



FUNCTIEPROFIEL

Brand Manager

Kandidaatprofiel

- Vanaf 5 jaar ervaring
- Met marketing en merkactivatie
- Met het ontwikkelen en uitvoeren van campagnes
- Hands-on
- Communicatief sterk

📍 Den Haag 🧳 Vanaf 5 jaar werkervaring



Madurodam is volop in beweging. De komende jaren gaat het attractiepark fysiek uitbreiden. Daarmee breekt voor het park en de interne organisatie een nieuwe fase aan. Een unieke kans voor een ervaren Brand Manager om een mooi merk verder te versterken door nieuwe attracties succesvol in de markt te zetten en nieuwe proposities uit te werken.



Madurodam

Bij Madurodam ontdekken bezoekers waar Nederland groot in is. Honderden miniaturen, actieve doe-dingen en vernieuwende concepten vertellen het verhaal van Nederlandse helden en hoogtepunten uit het heden en verleden. Naast tientallen duizenden Nederlanders vinden minstens zoveel internationale bezoekers al jaren hun weg naar Den Haag. Vóór corona ontving Madurodam elk jaar 650 duizend bezoekers.

Dit jaar viert Madurodam haar zeventigste verjaardag. Het park werd in 1952 opgericht met het idee om geld te werven voor goede doelen. Vandaag de dag is deze doelstelling verankerd in de Stichting Madurodam Kinderfonds. Maatschappelijk verantwoord ondernemen zit diep in het DNA van het park verweven.

Onlangs werd het aangepaste bestemmingsplan goedgekeurd, waardoor Madurodam er een flinke oppervlakte bij krijgt. Op de extra grond zullen de komende tijd nieuwe innovatieve, interactieve attracties verrijzen.

Brand Manager

De Brand Manager zorgt ervoor dat iedereen precies weet wat Madurodam is en wat het park doet. Zij/hij maakt communicatieplannen, ontwikkelt campagnes en werkt aan projecten die naadloos aansluiten bij de strategie van Madurodam. Als expert op het gebied van merkpositionering bedenkt, ontwikkelt en vermarkt zij/hij telkens de juiste strategische proposities om het merk optimaal te laden en de juiste doelgroep te bereiken.

De uitbreiding van het park betekent een mooie, strategische uitdaging voor de Brand Manager. De nieuwe attracties moeten immers succesvol en creatief in de markt gezet worden. De Brand Manager krijgt daarbij alle ruimte om gedurfde ideeën en proposities uit te werken.

Campagnes worden onder meer in samenwerking met bureaus uitgevoerd. De Brand Manager stuurt deze externe partijen aan. Ook werkt zij/hij nauw samen met de rest van het Marketing & Salesteam, evenals met Yvette Nieboer, Manager Sales & Marketing en Evenementen, aan wie de Brand Manager direct rapporteert.

De ideale kandidaat is een gepassioneerde merkenbouwer met een vernieuwende mindset. Iemand die goed gedijt in een dynamische werkomgeving, die altijd (commerciële) kansen voor groei ziet, en deze op overtuigende wijze aan collega's over weet te brengen. De Brand Manager is een uitgesproken hands-on type dat graag de handen uit de spreekwoordelijke mouwen steekt en van begin tot eind de verantwoordelijkheid neemt.

Die proactieve houding is typerend voor Madurodam. Er werken relatief weinig mensen die samen mooie dingen bereiken. Het is een diverse, professionele organisatie die continu verbetert en vernieuwt. De campagnes en communicatie-uitingen die de Brand Manager ontwikkelt, leveren daar een onmisbare bijdrage aan. ■

Interesse? Madurodam werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds. Neem contact op met Ole Cohen via ole.cohen@topofminds.com om te laten weten dat je interesse hebt in deze vacature.



“Als Brand Manager ben je de poortwachter van het merk Madurodam. Het park bevindt zich in een transitie van iconisch miniatuurpark naar interactief attractiepark. Dat maakt het een geweldig moment om in te stappen.”

Yvette Nieboer, Manager Sales & Marketing en Evenementen.