

## Merkperspectief

- Texel staat in 2024 op de 8e positie op de ranglijst van sterkste streken en eilanden van Nederland, gevolgd door Zuid-Limburg en het Waddenzeegebied. De Veluwe staat op de 1e plek. Ameland staat op plek 4, Terschelling op plek 7 en de Zeeuwse eilanden plek 8.
- Ten opzichte van vorig jaar is Texel gedaald in positie, toen stond het eiland nog op de 4e positie.

## Merkracht

- In de laatste jaren is de merkracht van Texel geleidelijk gedaald. De voornaamste reden is een afname van de **binding met Texel** in 2024 ten opzichte van de periode 2019-2023, terwijl de **waardering geleidelijk verminderd** is en de bekendheid zich iets onder het hoge niveau bevindt van de jaren 2019, 2021 en 2022.
- Onder jongeren van 12 tot 18 jaar staat Texel begin 2024 3e in de merkracht top 100 en is Texel de nummer 2 als het om waardering gaat. De bekendheid van Texel bij jongeren is 72 procent.
- Texel heeft een bovengemiddeld sterke uitstraling bij gepensioneerden en andere 55-plussers, mensen die in de Randstad wonen en bij hoger opgeleiden. Onder jongvolwassenen is de merkracht van Texel vergelijkbaar met de merkuitstraling onder de totale volwassen bevolking.
- Op het gebied van vrijetijdsbesteding is Texel relatief sterk bij liefhebbers van ballet, moderne dans, galleries, toneel en filmhuisfilms. Texel is eveneens bovengemiddeld populair bij mensen die graag vakantie in eigen land vieren en/of een tochtje met de auto maken, recreatief fietsen en bij bezoekers van sportwedstrijden of -evenementen.

## Bekendheid

- Texel is net als Terschelling bekend bij 91 procent van de volwassen Nederlanders en staat 9e op de ranglijst van bekendste streken en eilanden van Nederland. In 2023 stond Texel nog 3<sup>e</sup>, de bekendheid is dus afgenomen ten opzichte van vorig jaar.
- De Veluwe is de bekendste streek van Nederland, met op de posities 2 tot en met 5 de Randstad, Zuid-Limburg, Ameland en Twente. De Zeeuwse eilanden zijn geholpen bekend bij 76 procent en bevinden zich op de 31e plaats.
- De (hoge) geholpen bekendheid van Texel onder de Nederlandse bevolking is in 2024 vergelijkbaar met de bekendheid van 2023 en ligt onder het gemiddelde van de periode 2019-2022.

## Waardering

- De **waardering is afgenomen voor Texel** onder de doelgroep volwassen Nederlanders die bekend zijn met het merk. Texel bevindt zich anno 2024 op de 11e plek (in 2023 was dit plek 7), onder o.a. Veluwe (1), Waddenzeegebied (2), Zeeuwse eilanden (5) en Zuid-Limburg (8). Ameland volgt respectievelijk op plek 16. Terschelling bevindt zich met vrijwel dezelfde waardering als Texel op de 10e positie.

### Verbondenheid

- Veluwe staat sinds 2019 op plek 1, gevolgd door Veluwezoom en Randstad. Texel is op de bindingsranglijst aanzienlijk gedaald naar de 48e positie (2023: 19, 2022: 13, 2021: 7, 2019: 6).
- Texel scoort vergelijkbaar als benchmarks Ameland (46e) en Terschelling (54e).

### Bezoekintentie

- 22 procent overweegt Texel in de komende 2 jaar te bezoeken, hetgeen de 20e plaats oplevert in de ranglijst van de bezoekintentie voor streken en eilanden. In 2023 was de **bezoekintentie** voor Texel nog 28 procent. Toen stond Texel op plek 10 op de ranglijst van bezoekintentie onder volwassen Nederlanders.
- Texel behaalt een fraaie 3e positie op de ranglijst van verwachte groei en blijft met een score van 29 procent benchmarks Zeeuwse eilanden (4e) en ZuidLimburg (5e) nipt voor. De **populariteitsscore** van Texel is iets hoger dan de 26 procent van 2023.
- 15 procent van de jongeren overweegt in de toekomst om op Texel te gaan wonen, waarmee het eiland bij jongeren op dit onderdeel de 12e positie inneemt.

### Merkpersoonlijkheid

- Qua merkpersoonlijkheid is Texel in de ogen van de Nederlanders vooral een **uniek, sympathiek en actief merk**.
- De top 5 van meest kenmerkende persoonlijkheidsaspecten van Texel wordt gecompleteerd met de onderdelen creatief en ruig.

### Merkprestatie

- Gemeten aan de hand van 21 factoren op product, prijs, plaats en promotie. De resultaten m.b.t. de merkprestatie zijn vergelijkbaar met die van 2023.
- Texel wordt in Nederland vooral gezien als een eiland met **mooie natuur en recreatiegebieden en aantrekkelijke fiets-, wandel- en vakantiemogelijkheden**.
- Texel wordt niet vaak gekoppeld aan een goed aanbod van sportwedstrijden/evenementen, een goed cultureel aanbod, mooie gebouwen, goede bereikbaarheid en internationale klasse.
- Het beeld van Texel kan onder de Nederlandse bevolking een nog positievere uitstraling krijgen door de (gepercipieerde) **kwaliteit van het verblijf** te verhogen en de mogelijkheden om Texel met de auto te bezoeken duidelijk te communiceren.
- Onder jongeren van 12 tot 18 jaar wordt Texel positief beoordeeld vanwege de mogelijkheid om vakantie te vieren, de aanwezige natuur, de sfeer en de horeca- en uitgaansvoorzieningen. Aandachtspunt onder jongeren is het winkelaanbod.

## Conclusies en aanbevelingen

- Texel behoort weliswaar tot de 10 sterkste streken en eilanden van Nederland, maar is een minder sterk merk dan enkele jaren geleden.
- De hoge **populariteitscore** en de afgenomen **bezoekintentie** doen vermoeden dat een aantal Nederlanders denkt dat Texel dermate populair als bestemming wordt bij anderen, dat men zelf minder geneigd is om het eiland te bezoeken.
- Indien Texel sterk in beeld wil blijven als vakantie- of woonbestemming heeft het de prioriteit om de **kwaliteit van het verblijf** en de **bereikbaarheid** van het eiland duidelijk te communiceren aan de Nederlandse bevolking, zodat de **binding** van de Nederlanders met Texel verstevigd wordt en eveneens de **waardering** voor Texel toeneemt.
- Verder is het zeer belangrijk om de bestaande **unieke, sympathieke en actieve eigenschappen** van Texel te benadrukken en om in de communicatie de huidige uitstraling van Texel te onderstrepen als eiland met **mooie natuur, aantrekkelijke recreatiegebieden en goede wandel-, fiets- en vakantiemogelijkheden en een prettige sfeer**.
- Een andere mogelijkheid om de aantrekkelijkheid van Texel te verhogen is het versterken van de merkpositie van **vrijtijdsorganisaties** op Texel, aangezien de huidige merkkracht van Texel nauwelijks ondersteund wordt door de aanwezigheid van sterke ingredient brands. Overwogen kan worden om meer aandacht te schenken aan organisaties op Texel die vrijetijdsactiviteiten aanbieden en, vooral voor jongeren, om het **winkelaanbod sterker te promoten**.
- Gezien de bovengemiddeld goede positie die Texel heeft bij cultuurliefhebbers en bezoekers van sportevenementen kan tevens nagedacht worden over mogelijkheden om het cultuuraanbod van Texel verder te ontwikkelen en te communiceren en om bestaande en/of eventueel nieuwe sportevenementen prominenter promoten.