

## Persbericht 7<sup>e</sup> editie van het tweejaarlijkse Cultuursector Merkenonderzoek

*POPULAIRDER DAN MAX VERSTAPPEN EN CHANTAL JANZEN*

### ANDRÉ VAN DUIN MEEST GELIEFDE NEDERLANDER

**Niet een topsporter of volkszanger, maar de 71-jarige komiek André van Duin is de populairste Nederlander. Zelfs sportheld Max Verstappen kan niet tippen aan het ijzersterke imago van André van Duin. Dit blijkt uit de zevende editie van het tweejaarlijkse Cultuursector Merkenonderzoek van Hendrik Beerda Brand Consultancy onder 3.450 volwassen Nederlanders. Chantal Janzen en Guus Meeuwis nemen de tweede en derde positie in op de ranglijst van meest gewaardeerde cultuurmakers.**

‘Waarschijnlijk onbewust volgt André van Duin perfect de regels van het bouwen van een sterk merk. Hij weet zich continu te vernieuwen en blijft zijn brede achterban verrassen’, aldus merkadviseur Hendrik Beerda. ‘Naast zijn succesvolle tv-optredens in *Heel Holland Bakt* en *De Wereld Draait Door* verraste hij de Nederlandse tv-kijker afgelopen jaar met zijn serieuzere rol in de serie *Het geheim van Hendrik Groen*. Ondanks de dalende kijkcijfers is televisie voor topmerken nog steeds hét medium om bij het brede publiek een sterk imago te kweken. De populariteitsgroei van Chantal Janzen heeft zij vooral te danken aan haar televisieshows.’

#### **Top-10 van cultuurmakers met de sterkste reputatie in 2018 (+ positie in 2016), gerangschikt naar merkkracht (= gemiddelde van bekendheid, waardering en binding)**

- |                       |                           |
|-----------------------|---------------------------|
| 1. (1) André van Duin | 6. (5) Ilse DeLange       |
| 2. (8) Chantal Janzen | 7. (14) Carice van Houten |
| 3. (2) Guus Meeuwis   | 8. (19) Jochem Myjer      |
| 4. (7) André Rieu     | 9. (12) Jeroen Krabbé     |
| 5. (4) Marco Borsato  | 10. (15) Armin van Buuren |

#### **Andere opvallende conclusies uit het onderzoek:**

- Dj's Martin Garrix en Hardwell stijgen hardst; Paul van Vliet en Claudia de Breij dalen meest
- Actrice Angela Schijf is de nieuwkomer met het sterkste imago
- Artiesten met een nationale reputatie zijn gemiddeld 50 jaar; 21-jarige Maan is het jongst
- 1 op 3 cultuurmakers met een nationale uitstraling is cabaretier
- Gemiddelde Nederlander kan geen enkele levende, Nederlandse kunstenaar opnoemen

#### **Dj's Martin Garrix en Hardwell stijgen hardst; Paul van Vliet en Claudia de Breij dalen**

In 2018 prijken dezelfde dj's en musici op de ranglijst van populairste cultuurprofessionals als in 2016. Enige verschil is dat Martin Garrix, na twee keer uitgeroepen te zijn als beste dj ter wereld, een plaatsje is geklommen ten koste van collega-dj Hardwell. De populariteit van Martin Garrix en Hardwell steeg in de afgelopen twee jaar het meest van alle artiesten. De grootste dalers waren Paul van Vliet, die vorig najaar het einde van zijn carrière aankondigde, en cabaretière Claudia de Breij.

#### **Musici en dj's met een nationale reputatie in 2018 (+ positie in 2016)**

- |                         |                             |
|-------------------------|-----------------------------|
| 1. (1) André Rieu       | 5. (5) Jaap van Zweden      |
| 2. (2) Armin van Buuren | 6. (6) Afrojack             |
| 3. (3) Tiësto           | 7. (8) <u>Martin Garrix</u> |
| 4. (4) Wibi Soerjadi    | 8. (7) <u>Hardwell</u>      |

#### **Actrice Angela Schijf is de nieuwkomer met het sterkste imago**

In de afgelopen twee jaar is het zeven artiesten gelukt om als nieuwkomer tot de nationale top door te dringen. Angela Schijf heeft van hen het sterkste imago. Slechts zes andere acteurs en actrices zijn nu populairder dan Schijf. Andere sterke nieuwkomers zijn Thomas Acda (dankzij zijn succesvolle optreden in de musical *Fiddler on the Roof*), zanger André Hazes Jr. en Waylon (die Nederland vertegenwoordigt tijdens het komende Eurovisiesongfestival).

Acteurs en regisseurs (m/v) met een nationale reputatie in 2018 (+ positie in 2016)

- |                             |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| 1. (2) Chantal Janzen       | 9. (8) Huub Stapel       |
| 2. (4) Carice van Houten    | 10. (-) Thomas Acda      |
| 3. (3) Jeroen Krabbé        | 11. (12) Famke Janssen   |
| 4. (5) Katja Schuurman      | 12. (11) Barry Atsma     |
| 5. (6) Monique van de Ven   | 13. (13) Thom Hoffman    |
| 6. (9) Paul Verhoeven       | 14. (-) Tygo Gernandt    |
| 7. (-) <u>Angela Schijf</u> | 15. (16) Michiel Huisman |
| 8. (7) Rutger Hauer         |                          |

## Artiesten met een nationale reputatie zijn gemiddeld 50 jaar; 22-jarige Maan is het jongst

De 60 artiesten die een nationale merkstatus hebben, zijn gemiddeld 50 jaar oud. 'Ook bij artiesten zie je dat het jaren duurt om een sterk merk op te bouwen', verklaart merkadviseur Beerda. 'De enige twintigers in de cultuurtop zijn de 22-jarige zangeres Maan en André Hazes Jr. die 24 jaar is. Paul van Vliet is de enige tachtiger onder de toptiesten.'

Zangers (m/v) met een nationale reputatie in 2018 (+ positie in 2016)

- |                      |                                |
|----------------------|--------------------------------|
| 1. (1) Guus Meeuwis  | 9. (9) Gerard Joling           |
| 2. (2) Marco Borsato | 10. (11) Miss Montreal         |
| 3. (3) Ilse DeLange  | 11. (-) <u>André Hazes Jr.</u> |
| 4. (5) Anouk         | 12. (13) René Froger           |
| 5. (7) Frans Bauer   | 13. (10) Trijntje Oosterhuis   |
| 6. (4) Nick & Simon  | 14. (-) Waylon                 |
| 7. (6) Ali B         | 15. (-) <u>Maan</u>            |
| 8. (8) Jan Smit      |                                |

## 1 op 3 cultuurmakers met een nationale uitstraling is cabaretier

Opvallend veel cabaretiers en komieken staan in de nationale cultuurtop. Bij het vorige onderzoek van 2016 waren dit er overigens nog 24. In de tussentijd is de populariteit van Ronald Goedemondt, Hans Sibbel, Sara Kroos en Jan Jaap van der Wal dusdanig geslonken dat zij uit het zicht zijn van de gemiddelde Nederlander.

Cabaretiers en komieken met een nationale reputatie in 2018 (+ positie in 2016)

- |                           |                           |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. (1) André van Duin     | 11. (16) Guido Weijers    |
| 2. (5) Jochem Myjer       | 12. (13) Hans Teeuwen     |
| 3. (3) Youp van 't Hek    | 13. (15) Theo Maassen     |
| 4. (2) Herman Finkers     | 14. (18) Bert Visscher    |
| 5. (10) Najib Amhali      | 15. (12) Freek de Jonge   |
| 6. (7) Tineke Schouten    | 16. (14) Paul van Vliet   |
| 7. (4) Herman van Veen    | 17. (21) Jandino Asporaat |
| 8. (9) Karin Bloemen      | 18. (19) Dolf Jansen      |
| 9. (11) Brigitte Kaandorp | 19. (20) Javier Guzman    |
| 10. (8) Claudia de Breij  | 20. (-) Harrie Jekkers    |

## Gemiddelde Nederlander kan geen enkele levende, Nederlandse kunstenaar opnoemen

Opvallende afwezigen in de ranglijst van beroemdste, Nederlandse cultuurmakers zijn de beeldende kunstenaars. Sinds de start van het onderzoek in 2006 hebben slechts drie kunstenaars een nationale reputatie behaald: fotograaf Anton Corbijn (in 2008, 2012 en 2016), kunstschilder Ans Markus (2010) en fotograaf Erwin Olaf (2012). Het aantal ontwerpers met nationale uitstraling was niet eerder zo beperkt. Alleen interieurontwerper Jan des Bouvrie en mode-iconen Viktor & Rolf staan in de nationale top. In 2010 hadden nog zeven ontwerpers en ontwerpduo's een landelijke toppositie.

Kunstenaars en ontwerpers met een nationale reputatie in 2018 (+ positie in 2016)

1. (1) Jan des Bouvrie
2. (3) Viktor & Rolf

### Onderzoek onder 3.450 respondenten

Voor het onderzoek zijn 3.450 respondenten in twee fasen ondervraagd. Eerst is de spontane bekendheid van alle cultuurprofessionals onderzocht. Daarna is voor de 60 bekendste professionals in detail navraag gedaan naar hun geholpen bekendheid, waardering, binding, merkpersoonlijkheid, merkprestatie, bezoek/aankoop(intentie) en groeipotentie. Elk merk is op 40 factoren onderzocht.

### Noot voor de redactie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Hendrik Beerda: 06 - 51 05 49 09 of [mail@hendrikbeerda.nl](mailto:mail@hendrikbeerda.nl)

### Bijlage 1: Ranglijst van alle Nederlandse cultuurmakers met een nationale reputatie in 2018 (+ positie in 2016), gerangschikt naar merkkracht (= gemiddelde van bekendheid, waardering en binding)

- |                             |                              |
|-----------------------------|------------------------------|
| 1. (1) André van Duin       | 31. (24) Karin Bloemen       |
| 2. (8) Chantal Janzen       | 32. (32) Miss Montreal       |
| 3. (2) Guus Meeuwis         | 33. (-) André Hazes Jr.      |
| 4. (7) André Rieu           | 34. (26) Brigitte Kaandorp   |
| 5. (4) Marco Borsato        | 35. (36) René Froger         |
| 6. (5) Ilse DeLange         | 36. (29) Trijntje Oosterhuis |
| 7. (14) Carice van Houten   | 37. (50) Famke Janssen       |
| 8. (19) Jochem Myjer        | 38. (49) Barry Atsma         |
| 9. (12) Jeroen Krabbé       | 39. (23) Claudia de Breij    |
| 10. (15) Armin van Buuren   | 40. (-) Waylon               |
| 11. (22) Katja Schuurman    | 41. (46) Guido Weijers       |
| 12. (10) Anouk              | 42. (51) Thom Hoffman        |
| 13. (27) Monique van de Ven | 43. (39) Hans Teeuwen        |
| 14. (11) Youp van 't Hek    | 44. (43) Wibi Soerjadi       |
| 15. (6) Herman Finkers      | 45. (42) Theo Maassen        |
| 16. (35) Paul Verhoeven     | 46. (52) Bert Visscher       |
| 17. (17) Frans Bauer        | 47. (-) Tygo Gernandt        |
| 18. (-) Angela Schijf       | 48. (38) Freek de Jonge      |
| 19. (9) Nick & Simon        | 49. (53) Jaap van Zweden     |
| 20. (30) Rutger Hauer       | 50. (54) Afrojack            |
| 21. (25) Najib Amhali       | 51. (-) Maan                 |
| 22. (16) Ali B              | 52. (58) Viktor & Rolf       |
| 23. (18) Jan Smit           | 53. (40) Paul van Vliet      |
| 24. (21) Tineke Schouten    | 54. (61) Jandino Asporaat    |
| 25. (41) Jan des Bouvrie    | 55. (55) Dolf Jansen         |
| 26. (31) Huub Stapel        | 56. (66) Martin Garrix       |
| 27. (28) Gerard Joling      | 57. (63) Hardwell            |
| 28. (13) Herman van Veen    | 58. (64) Michiel Huisman     |
| 29. (33) Tiësto             | 59. (56) Javier Guzman       |
| 30. (-) Thomas Acda         | 60. (-) Harrie Jekkers       |

**Bijlage 2: Details over het Cultuursector Merkenonderzoek 2018**

- Het Cultuursector Merkenonderzoek meet sinds 2006 de kracht en reputatie van alle Nederlandse cultuurprofessionals en cultuurorganisaties. Het *nationale* cultuuronderzoek onder volwassenen vindt tweejaarlijks plaats in de even jaren. Het *provinciale* verdiepingsonderzoek en het nationale onderzoek onder *jongeren* gebeurt in de oneven jaren.
- Het onderzoek wordt in eigen beheer uitgevoerd en heeft dus geen opdrachtgever of andere belanghebbende.
- Het onderliggende onderzoeksmodel BrandAlchemy™ is met de Universiteit van Amsterdam ontwikkeld.
- Met het onderzoeksmodel BrandAlchemy™ wordt ook merkenonderzoek uitgevoerd in de boeken-, dagattractie-, evenementen-, goededoelen-, overheids-, retail-, sponsor-, sport- en ziekenhuissector en voor steden, streken en provincies.
- Sinds 2006 zijn met het onderzoeksmodel 3.000 merken gemeten en hebben 500.000 respondenten aan de onderzoeken deelgenomen.
- Het Cultuursector Merkenonderzoek 2018 is uitgevoerd door een professioneel onderzoeksbureau dat bijvoorbeeld ook verantwoordelijk is voor de marktonderzoeken van NOS, Rabobank en Albert Heijn.
- De vragenlijst is online voorgelegd aan een representatieve steekproef van 3.450 volwassen Nederlanders die lid zijn van een online panel. Er zijn voldoende respondenten ondervraagd om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over de onderzochte cultuurmerken.
- De respondenten zijn in twee fasen ondervraagd. Eerst is de spontane bekendheid van alle cultuurprofessionals onderzocht. Daarna is voor de 60 bekendste professionals in detail navraag gedaan naar hun geholpen bekendheid, waardering, binding, merkpersoonlijkheid, merkprestatie, bezoek/aankoop(intentie) en groeipotentie. Elk merk is op 40 factoren onderzocht.
- De theorie die ten grondslag ligt aan het merkenmodel BrandAlchemy™ is eenvoudig en breed geaccepteerd in de merkenliteratuur: een merk ontwikkelt zich in drie fasen (bekendheid, waardering en binding). Om deze drie fasen te kunnen doorlopen moet het merk een relevant onderscheidende positie innemen ten opzichte van de concurrentie, de merkpositionering. Deze merkpositionering wordt gerealiseerd met de ontwikkeling van merkpersoonlijkheid en merkprestatie.