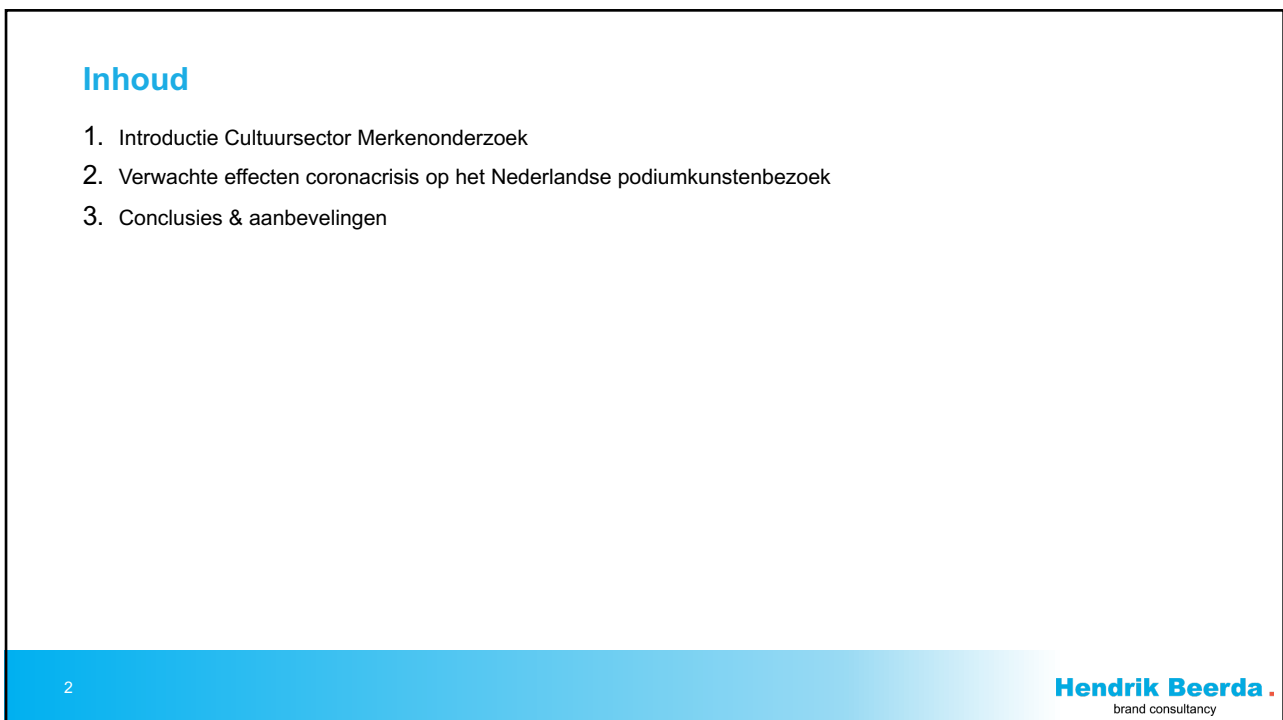




1



2

1. Introductie Cultuursector Merkenonderzoek

3

Hendrik Beerda .
brand consultancy

3

Inhoud Cultuursector Merkenonderzoek

- Het Cultuursector Merkenonderzoek is in 2006 met de **Universiteit van Amsterdam** ontwikkeld
- Met het onderzoek wordt de reputatie van **alle Nederlandse cultuurorganisaties** gemonitord
- Sinds 2017 wordt het onderzoek ook onder **jongeren** (4 tot 18 jaar) uitgevoerd
- Het Cultuursector Merkenonderzoek vormt de basis van het **Continu Bezoekersonderzoek** met 300 deelnemende cultuurorganisaties
- Met het onderliggende onderzoeksmodel **BrandAlchemy™** wordt ook onderzoek gedaan in de boeken-, dagattractie-, evenementen-, goededoelen-, retail-, sponsor- en sportsector en voor steden, streken en provincies
 - Door het matchen van de onderzoeksresultaten uit de verschillende sectoren kunnen gewenste (sponsor)partners worden geselecteerd
- Sinds 2006 zijn **3.000 merken** onderzocht en hebben **690.000 respondenten** aan de merkenonderzoeken deelgenomen

4

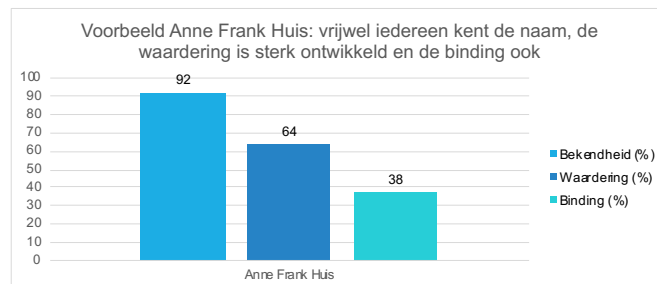
Hendrik Beerda .
brand consultancy

4

Theoretische basis van merkonderzoeksmodel BrandAlchemy™

- Een **sterk merk** ontwikkelt zich in 3 fasen:

1. Bekendheid
2. Waardering
3. Binding



- Merkkracht wordt in het model verklaard door de invulling van de **merkpersoonlijkheid** en **merkprestatie**
- Merkkracht heeft een sterke invloed op het **(koop)gedrag** van mensen

Aanvulling Cultuursector Merkenonderzoek 2020 vanwege de coronacrisis

- Vanwege de **coronacrisis** wordt in 2020 aanvullend onderzoek uitgevoerd naar het effect van deze crisis op de bezoekbereidheid van de Nederlandse musea en podiumkunsten
- Het aanvullende onderzoek bestaat de volgende onderwerpen:
 - **Snelheid** waarmee de liefhebbers de musea en podiumkunsten weer verwachten te gaan bezoeken na heropening van de cultuurhuizen
 - Verwacht effect van de coronacrisis op de **bezoekfrequentie** van musea en podia
 - **Belemmeringen** bij het weer gaan bezoeken van musea en podia
 - Verwacht effect op het **inkomen** van de cultuurbezoekers
- Het onderzoek is met de **Universiteit van Amsterdam** en de **Universiteit Twente** ontwikkeld
- Voor het onderzoek van april 2020 zijn **3.859 Nederlanders van 18 jaar en ouder** ondervraagd
 - 2.547 respondenten hebben in het onderzoek aangegeven museumbezoeker te zijn
 - 2.907 respondenten gaven aan dat zij één of meerdere van de voorgelegde vormen van podiumkunsten bezoeken (= ballet, cabaret, jazzconcert, klassiek concert, moderne dans, musical, opera, popconcert, toneel en wereldmuziekconcert)

Cultuursector Merkenonderzoek in de pers

'Rijksmuseum is een sterker merk dan ING'
Bron: NRC, 6 juni 2008

Naar museum en theater ga je als je moeder het vraagt
Bron: NRC, 23 maart 2017

ROTTERDAM North Sea Jazz is 75 miljoen waard
Bron: AD, 8 maart 2011

'We houden al tien jaar lang van dezelfde artiesten'
Bron: NOS, 1 maart 2016

Pinkpop één van de populairste evenementen van Nederland
Bron: De Limburger, 4 juli 2018

Drenten trots op Herinneringscentrum Kamp Westerbork
Bron: RTV Drenthe 13 september 2017

Blijf is nog steeds de regionale trots
Bron: PZC, 26 juni 2019

'Gay Pride nog steeds niet geaccepteerd in Nederland'
Bron: AD, 5 augustus 2016

Eurosonic Noorderslag levert de stad Groningen bijna 5 miljoen op
Bron: Dagblad van het Noorden, 26 november 2018

Cultuur doet ertoe, óók economisch
Bron: Boekmanstichting, 23 april 2020

Flevoland kritisch over culturaanbod
Bron: Omroep Flevoland, 17 maart 2015

Kinderen voor Kinderen blijft onze harten veroveren
Bron: Metro, 4 mei 2017

Festival en klassiek concert zijn statussymbool
Bron: MarketingTribune, 22 mei 2018

Anne Frank verliest aandacht jongeren
Bron: Telegraaf, 21 augustus 2019

Kinderen houden van muziek van hun ouders
Bron: NOS, 3 mei 2017

Dickens Festival Deventer sterkste cultuurmerk van Overijssel
Bron: De Stentor, 25 juni 2019

Niet Euromast of Anne Frank Huis, maar Martiniforen is grootste provincietrots
Bron: RTL, 25 juni 2019

OEROL FESTIVAL 94 MILJOEN WAARD
Bron: Festivalinfo, 5 december 2008

'André van Duin is het sterkste merk'
Bron: RTL Nieuws, 19 februari 2018

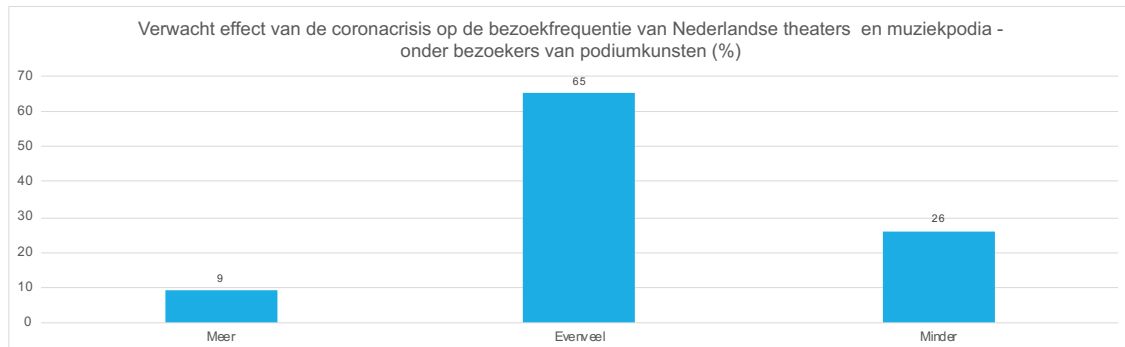
Hendrik Beerda .
brand consultancy

2. Verwachte effecten coronacrisis op het Nederlandse podiumkunstenbezoek

Hendrik Beerda .
brand consultancy

Onder de podiumkunstenbezoekers zegt 74 procent de Nederlandse theaters en muziekpodia even veel of meer te gaan bezoeken na heropening

- 26 procent verwacht het theater- en/of podiumbezoek in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar te verminderen; dit bezoekersdeel is duidelijk groter dan het deel dat een stijging van het bezoek verwacht (9%)
- Overtuigende communicatie is dus noodzakelijk om het podiumbezoek te stimuleren
- Voor de Nederlandse musea ligt het percentage bezoekers dat even veel of meer verwacht te komen iets hoger (79%)



9

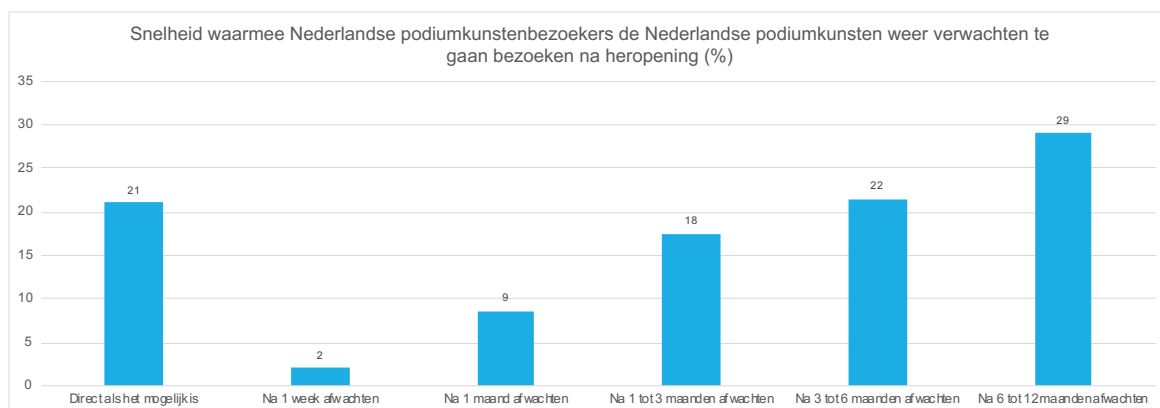
Vraag: Denkt u na de heropening meer, evenveel of minder naar een Nederlands theater of muziekpodium te gaan, vergeleken met dezelfde periode vorig jaar?

Hendrik Beerda
brand consultancy

9

21 procent van de bezoekers van de podiumkunsten verwacht direct na heropening weer een voorstelling of concert te gaan bezoeken

- 11 procent zegt maximaal een maand te wachten
- 69 procent denkt een bezoek aan de podiumkunsten meer dan een maand uit te stellen na de heropening van de theaters en podia



10

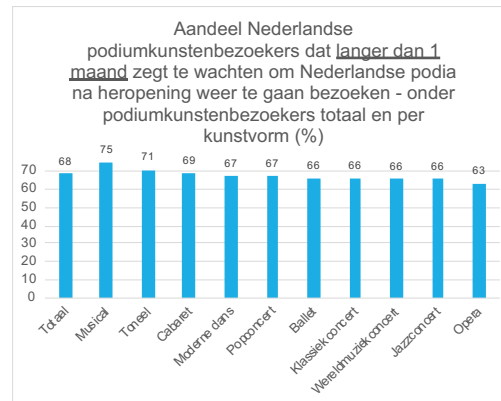
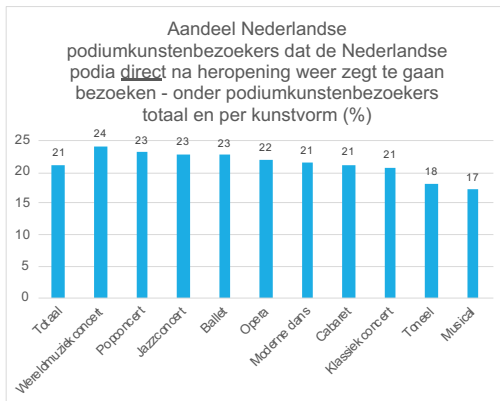
Vraag: Zoals u zult weten, zijn in deze coronaperiode de Nederlandse musea, theaters en muziekpodia tijdelijk gesloten. Stel dat de Nederlandse cultuurinstellingen binnenkort weer open mogen van de regering en dat aan alle veiligheidsvoorschriften, zoals het minimaal 1,5 meter afstand houden, wordt voldaan. Hoe snel verwacht u na de heropening een bezoek te gaan brengen aan de onderstaande cultuurvormen?

Hendrik Beerda
brand consultancy

10

Onder liefhebbers van wereldmuziek, pop en jazz is het aandeel dat zegt direct na heropening weer een concert te gaan bezoeken het hoogst

- Drie kwart van de musicalbezoekers zegt meer dan een maand te wachten met een bezoek; onder toneelbezoekers is dit 71 procent



11

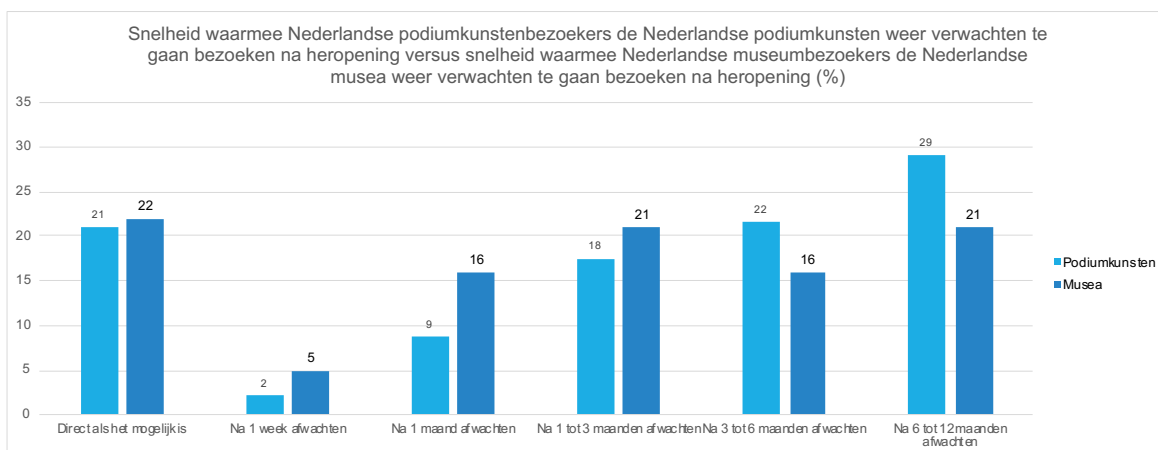
Vraag: Zoals u zult weten, zijn in deze coronaperiode de Nederlandse musea, theaters en muziekpodia tijdelijk gesloten. Stel dat de Nederlandse cultuurinstellingen binnenkort weer open mogen van de regering en dat aan alle veiligheidsvoorschriften, zoals het minimaal 1,5 meter afstand houden, wordt voldaan. Hoe snel verwacht u na de heropening een bezoek te gaan brengen aan de onderstaande cultuurvormen?

Hendrik Beerd .
brand consultancy

11

Het aandeel podiumkunsten- en museumbezoekers dat direct na heropening weer een bezoek gaat brengen is vrijwel gelijk

- Onder de podiumkunstenbezoekers verwacht echter 69 procent langer dan een maand te gaan wachten, terwijl dit onder de museumbezoekers 58 procent is



12

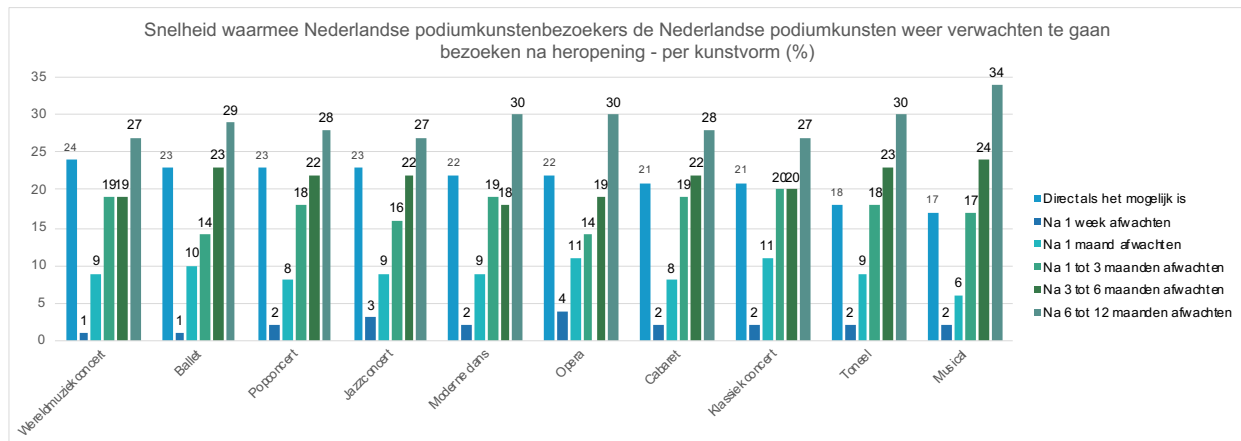
Vraag: Zoals u zult weten, zijn in deze coronaperiode de Nederlandse musea, theaters en muziekpodia tijdelijk gesloten. Stel dat de Nederlandse cultuurinstellingen binnenkort weer open mogen van de regering en dat aan alle veiligheidsvoorschriften, zoals het minimaal 1,5 meter afstand houden, wordt voldaan. Hoe snel verwacht u na de heropening een bezoek te gaan brengen aan de onderstaande cultuurvormen?

Hendrik Beerd .
brand consultancy

12

Een kwart van de liefhebbers van wereldmuziek, ballet, pop en jazz denkt direct na heropening van de podia weer een concert te gaan bezoeken

- Bij musical- en toneelbezoekers ligt het aandeel directe bezoekers net onder 20 procent en verwacht ruim 70 procent minstens een maand te wachten voordat weer een voorstelling wordt bezocht



13

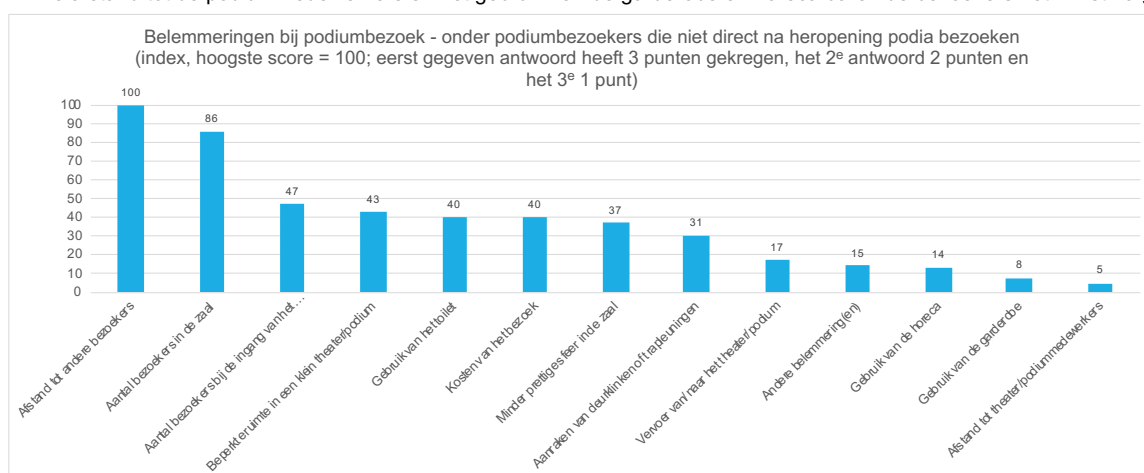
Vraag: Zoals u zult weten, zijn in deze coronaperiode de Nederlandse musea, theaters en muziekpodia tijdelijk gesloten. Stel dat de Nederlandse cultuurinstellingen binnenkort weer open mogen van de regering en dat aan alle veiligheidsvoorschriften, zoals het minimaal 1,5 meter afstand houden, wordt voldaan. Hoe snel verwacht u na de heropening een bezoek te gaan brengen aan de onderstaande cultuurvormen?

Hendrik Beerd
brand consultancy

13

Voor bezoekers van podiumkunsten is de afstand tot de medebezoekers de belangrijkste reden om niet direct naar een podium te gaan na heropening

- Logischerwijs vormt ook het aantal bezoekers in de zaal een belangrijke belemmering
- De afstand tot de podiummedewerkers en het gebruik van de garderobe en horeca baren de bezoekers het minst zorgen



14

Vraag: Wat zouden voor u de belangrijkste belemmeringen zijn om weer een theater of muziekpodium te gaan bezoeken nadat zij weer open mogen van de regering, op advies van het Outbreak Management Team (OMT), en als aan alle veiligheidsvoorschriften (zoals het 1,5 meter afstand houden) wordt voldaan?

Hendrik Beerd
brand consultancy

14

De afstand tot de medebezoekers vormt voor vrijwel alle doelgroepen de belangrijkste belemmering om direct naar een podium te gaan bezoeken

- In de provincie **Noord-Brabant** wordt veel vaker dan gemiddeld het aantal bezoekers in de zaal als belemmering genoemd; ook in Flevoland speelt dit punt duidelijk sterker
- In de **noordelijke provincies** ziet men juist minder problemen met het aantal bezoekers in de zaal; ook ziet men minder bezwaren om kleine podia te bezoeken
- **65-plussers** maken zich veel meer zorgen om het gebruik van het toilet, het aantal bezoekers bij de entree, de deurklinken/trapleuningen en de beperkte ruimte in een kleine zaal
- Voor **jongeren** (18-24 jaar) vormen de kosten een veel grotere belemmering, maar spelen kleine podia en het aanraken van deurklinken en trapleuningen veel minder een rol
- **Vrouwen** maken zich meer zorgen dan mannen over het gebruik van het toilet en het aanraken van de deurklinken en trapleuningen; voor **mannen** vormt de verminderde sfeer een belangrijkere belemmering om direct weer naar een voorstelling of concert te gaan

15

Vraag: Wat zouden voor u de belangrijkste belemmeringen zijn om weer een theater of muziekpodium te gaan bezoeken nadat zij weer open mogen van de regering, op advies van het Outbreak Management Team (OMT), en als aan alle veiligheidsvoorschriften (zoals het 1,5 meter afstand houden) wordt voldaan?

Hendrik Beerda .
brand consultancy

15

Het aantal bezoekers in de zaal is een nog grotere belemmering voor podium- dan voor museumbezoekers; sfeerverlies leeft ook sterker bij podia

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Belangrijkste belemmeringen om theaters en muziekpodia na heropening weer te bezoeken <ol style="list-style-type: none"> 1. Afstand tot andere bezoekers (index: 100) 2. <u>Aantal bezoekers in de zaal (86)</u> 3. Aantal bezoekers bij de ingang (47) 4. Beperkte ruimte in klein theater/podium (43) 5. Gebruik van het toilet (40) 6. Kosten van het bezoek (40) 7. <u>Minder prettige sfeer in de zaal (37)</u> 8. Aanraken van deurklinken/trapleuningen (31) 9. Vervoer van/naar het theater/podium (17) 10. Andere belemmering(en) (15) 11. Gebruik van de horeca (14) 12. Gebruik van de garderobe (8) 13. Afstand tot theater/podiummedewerkers (5) | | <ul style="list-style-type: none"> • Belangrijkste belemmeringen om musea na heropening weer te bezoeken <ol style="list-style-type: none"> 1. Afstand tot andere bezoekers (index: 100) 2. <u>Aantal bezoekers in de museumzalen (79)</u> 3. Aantal bezoekers bij de ingang (64) 4. Beperkte ruimte in klein museum (51) 5. Aanraken van deurklinken/trapleuningen (43) 6. Gebruik van het toilet (39) 7. Kosten van het bezoek (38) 8. <u>Minder prettige sfeer in het museum (29)</u> 9. Vervoer van/naar een museum (27) 10. Andere belemmering(en) (14) 11. Gebruik van de museumhoreca (12) 12. Afstand tot museummedewerkers (10) 13. Gebruik van de garderobe (6) |
|---|--|--|

16

Vraag: Wat zouden voor u de belangrijkste belemmeringen zijn om weer een theater of muziekpodium te gaan bezoeken nadat zij weer open mogen van de regering, op advies van het Outbreak Management Team (OMT), en als aan alle veiligheidsvoorschriften (zoals het 1,5 meter afstand houden) wordt voldaan?

Hendrik Beerda .
brand consultancy

16

De kosten staan op plaats 6 op de ranglijst van belangrijkste belemmeringen voor uitstel van bezoek aan de podiumkunsten na heropening van de podia

- Ranglijst van belangrijkste belemmeringen voor podiumbezoek

1. Afstand tot andere bezoekers
2. Aantal bezoekers in de zaal
3. Aantal bezoekers bij de ingang van het theater/podium
4. Beperkte ruimte in een klein theater/podium
5. Gebruik van het toilet
6. Kosten van het bezoek
7. Minder prettige sfeer in de zaal
8. Aanraken van deurklinken of trapleuningen
9. Vervoer van/naar het theater/podium
10. Andere belemmering(en)
11. Gebruik van de horeca
12. Gebruik van de garderobe
13. Afstand tot theater/podiummedewerkers

17

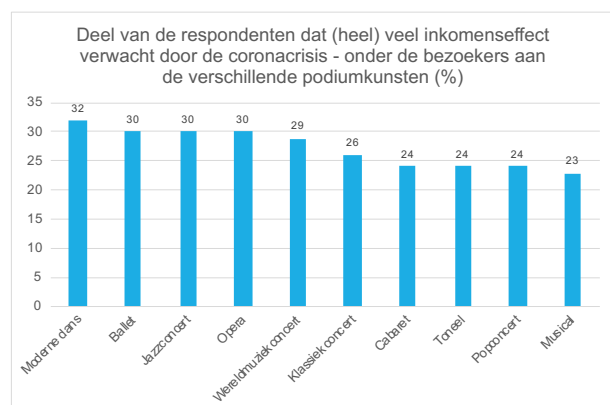
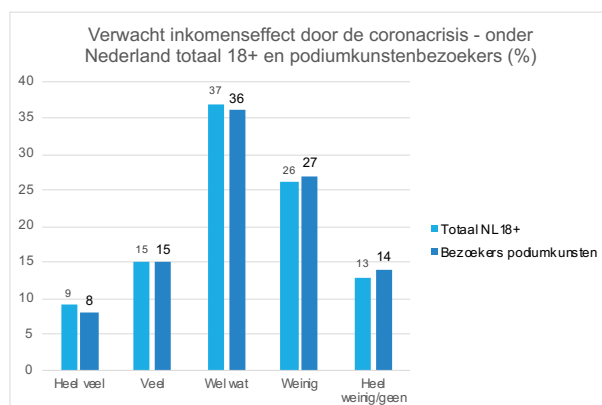
Vraag: Wat zouden voor u de belangrijkste belemmeringen zijn om weer een theater of muziekpodium te gaan bezoeken nadat zij weer open mogen van de regering, op advies van het Outbreak Management Team (OMT), en als aan alle veiligheidsvoorschriften (zoals het 1,5 meter afstand houden) wordt voldaan?

Hendrik Beerda .
brand consultancy

17

Bezoekers van podiumkunsten verwachten gemiddeld een even sterk inkomenseffect door de coronacrisis als de gemiddelde Nederlander

- Bezoekers van **moderne dans, ballet, jazzconcerten en opera** verwachten een bovengemiddeld sterk inkomenseffect: respectievelijk 32, 30, 30 en 30 procent van de bezoekers van deze podiumkunsten verwacht veel of heel effect op het inkomen (versus 24 procent voor Nederland totaal)



18

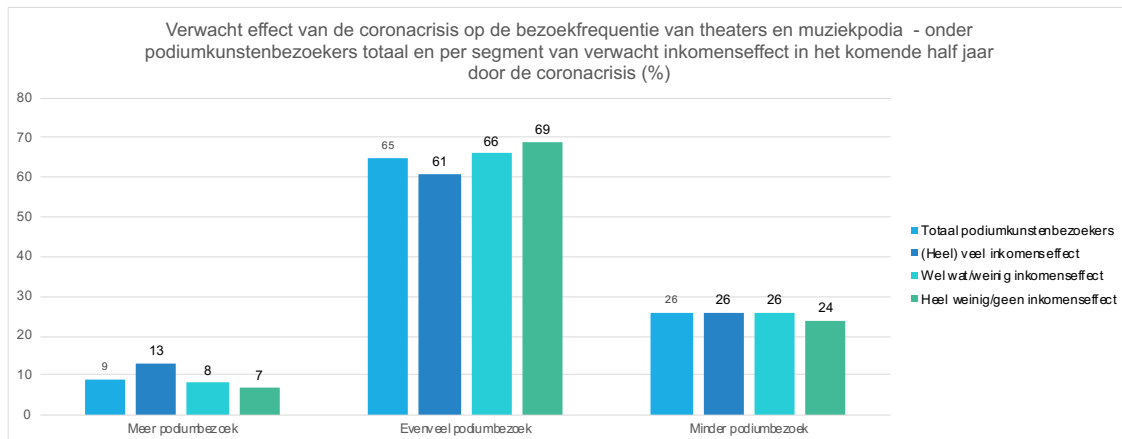
Vraag: Als u naar het komend half jaar vooruitkijkt verwacht u dan dat de coronacrisis veel of weinig invloed heeft op het inkomen in uw huishouden?

Hendrik Beerda .
brand consultancy

18

Financiële onzekerheid lijkt weinig invloed te hebben op het bezoek aan theaters en muziekpodia

- Bij mensen met een groter inkomenseffect door de crisis ligt het percentage dat na de heropening meer naar podia verwacht te gaan het hoogst (13% versus 9% gemiddeld)



19

Vraag 1: Denkt u na de heropening meer, evenveel of minder naar een Nederlands theater of muziekpodium te gaan, vergeleken met dezelfde periode vorig jaar?; Vraag 2: Als u naar het komend half jaar vooruitkijkt verwacht u dan dat de coronacrisis veel of weinig invloed heeft op het inkomen in uw huishouden?

Hendrik Beerda .
brand consultancy

19

3. Conclusies & aanbevelingen

20

Hendrik Beerda .
brand consultancy

20

Conclusies

- Onder de bezoekers van podiumkunsten zegt 74 procent de Nederlandse theaters en muziekpodia even veel of meer te gaan bezoeken na heropening. 26 procent verwacht het bezoek in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar te verminderen.
- 21 procent van de bezoekers van de podiumkunsten verwacht direct na heropening weer een voorstelling of concert te gaan bezoeken. 69 procent denkt een bezoek aan de podiumkunsten meer dan een maand uit te stellen na de heropening van de theaters en podia.
- Voor de podiumkunstenbezoekers vormen de afstand tot de medebezoekers en het aantal bezoekers in de zaal de belangrijkste redenen om niet direct naar een voorstelling of concert te gaan na heropening.
- In de provincie Noord-Brabant wordt veel vaker dan gemiddeld het aantal bezoekers in de zaal als belemmering genoemd. Ook in Flevoland speelt dit punt duidelijk sterker.
- In de noordelijke provincies ziet men juist minder problemen met het aantal bezoekers in de zaal. Ook ziet men minder bezwaren om kleine podia te bezoeken.
- 65-plussers maken zich veel meer zorgen om het gebruik van het toilet, het aantal bezoekers bij de entree, de deurklinken/trapleuningen en de beperkte ruimte in een kleine zaal.
- Financiële onzekerheid lijkt weinig invloed te hebben op het bezoek aan theaters en muziekpodia.

21

Hendrik Beerda.
brand consultancy

21

Aanbevelingen

1. Gebruik de onderzoeksresultaten bij het nemen van de **voorzorgsmaatregelen voor de heropening**, met speciale aandacht voor de belemmeringen die de bezoekers zien
 2. Leg in de **communicatie naar de bezoekers** speciale nadruk op deze genomen voorzorgsmaatregelen om hun zorgen over het bezoek zo effectief mogelijk weg te nemen
 3. Gebruik **bezoekersonderzoek** om te meten of de genomen voorzorgsmaatregelen voldoende zijn voor de ervaren bezoekersveiligheid, de bezoekerstevredenheid en de herhaalbezoekintentie
 4. Communiceer de uitkomsten van dit bezoekersonderzoek naar nieuwe bezoekers, voor de versterking van hun gevoel van veiligheid voorafgaand aan het bezoek
- Tot slot: hanteer een differentiële communicatiestrategie, met verschillende boodschappen voor vrouwen en mannen én voor jongeren en ouderen

22

Hendrik Beerda.
brand consultancy

22