



**SPORTSECTOR  
MERKENONDERZOEK**

sinds 2010

# Analyse van de merkontwikkeling & groeikansen

Inzicht in merkkracht, reputatie en kansrijke (sponsor)partners

**Hendrik Beerda .**  
brand consultancy

## Wat is merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™?

- Een model met **diepgaand inzicht in de kracht en reputatie van merken** en de invloed op het (koop)gedrag
- Een **sterk merk** ontwikkelt zich volgens het model in 3 fasen:



- Merkkraacht wordt in het model verklaard door de invulling van de **merkpersoonlijkheid** en **merkprestatie**



**5.000+**  
merken onderzocht



**1,2 miljoen**  
respondenten sinds 2006

## Hoe werkt het Sportsector Merkenonderzoek?

- Meet sinds 2010 de reputatie van **alle Nederlandse sportorganisaties**, jaarlijks uitgevoerd onder de totale bevolking vanaf 18 jaar
- Het onderzoek kent **2 fasen**:



### Fase 1: Spontane bekendheid

Van alle sportaccommodaties, sportclubs/-teams, sportevenementen/-competities, en sportkoepels/-bonden



### Fase 2: 100 bekendste merken

Merkracht (bestaande uit bekendheid, waardering, binding), merkpersoonlijkheid (16 factoren), merkprestatie (16 factoren), intentie tot bezoek/lidmaatschap, groeiverwachting

“Welke Nederlandse sportclubs, sportploegen en sportteams kent u?”

Voorbeeldvraag uit fase 1 van het onderzoek

- **Per provincie** wordt een vervolgonderzoek uitgevoerd naar de spontane bekendheid van alle vrijetijdsorganisaties, en voor de 50 bekendste organisaties naar de merkracht onder de provinciebewoners

## Wat levert een merkanalyse op?

- Waardevolle inzichten voor de organisatiestrategie, merkpositionering en selectie van kansrijke (sponsor)partners



### Merkontwikkeling

Sterkten, zwakten en groeikansen onder verschillende doelgroepen en t.o.v. de concurrentie



### Praktisch advies

Concrete aanbevelingen voor merkversterking en groei



### Kansrijke partners

Selectie van (sponsor)partners die qua merkkracht en reputatie het best aansluiten



**Analyse op maat:** vooraf stemmen we af welke vraagstukken en doelgroepen bijzondere aandacht verdienen en met welke sportorganisaties vergeleken moet worden

## Over Hendrik Beerda Brand Consultancy

- **25 jaar ervaring** in brand consultancy; eerder actief bij KPN, Grolsch en Henkel
- Werkt regelmatig in de **sportsector**, waaronder Ajax, Atletiekunie, ABN AMRO Open, Eredivisie CV, Feyenoord, HC Bloemendaal, KNHB, KNLTB, KNVB, Nederlandse Basketball Bond, Olympisch Stadion Amsterdam, PSV en Sportbedrijf Deventer
- Werkt samen met een **vast team van specialisten** in marktonderzoek, doelgroepsegmentatie en economische merkwaardering

Benieuwd wat het Sportsector Merkenonderzoek voor jouw organisatie kan betekenen?

[Vraag een offerte aan](#)

[www.hendrikbeerda.nl](http://www.hendrikbeerda.nl)

## Sportsector Merkenonderzoek in de pers

**Vierdaagse populairder dan voetbal en Formule 1: 'Hier kan iedereen kampioen worden'**

Bron: Omroep Gelderland, 27 oktober 2022



▲ Deze jonge Vitesse supporter heeft er zin in. © Pro Shots / Toon Damen

**Vitesse ondanks pittig seizoen toch in top 10 populairste voetbalclubs**

Bron: de Gelderlander, 16 mei 2023

**Elfstedentocht nog altijd meest geliefde sportevenement**

Bron: SportNext, 27 oktober 2022

Ajax passeert Feyenoord als populairst clubmerk



Bron: MarketingTribune, 1 augustus 2018

**FC Utrecht en Kampong populairste sportclubs provincie Utrecht**

Bron: RTV Utrecht, 25 juni 2019

Straalt het succes van een voetbalclub af op de thuisstad? 'Positief voor het gevoel'

27-04-2023 16:44 | Binnenland | Auteur: Mara Werner



Bron: EenVandaag, 27 april 2023

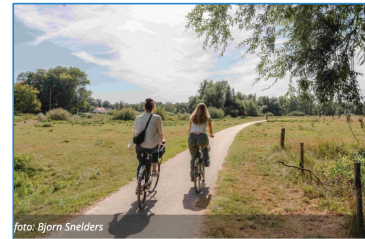


foto: Björn Snelders

**Fietsen voor het eerst populairder dan voetbal in Nederland**

Bron: Wieler Flits, 23 september 2025

**ADO Den Haag een van de populairste clubs van Nederland: 'Stoer met sympathieker randje'**

Bron: Omroep West, 1 augustus 2018



**Zandvoortse racecircuit verslaat Olympisch Stadion als mooiste Nederlandse sportlocatie**

Bron: Fonk, 21 augustus 2024

**Olympisch schaatsen in Thialf biedt kansen voor sponsors**



Bron: MarketingTribune, 7 juli 2026