

Persbericht

PROVINCIE MET ZWAKSTE CULTUURAAANBOD BEZUINIGT HET MEEST OP CULTUUR

Terwijl de inwoners van Overijssel het minst tevreden zijn met het cultuuraanbod in hun provincie, bezuinigt deze provincie het sterkst op cultuur. Sinds 2011 zijn de Overijsselse uitgaven aan cultuur met maar liefst 75 procent gedaald. Noord-Hollanders zijn het meest trots op hun musea, podia, bioscopen en festivals. Ook in deze provincie daalt het cultuurbudget echter fors. Het Rijksmuseum heeft in de afgelopen twee jaar een sterrenstatus bereikt en wordt nu zelfs meer gewaardeerd dan het Anne Frank Huis. Dit blijkt uit een grootschalig merkenonderzoek door Hendrik Beerda Brand Consultancy onder 15.700 Nederlanders.

Het enthousiasme onder de Overijsselaars voor de cultuurorganisaties in hun provincie is zeer beperkt. Beeldbepalende musea en theaters ontbreken. Ook het festival- en bioscoopaanbod wordt door de provinciebewoners gemiddeld gewaardeerd. Bij het vorige onderzoek in 2013 kwam Overijssel ook als zwakste cultuurprovincie uit de bus. 'Het Dickens Festijn is, net als in 2013, de meest gewaardeerde cultuurorganisatie in Overijssel', aldus merkadviseur Hendrik Beerda. 'De Deventer Boekenmarkt en het Bevrijdingsfestival staan op plaats twee en drie op de ranglijst van 50 sterkste cultuurmerken. Opmerkelijk is dat de provincie Overijssel zo sterk blijft bezuinigen op cultuur terwijl deze sector er al zo zwak voorstaat. Uit recent onderzoek van Berenschot in opdracht van de Boekmanstichting blijkt dat in de afgelopen vier jaar driekwart van het Overijsselse cultuurbudget is geschrapt.'

Top-3 sterkste cultuurmerken Overijssel (+ positie in 2013)

1. Dickens Festijn (1)
2. Deventer Boekenmarkt (2)
3. Bevrijdingsfestival Overijssel (3)

Cultuur is belangrijk voor het woonplezier

Uit eerder merkenonderzoek naar de beleving van provincies is gebleken dat het culturele aanbod belangrijk is voor het woonplezier. Vooral monumenten en festivals hebben een sterke invloed op het imago van een provincie onder de eigen inwoners. 'Provinciebesturen die voor de bevolking een fijne woonomgeving willen realiseren, moeten het cultuuraanbod dus goed op peil houden', verklaart Hendrik Beerda.

Rijksmuseum neemt de nummer één-positie van het Anne Frank Huis over

In Noord-Holland is het enthousiasme voor het cultuuraanbod het grootst. Sinds de laatste meting in 2013 staat dit draagvlak wel enigszins onder druk. In dezelfde periode daalde het cultuurbudget in deze provincie ook fors.

Het Rijksmuseum blijft zijn positie verder versterken. 'Tien jaar geleden leek het ondenkbaar dat een andere cultuurorganisatie de ijzersterke positie van het Anne Frank Huis kon overnemen', aldus Hendrik Beerda. 'Dankzij de succesvolle verbouwing, alle publiciteit en nu de unieke Rembrandt-tentoonstelling is het Rijksmuseum echter al twee jaar na de heropening hét museale instituut voor de Noord-Hollanders.' Op de provinciale ranglijst van sterkste cultuurmerken behoudt Carré de derde plaats. Terwijl de waardering voor Carré echter licht verzwakt, rukken concurrenten als de Ziggo Dome, Heineken Music Hall en Het Concertgebouw op.

Top-3 sterkste cultuurmerken Noord-Holland (+ positie in 2013)

1. Rijksmuseum Amsterdam (2)
2. Anne Frank Huis (1)
3. Koninklijk Theater Carré (3)

Flevoland is dé festivalprovincie van Nederland

Van alle provincies heeft Flevoland relatief het sterkste festivalaanbod. Terwijl bij de gemiddelde provincie zo'n 20 procent van de cultuurtop uit festivals bestaat, is in Flevoland bijna 40 procent van de meeste gewaardeerde cultuurorganisaties een festival. Het populairste festival is Lowlands, dat in eerder onderzoek op nationaal niveau ook sterk uit de bus kwam. Het jaarlijkse strandfestival ZAND in Almere en de gratis Meerpaaldagen in Dronten worden door de Flevolandse ook erg gewaardeerd.

Top-3 sterkste cultuurmerken Flevoland (+ positie in 2013)

1. Bataviawerf (1)
2. Aviodrome Lelystad Airport (2)
3. Lowlands (4)

Noordelijke provincies hebben een sterk aanbod van musea en tentoonstellingen

De provincie Drenthe heeft van alle provincies de meeste musea en tentoonstellingsaanbieders binnen de top-50 van populairste cultuuraanbieders. In het finalejaar van Dierenpark Emmen, dat in 2016 gaat verhuizen en dan onder de naam Wildlands verder gaat, voert deze organisatie de ranglijst weer aan. Verder voelen de Drentenaren zich enorm sterk verbonden met Herinneringscentrum Kamp Westerbork. Deze band is zelfs beduidend sterker dan die van de Noord-Hollanders met het Anne Frank Huis.

Top-3 sterkste cultuurmerken Drenthe (+ positie in 2013)

1. Dierenpark Emmen (1)
2. Herinneringscentrum Kamp Westerbork (2)
3. Drents Museum (5)

Dé trots van de Groningers blijft de Martinitoren. Net als bij het vorige onderzoek steekt dit monument met kop en schouders uit boven de rest van het Groningse cultuuraanbod. Ook Vesting Bourgtange en het Groninger Museum behoren tot het favoriete erfgoed in deze Noordelijke provincie.

De Friese trots gaat in de eerste plaats uit naar de traditionele zeilevenementen in de provincie. Voor het ruim 200 jaar oude skûtsjesilen klopt het Friese hart het hardst, maar ook de 80-jarige Sneekweek is bijzonder geliefd onder de Friezen. Het Fries Museum heeft na de heropening in 2013 een sterke positie veroverd.

Top-3 sterkste cultuurmerken Groningen
(inclusief ranglijst van 2013)

1. Martinitoren (1)
2. MartiniPlaza (6)
3. De Oosterpoort Groningen (2)

Top-3 sterkste cultuurmerken Friesland
(inclusief ranglijst van 2013)

1. skûtsjesilen (2)
2. Sneekweek (3)
3. De Kast (4)

Pathé in Zuid-Holland en Noord-Brabant de populairste cultuuraanbieder

Het bioscoopaanbod in Zuid-Holland en Noord-Brabant wordt sterk gedomineerd door Pathé. Deze nationale bioscoopketen is in de twee provincies zelfs het sterkste cultuurmerk. In Zuid-Holland hebben alleen het Rotterdamse LantarenVenster, Filmhuis Den Haag en het Leidse Lido in het arthouse-segment een positie van betekenis. De andere Zuid-Hollandse bioscopen hebben alleen een lokale functie.

In Noord-Brabant biedt een aantal theaters met bioscoopfunctie nog enig tegenwicht aan de dominantie van Pathé. De sterkste speler onder deze theaters is het Chassé Theater, maar ook de Verkadefabriek in 's-Hertogenbosch heeft een krachtige, provinciale positie.

Top-3 sterkste cultuurmerken Zuid-Holland
(inclusief ranglijst van 2013)

1. Pathé (2)
2. Ahoy Rotterdam (1)
3. North Sea Jazz Festival (4)

Top-3 sterkste cultuurmerken Noord-
Brabant (inclusief ranglijst van 2013)

1. Pathé (1)
2. Nationaal Monument Kamp Vught (3)
3. 013 (2)

Het Spoorwegmuseum vecht zicht terug naar de eerste positie in Utrecht

Voor de inwoners van de provincie Utrecht is Het Spoorwegmuseum weer de belangrijkste culturele locatie. Vijf jaar geleden bekleedde Het Spoorwegmuseum deze toppositie ook al, maar verloor deze in 2013 aan de Domtoren. Opvallende nieuwkomer in de ranglijst van populairste cultuurbestemmingen is het Nationaal Militair Museum. Dit nieuwe museum in Soest opende in december 2014 zijn deuren en heeft sindsdien al bijna 200.000 bezoekers ontvangen. Vanuit het niets bekleedt het museum nu de 14^e positie in de Utrechtse cultuurtop en laat hiermee gerenommeerde musea als het Centraal Museum achter zich.

Top-3 sterkste cultuurmerken Utrecht (+ positie in 2013)

1. Het Spoorwegmuseum (2)
2. Domtoren (1)
3. Paleis Soestdijk (3)

Popmuziek domineert het Zeeuwse en Limburgse cultuurprofiel

Het culturele imago van de provincies Zeeland en Limburg wordt in de eerste plaats bepaald door het aanbod van popmuziek. In Zeeland zijn BLØF en Racoon de beeldbepalende cultuurorganisaties. In Limburg staat festival Pinkpop op de eerste positie, gevolgd door popgroep Rowwen Hèze.

Top-3 sterkste cultuurmerken Zeeland

1. BLØF (1)
2. Racoon (2)
3. Deltapark Neeltje Jans (3)

Top-3 sterkste cultuurmerken Limburg

1. Pinkpop (2)
2. Rowwen Hèze (1)
3. MECC Maastricht (3)

Gelderse bevolking lauw over cultuuraanbod, ondanks fors ruimer budget

In de provincie Gelderland is het cultuurbudget in de afgelopen jaren het sterkst gestegen. Toch ligt de waardering voor het cultuuraanbod nog onder het landelijk gemiddelde. De Gelderse bevolking is weliswaar zeer te spreken over het Openluchtmuseum, het Kröller-Müller Museum en Paleis Het Loo maar over de hele linie is de stemming nog relatief lauw.

Top-3 sterkste cultuurmerken Gelderland (+ positie in 2013)

1. Nederlands Openluchtmuseum Arnhem (1)
2. Kröller-Müller Museum (3)
3. Paleis Het Loo (2)

Onderzoek onder 15.700 respondenten

Voor het onderzoek zijn 15.700 respondenten in twee fases ondervraagd. Eerst is per provincie de spontane bekendheid van de duizenden merken in de cultuursector onderzocht. Daarna is per provincie voor de 50 bekendste merken navraag gedaan naar de merkkracht. Met het onderzoek is het maatschappelijk draagvlak van alle Nederlandse bioscopen, filmhuizen, culturele festivals en evenementen, musea, tentoonstellingsaanbieders, monumenten, podia en dans-, muziek-, theater- en operagezelschappen gemeten. Ook maakt het onderzoek duidelijk wat het bezoekerspotentieel van cultuurorganisaties is. De onderzoeksgroep is representatief voor de Nederlandse bevolking boven 18 jaar.

Noot voor de redactie

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

Bijlage 1: Ranglijst van het draagvlak van het provinciale cultuuraanbod (+ vergelijking met 2013)

In de provincie Noord-Holland is het draagvlak voor het provinciale cultuuraanbod het sterkst (index 139), in Overijssel heeft men de minste waardering voor de eigen cultuurorganisaties (index 74).

De index is gebaseerd op de gemiddelde merkkracht van de 50 sterkste cultuurmerken per provincie. Index 100 = de gemiddelde score van de top 50's van alle provincies.

- | | |
|--|---|
| 1. Noord-Holland (index: 139; 2013: 145) | 7. Zeeland (index: 98; 2013: 94) |
| 2. Friesland (index: 119; 2013: 125) | 8. Limburg (index: 96; 2013: 94) |
| 3. Groningen (index: 118; 2013: 121) | 9. Gelderland (index: 91; 2013: 86) |
| 4. Zuid-Holland (index: 107; 2013: 101) | 10. Flevoland (index: 78; 2013: 76) |
| 5. Drenthe (index: 104; 2013: 107) | 11. Noord-Brabant (index: 77; 2013: 73) |
| 6. Utrecht (index: 99; 2013: 104) | 12. Overijssel (index: 74; 2013: 73) |

Bijlage 2: Details over het Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2015

Algemene informatie over het merkenonderzoek

- Sinds 2006 voert Hendrik Beerda Brand Consultancy grootschalig merkenonderzoek uit in de cultuursector.
- 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.
- Tweejaarlijks wordt met het onderzoeksmodel BrandAlchemy™ ook merkenonderzoek uitgevoerd in de boeken-, dagattractie-, goededoelen-, sponsor-, sport- en ziekenhuissector en voor steden, streken en provincies.
- Sinds 2006 zijn met het onderzoeksmodel ruim 2.000 merken gemeten en hebben 250.000 respondenten aan de onderzoeken deelgenomen.
- De theorie die ten grondslag ligt aan het merkenmodel BrandAlchemy™ is eenvoudig en breed geaccepteerd in de merkenliteratuur: een succesvol 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.

Aanvullende informatie over het Cultuursector Merkenonderzoek Provincies

- Het Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 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 15.700 Nederlanders die lid zijn van een online panel. Er zijn voldoende respondenten ondervraagd om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over de onderzochte cultuurmerken.
- In twee stappen is het onderzoek uitgevoerd. Eerst is per provincie de spontane bekendheid van de duizenden organisatienamen in de cultuursector onderzocht. Daarna is per provincie voor de 50 bekendste merken navraag gedaan naar de geholpen bekendheid, waardering en binding. Met het onderzoek is het maatschappelijk draagvlak van alle Nederlandse bioscopen, filmhuizen, culturele festivals en evenementen, musea, tentoonstellingaanbieders, monumenten, podia en dans-, muziek-, theater- en operagezelschappen gemeten.

Bijlage 3: Ontwikkeling provinciale uitgaven aan kunsten, erfgoed & letteren (2011-2015)

Op verzoek van de Boekmanstichting (nationaal kenniscentrum voor kunst, cultuur en beleid) heeft adviesbureau Berenschot de begrotingen van alle provincies onderzocht op de uitgaven aan kunsten, erfgoed en letteren.

De Provincie Overijssel blijkt in de periode 2011-2015 het meest te bezuinigen op de cultuuruitgaven. In Drenthe, Zuid-Holland, Friesland en Gelderland stijgt het cultuurbudget in deze periode.

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Overijssel: -75% | 7. Zeeland: -11% |
| 2. Utrecht: -46% | 8. Groningen: -9% |
| 3. Noord-Holland: -42% | 9. Drenthe: +11% |
| 4. Flevoland: -22% | 10. Zuid-Holland: +15% |
| 5. Noord-Brabant: -21% | 11. Friesland: +16% |
| 6. Limburg: -20% | 12. Gelderland: +19% |

Bron: Onderzoek Berenschot, februari/maart 2015 in opdracht van de Boekmanstichting; zie www.boekman.nl