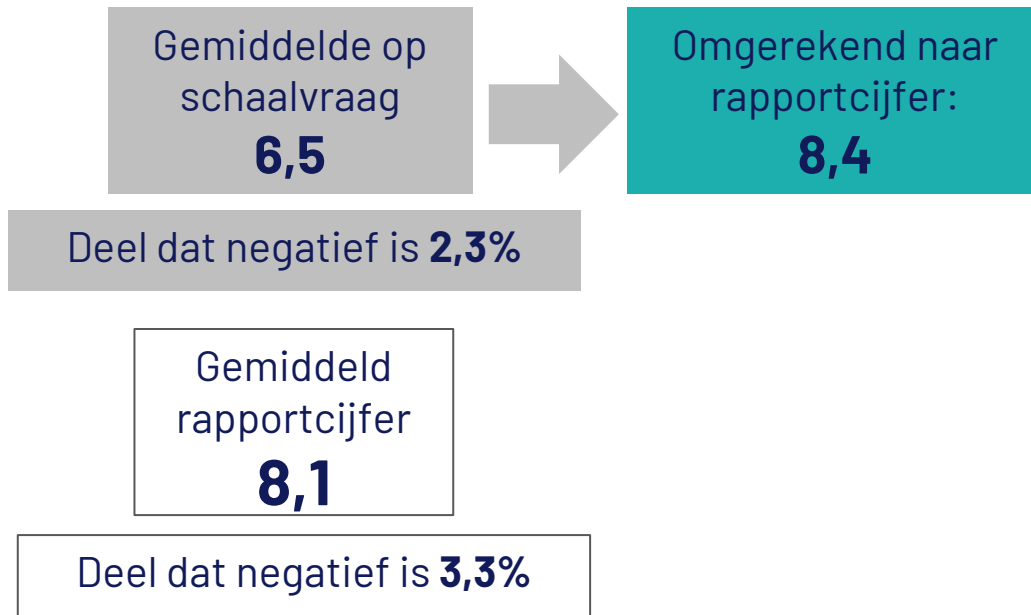
- Omrekenen van de schaalvraag naar een rapportcijfervraag kan, je zet dan de gegeven antwoorden van de schaalvraag (-10 t/m +10) om naar schaal van een rapportcijfer (1 t/m 10). Je doet dan net of -10 gelijk staat aan een 1 en een +10 gelijk is aan 10 op de rapportcijferschaal. Je laat dan het verschil in sentiment bij de vraag weg (een -10 geeft een ander sentiment weer dan een 1 als rapportcijfer).
- Op de volgende slide is te zien wat omrekenen betekent. Dan blijkt dat de omgerekende rapportcijfers afwijken van de gevraagde rapportcijfers.

## Resultaten van beide vragen zijn gerapporteerd

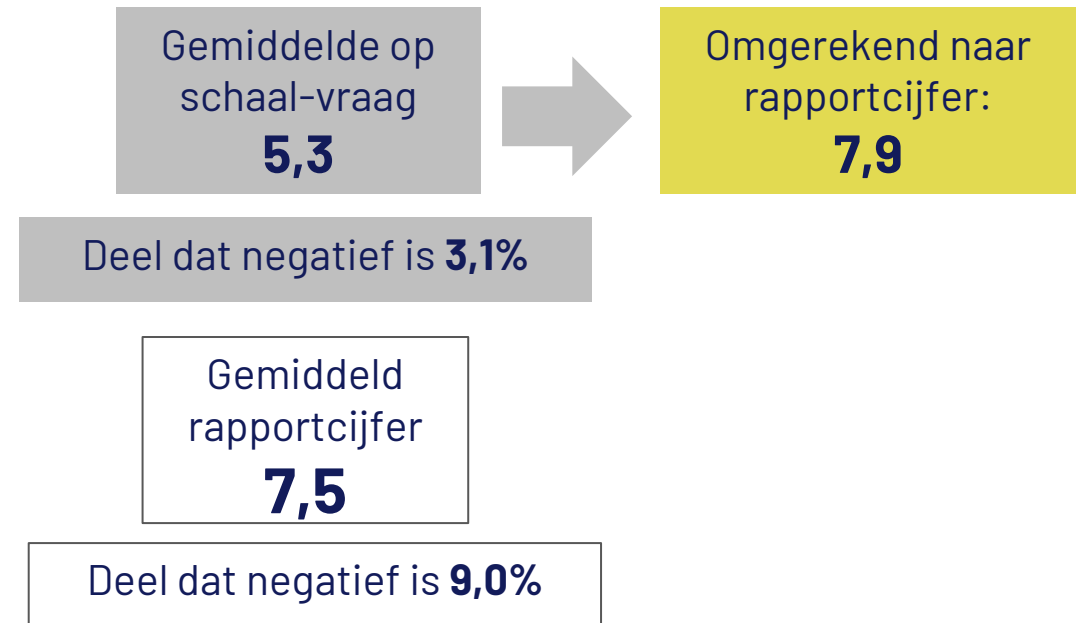
In dit rapport zijn zowel de rapportcijfervraag als de schaalvraag gerapporteerd. Op basis van de schaalvraag is vergelijking met de vorige metingen mogelijk. In het vervolg is het mogelijk om ervoor te kiezen alleen de rapportcijfervraag te stellen.

# Omrekening schaalvraag naar rapportcijfervraag

## Brabanders



## Niet-Brabanders



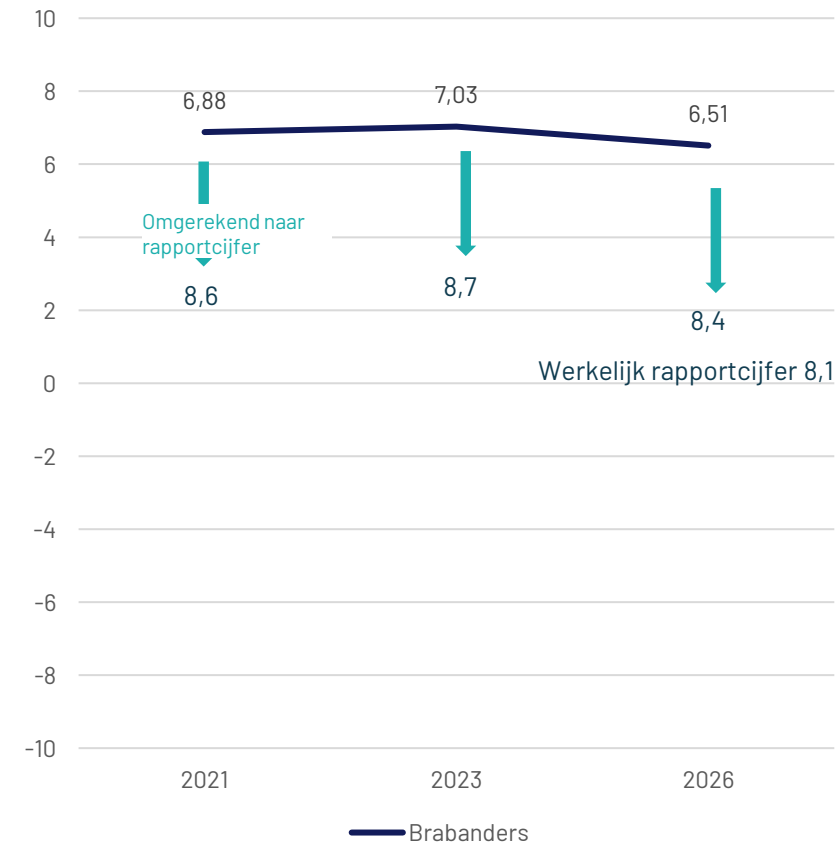
## Resultaten bij omrekenen van de schaalvraag

Als we de resultaten van de schaalvraag omrekenen naar een rapportcijfer, is te zien dat dit niet goed om te zetten is. Het omrekenen van de 6,51 bij Brabanders komt uit op een 8,4 als gemiddeld rapportcijfer. In werkelijkheid geven Brabanders gemiddeld een 8,1.

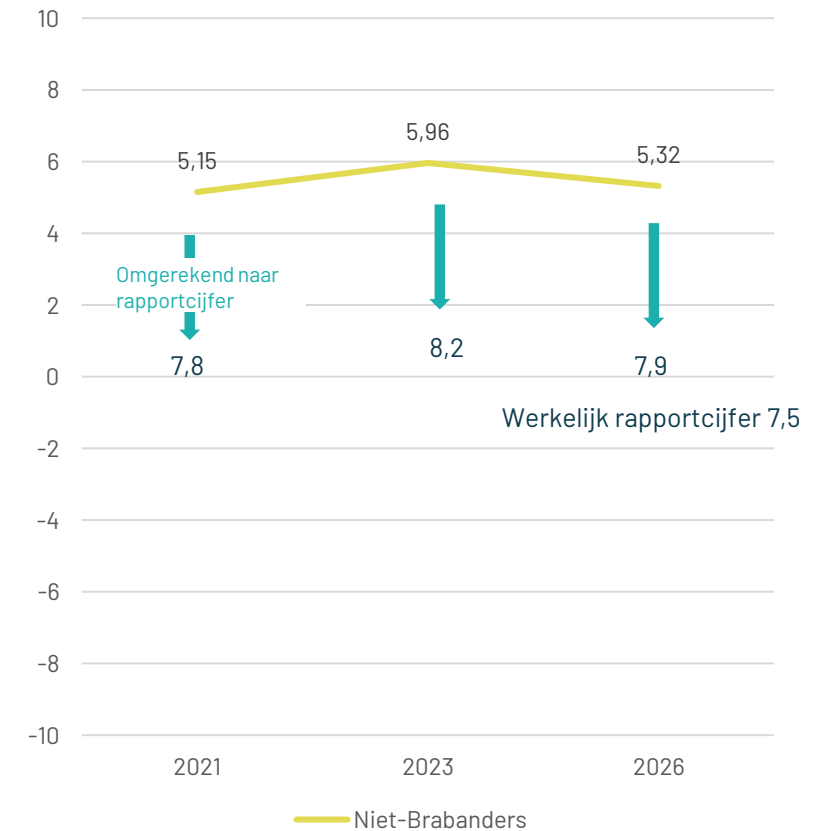
Hetzelfde is te zien bij niet-Brabanders. Het omrekenen van de 5,32 naar een rapportcijfer levert een 7,9 op, terwijl niet-Brabanders in werkelijkheid een 7,5 geven.

# Resultaten bij omrekenen van de schaalvraag

Vraag 4: Hoe beoordeelt u het beeld van Brabant op dit moment? U kunt dit aangeven op een schaal van -10 tot +10, waarbij -10 staat voor zeer negatief beeld en +10 voor zeer positief beeld.



Basis: Brabanders, 2021 n=2.052, 2023 n=2.131, 2026 n=1.007



Basis: Niet-Brabanders, 2021 n=3.207, 2023 n=3.083, 2026 n=1.505

## Spontaan genoemde innovaties - Brabanders

# Volledige lijst spontaan genoemde innovaties - Brabanders

Vraag 12: Kunt u een aantal innovaties noemen die uit Brabant komen, in Brabant zijn ontwikkeld of hun oorsprong hebben in Brabant?

Spontaan genoemde innovaties	Brabanders
ASML	23%
Philips	22%
Chiptechnologie (chips, chipmachines, microchips)	12%
Gloeilamp (lamp, licht, verlichting)	10%
Worstenbroodjes	6%
CD (-speler), DVD, cassettebandje	5%
DAF	5%
Technische Universiteit (TU, High tech campus, High tech Eindhoven)	3%
Bossche bol	3%
Auto-industrie	3%
High-tech	3%
Weet niet/geen antwoord	31%

### Overig spontaan genoemd (< 2%):

Carnaval  
 Agrarische sector  
 Medische technologie  
 Elektronica  
 Eindhoven  
 Televisie/TV  
 Brainport (Brainport Eindhoven)  
 Efteling  
 VDL  
 Textiel  
 Dutch design  
 Biermerk (Hertog Jan, Heineken, Dommels, Bavaria)  
 Duurzame energie  
 Schoenen  
 Bier  
 Jumbo  
 Organon  
 Zonne-energie  
 De pil (anticonceptiepil)  
 Megastallen

Basis: Brabanders, 2026 n=2.022

## Spontaan genoemde innovaties – niet-Brabanders

# Volledige lijst spontaan genoemde innovaties – niet-Brabanders

Vraag 12: Kunt u een aantal innovaties noemen die uit Brabant komen, in Brabant zijn ontwikkeld of hun oorsprong hebben in Brabant?

Spontaan genoemde innovaties	Niet-Brabanders
Philips	19%
ASML	11%
Gloeilamp (Lamp, licht, verlichting)	6%
Chiptechnologie (Chips, Chipmachines, micro chips)	6%
Carnaval	4%
CD (-speler), DVD, cassettebandje	4%
Bossche bol	4%
Worstenbroodjes	4%
DAF	3%
Weet niet/geen antwoord	44%

### Overig spontaan genoemd (< 2%):

Technische Universiteit (TU, High tech campus, High tech Eindhoven)  
 Agrarische sector  
 High tech  
 Bier  
 Televisie/TV  
 Auto-industrie  
 Medische technologie  
 Elektronica  
 Brainport (Brainport Eindhoven)  
 Efteling  
 Textiel  
 Eindhoven  
 Biermerk (Hertog Jan, Heineken, Dommels, Bavaria)  
 Duurzame energie  
 Schoenen  
 Jumbo  
 VDL  
 Dutch design  
 Organon  
 Zonne-energie  
 De pil (anticonceptiepil)  
 Megastallen

Basis: Niet-Brabanders, 2026 n=3.011

# Tijdregistratie bij aanklikken associaties

In het onderzoek is ook gemeten hoe snel men klikt bij de vraag naar de geholpen associaties.

Vraag 11. Geef van onderstaande associaties aan of u ze wel of niet bij Brabant vindt passen.



## Analyses van tijdregistraties vergen gedegen onderzoek

Tijdregistraties kun je zeer diepgaand onderzoeken. Er zijn veel factoren die van invloed kunnen zijn op hoe snel iemand klikt op 'ja, past wel' of 'nee, past niet bij Brabant'. Zonder het te hebben onderzocht, kunnen we ons voorstellen dat het afhankelijk is van:

- Het type device dat iemand gebruikt (op een smartphone is het doorgaans sneller om te reageren dan op een desktop)
- Leeftijd van de respondent (eventueel in combinatie met het gebruikte device). Jongeren zijn gewend om snel te klikken, ouderen (70+) zijn niet opgegroeid met gebruik van computers en social media en mogelijk minder snel.
- Geconcentreerdheid van de respondent (afgeleid door omgeving). We zien dat er ook respondenten zijn, die tijdens het invullen pauze hebben genomen.
- De complexiteit van de associaties. Sommige woorden zijn intuïtief te beantwoorden (hartelijk, groen), voor andere associaties is meer denkwerk nodig (innovatief, ambitieus). Ook zijn sommige associaties meer brede begrippen (duurzaamheid) en andere meer concreet (gastvrij). En ook nog de lengte kan verschillen (internationaal georiënteerd vs. direct)

Om het goed te onderzoeken vergt het ook een gecontroleerde onderzoeksetting om deze tijden goed te registreren. In dit onderzoek is er geen controle over hoe en waar men het invult.

## Eerste indruk van de resultaten

Ondanks dat het hier niet gedegen is onderzocht, is het wel mogelijk een eerste indruk te krijgen. Zie daarvoor de volgende slide.

# Tijdregistratie bij aanklikken associaties

## Brabanders (n=2022)

Gemiddelde tijd in sec.	
sociaal	1,34
gastvrij	1,35
groen	1,62
levendig	1,64
high-tech	1,70
agrarisch	1,78
duurzaam	1,83
oplossingsgericht	1,87
traditioneel	1,88
informeel	1,89
ambitieuw	1,90
gericht op samenwerking	1,92
creatief	1,97
rebels	2,11
grensverleggend	2,12
maatschappelijk betrokken	2,13
hartelijk	2,26
terughoudend	2,28
internationaal georiënteerd	2,37
oppervlakkig	2,47
pionierend	2,63
direct	2,94
ondernemend	3,30
vernieuwend	3,54

## Niet-Brabanders (n=3011)

Gemiddelde tijd in sec.	
levendig	1,35
ondernemend	1,44
vernieuwend	1,51
ambitieuw	1,51
groen	1,62
hartelijk	1,63
traditioneel	1,63
gastvrij	1,64
maatschappelijk betrokken	1,71
informeel	1,74
agrarisch	1,75
creatief	1,77
pionierend	1,77
rebels	1,78
grensverleggend	1,84
oppervlakkig	2,01
internationaal georiënteerd	2,05
terughoudend	2,31
sociaal	2,43
direct	2,44
gericht op samenwerking	2,77
oplossingsgericht	2,86
high-tech	2,96
duurzaam	4,60

## Eerste indruk van de resultaten

- Brabanders reageren gemiddeld het snelst op sociaal en gastvrij. Bij niet-Brabanders is ook redelijk snel geklikt bij gastvrij, maar niet zo snel bij sociaal.
- Op groen en levendig reageren beide groepen redelijk snel.
- Brabanders reageren snel op high-tech en duurzaam, terwijl dat voor niet-Brabanders de twee associaties zijn, die de minst snelle reacties oplevert.

Overigens zegt dit niets over of men het vindt passen of juist niet. Hier is alleen te zien hoe snel men klikt.

