



Effecten coronacrisis op het Nederlandse museumbezoek

Resultaten 1^e onderzoek
Mei 2020

Inhoud

1. Introductie Cultuursector Merkenonderzoek
2. Verwachte effecten coronacrisis op het Nederlandse museumbezoek
3. Conclusies & aanbevelingen

1. Introductie Cultuursector Merkenonderzoek

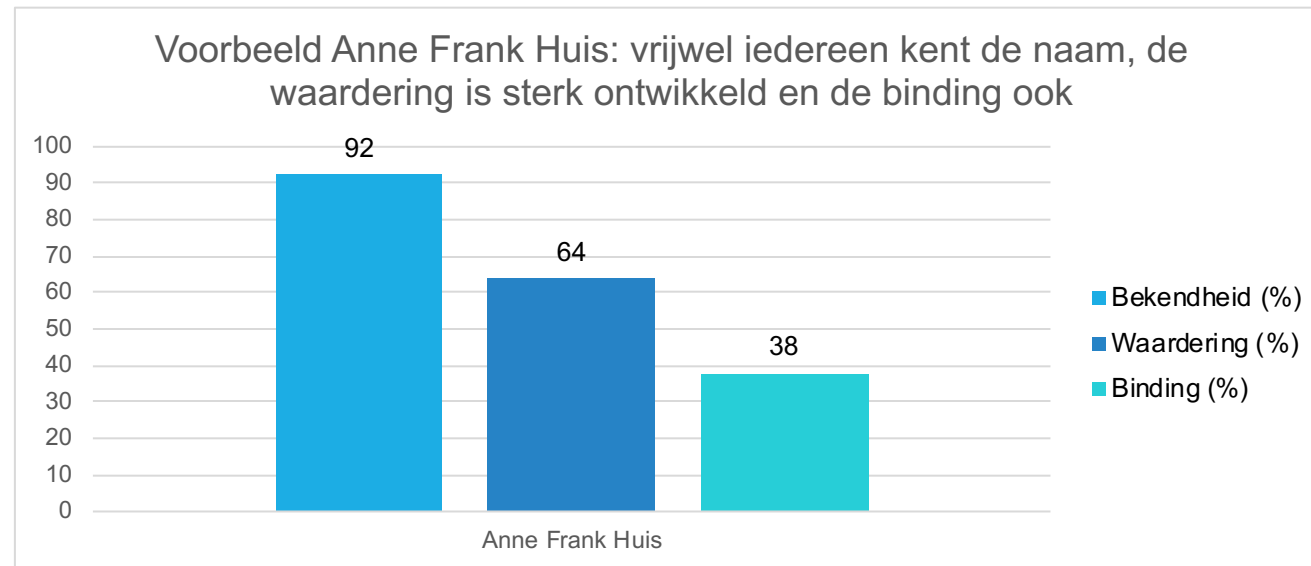
Inhoud Cultuursector Merkenonderzoek

- 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

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 beslaat 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

'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

Festival en klassiek concert zijn statussymbool



Bron: MarketingTribune, 22 mei 2018

Naar museum en theater ga je als je moeder het vraagt

Jongeren en cultuur

Onderzoek onder 1.800 jongeren van 4 tot 18 wijst uit: zelf willen ze het liefst naar de bioscoop. En cultureel initiatief komt van moeders, niet van vaders.

Gretha Pans © 23 maart 2017



Bron: NRC, 23 maart 2017

ROTTERDAM
North Sea Jazz is 75 miljoen waard

Het North Sea Jazz Festival (NSJ) vertegenwoordigt een maatschappelijke waarde van 75 miljoen euro, blijkt uit Cultureel Merkenonderzoek van Hendrik Beerda dat morgen wordt gepresenteerd. Niet alleen in cultuurwaarde maar ook financieel levert NSJ een grote bijdrage aan Rotterdam. Het levert jaarlijks 2 miljoen euro op voor de lokale economie en doet maar beperkt beroep op overheidsdiensten.

Bron: AD, 8 maart 2011

'We houden al tien jaar lang van dezelfde artiesten'



Bron: NOS, 1 maart 2016

Cultuur doet ertoe, óók economisch

Bron: Boekmanstichting, 23 april 2020

Anne Frank verliest aandacht jongeren

Bron: Telegraaf, 21 augustus 2019

Dickens Festival Deventer sterkste cultuurmerk van Overijssel

Bron: De Stentor, 25 juni 2019

OEROL FESTIVAL 94 MILJOEN WAARD

Bron: Festivalinfo, 5 december 2008

Niet Euromast of Anne Frank Huis, maar Martinitorren is grootste provincietrots

25 juni 2019 13:50
Aangepast: 25 juni 2019 13:51



Bron: RTL, 25 juni 2019

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

'Concert at SEA levert Zeeland miljoenen op'

Bron: Omroep Zeeland, 1 juni 2013

Flevoland kritisch over culturaanbod

Bron: Omroep Flevoland, 17 maart 2015

Kinderen voor Kinderen blijft onze harten veroveren

Bron: Metro, 4 mei 2017

'André van Duin is het sterkste merk'

Twitter Facebook YouTube Instagram



Bron: RTL Nieuws, 19 februari 2018



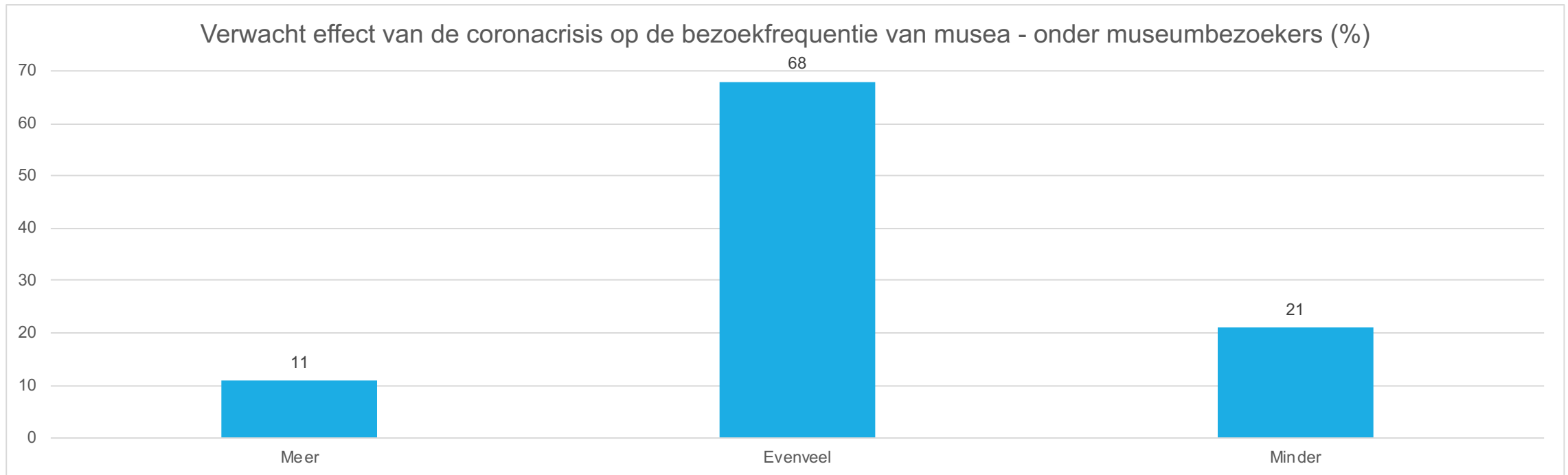
Bløf is nog steeds de regionale trots

Bron: PZC, 26 juni 2019

2. Verwachte effecten coronacrisis op het Nederlandse museumbezoek

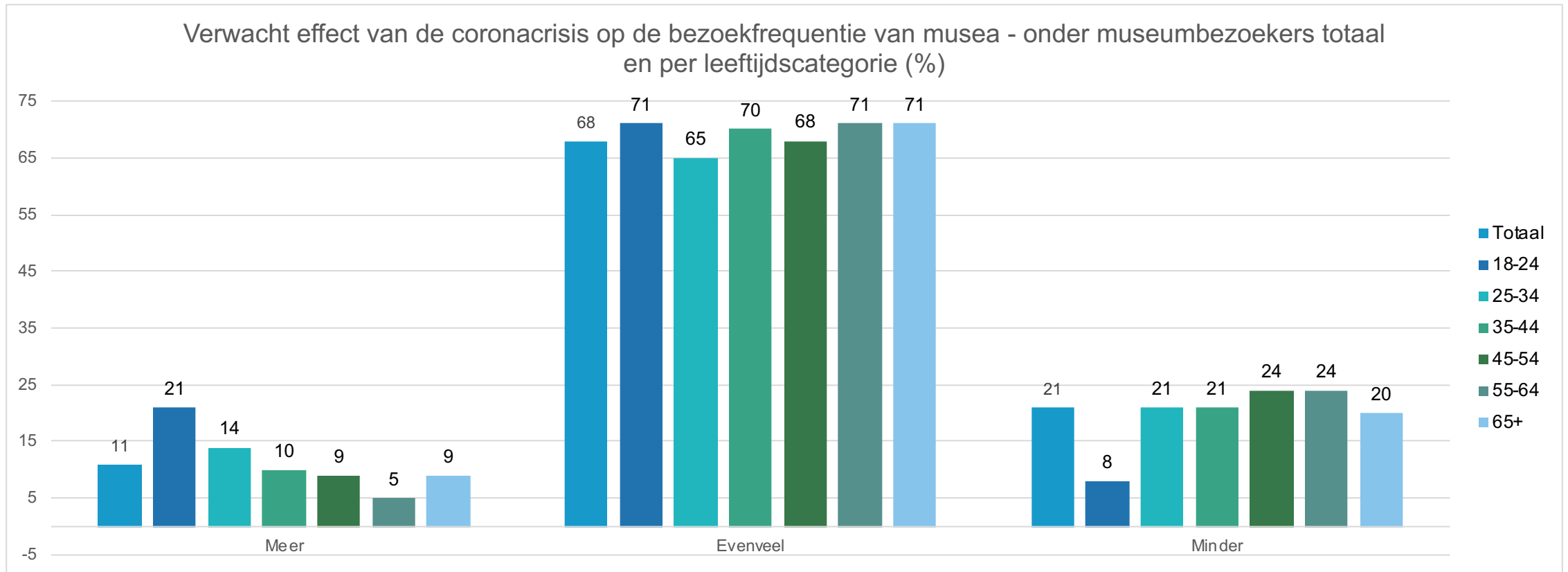
79 procent van de museumbezoekers verwacht de Nederlandse musea na heropening weer even veel óf meer te gaan bezoeken dan vorig jaar

- 21 procent denkt het museumbezoek in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar te verminderen; dit bezoekersdeel is duidelijk groter dan het deel dat een stijging van het museumbezoek verwacht (11%)
- Overtuigende communicatie dient dus ingezet te worden om het museumbezoek te stimuleren
- Voor de Nederlandse podia ligt het percentage bezoekers dat even veel of meer verwacht te komen iets lager (74%)



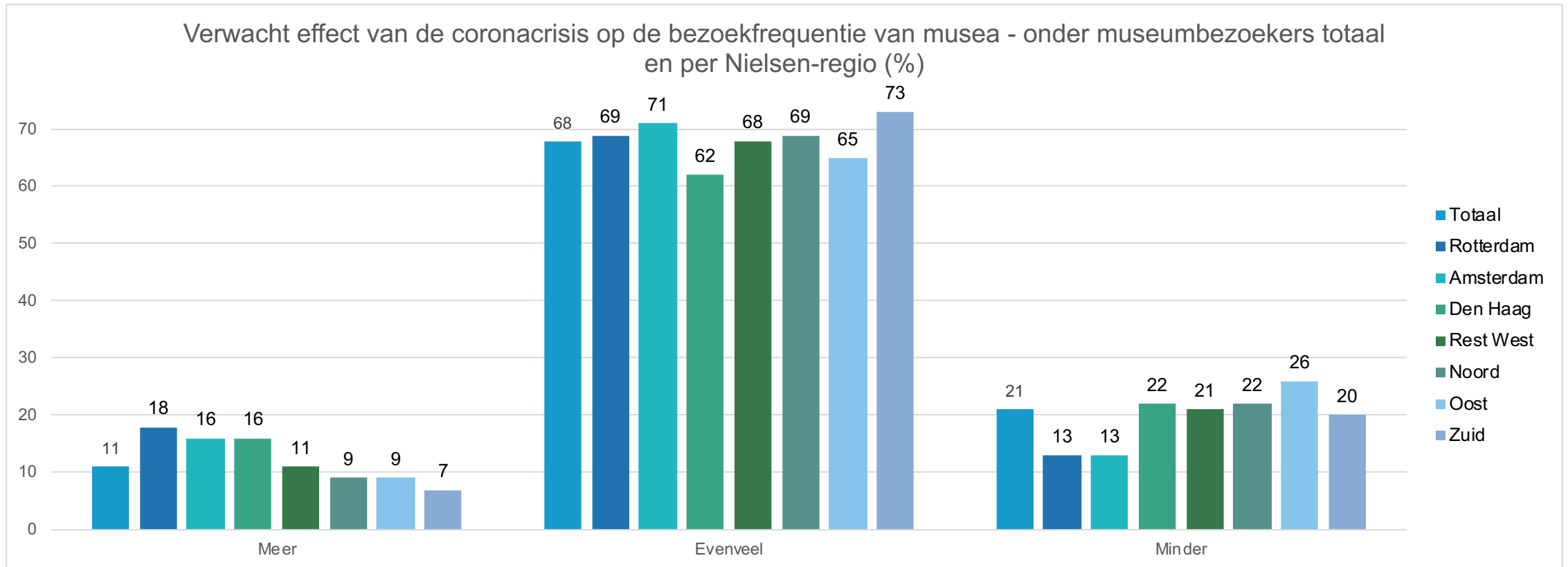
In de leeftijdscategorie 18-24 jaar verwacht 21 procent van de museumbezoekers méér naar musea te gaan na heropening

- Het percentage dat aangeeft musea minder dan vorig jaar te gaan bezoeken verschilt niet veel in de leeftijdscategorieën boven 25 jaar



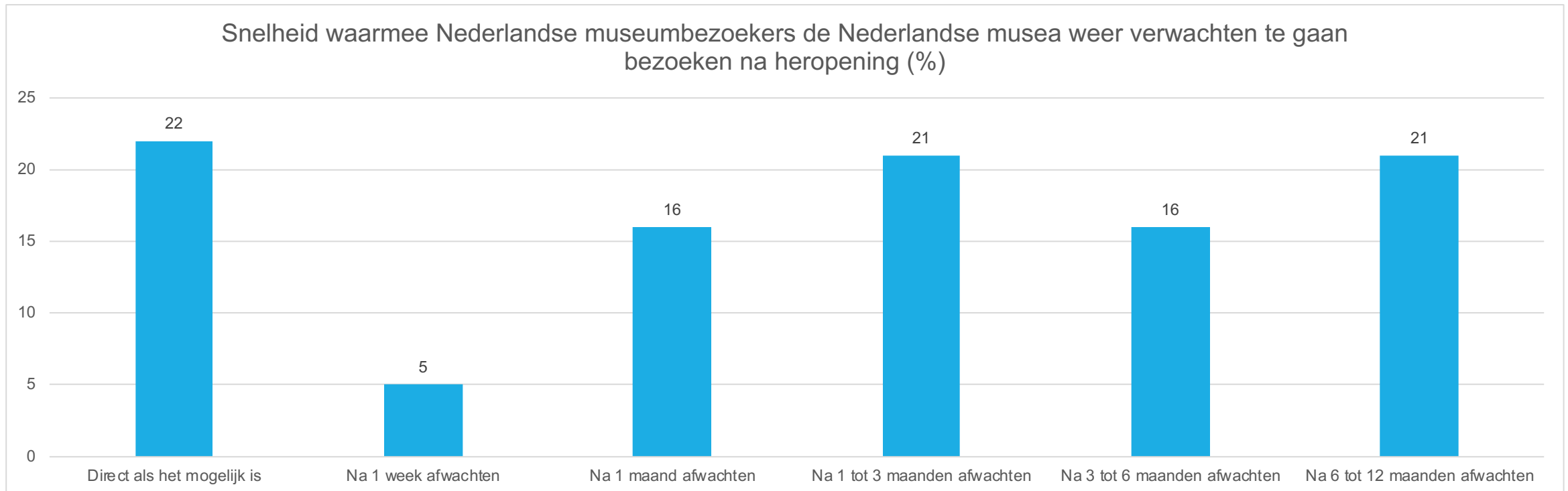
Vooraf de inwoners van de 3 grote steden verwachten méér naar musea te gaan na de heropening

- In de oostelijke provincies (met name Overijssel en Flevoland) is de verwachte daling het sterkst
- In de zuidelijke provincies wijkt de bezoekverwachting nauwelijks af van het landelijk gemiddelde



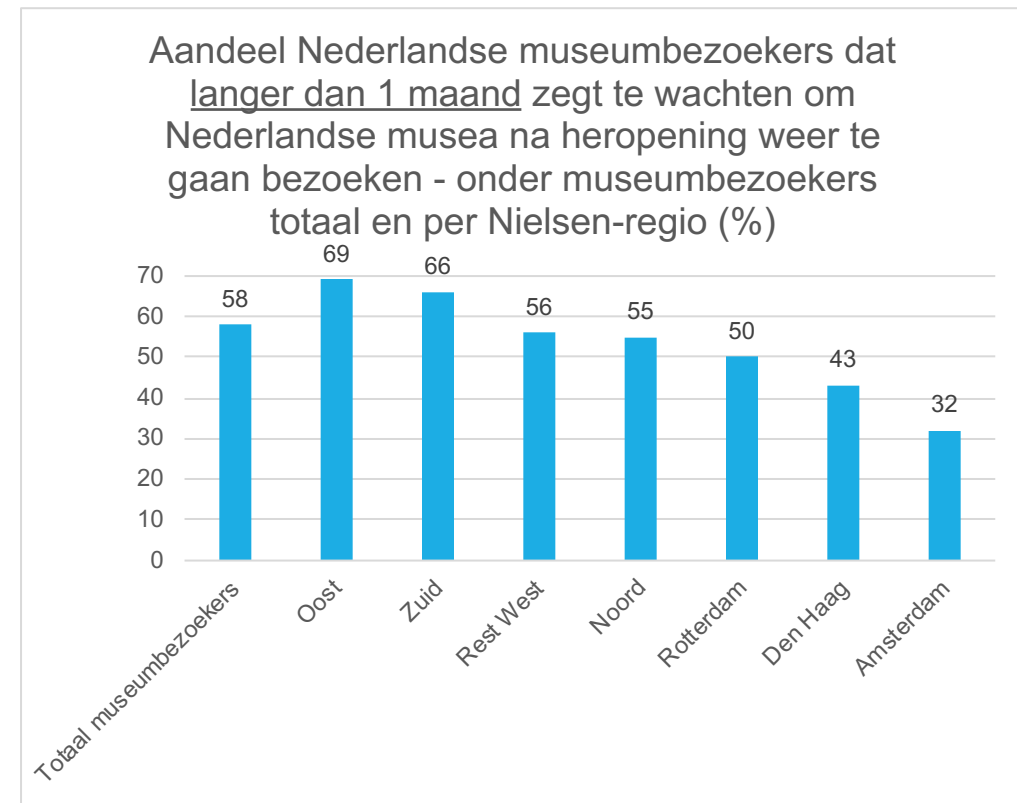
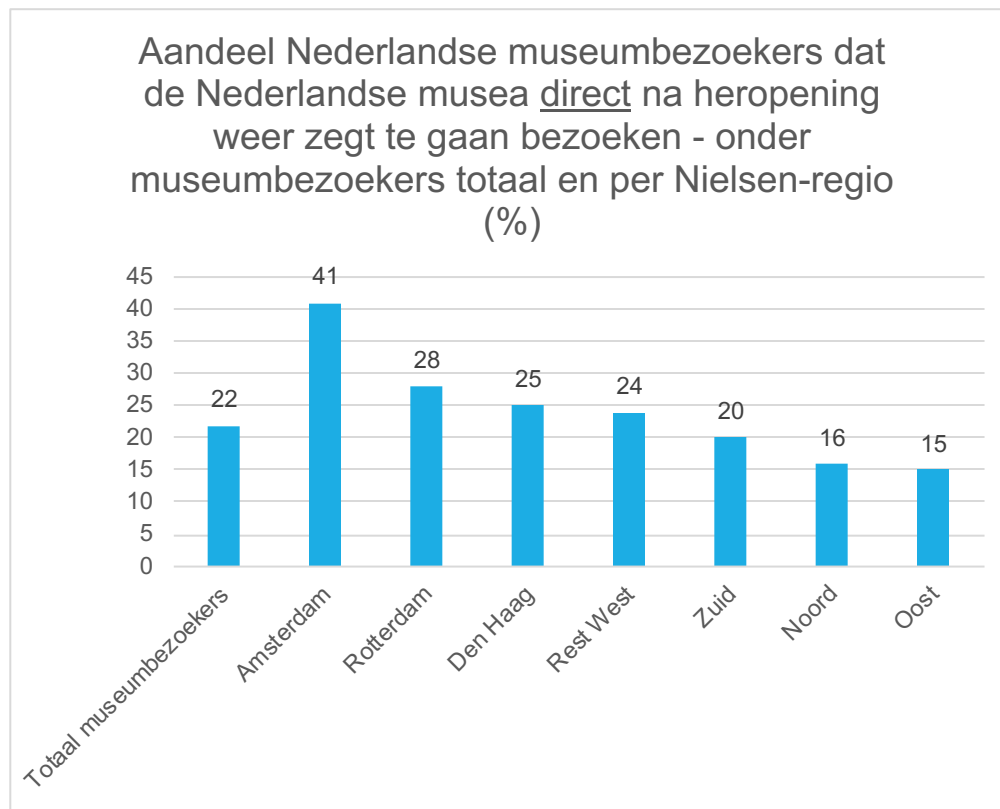
22 procent van de museumbezoekers zegt direct na heropening weer Nederlandse musea te gaan bezoeken

- 21 procent denkt maximaal een maand te wachten
- 58 procent verwacht een museumbezoek meer dan een maand uit te stellen na de heropening van de musea



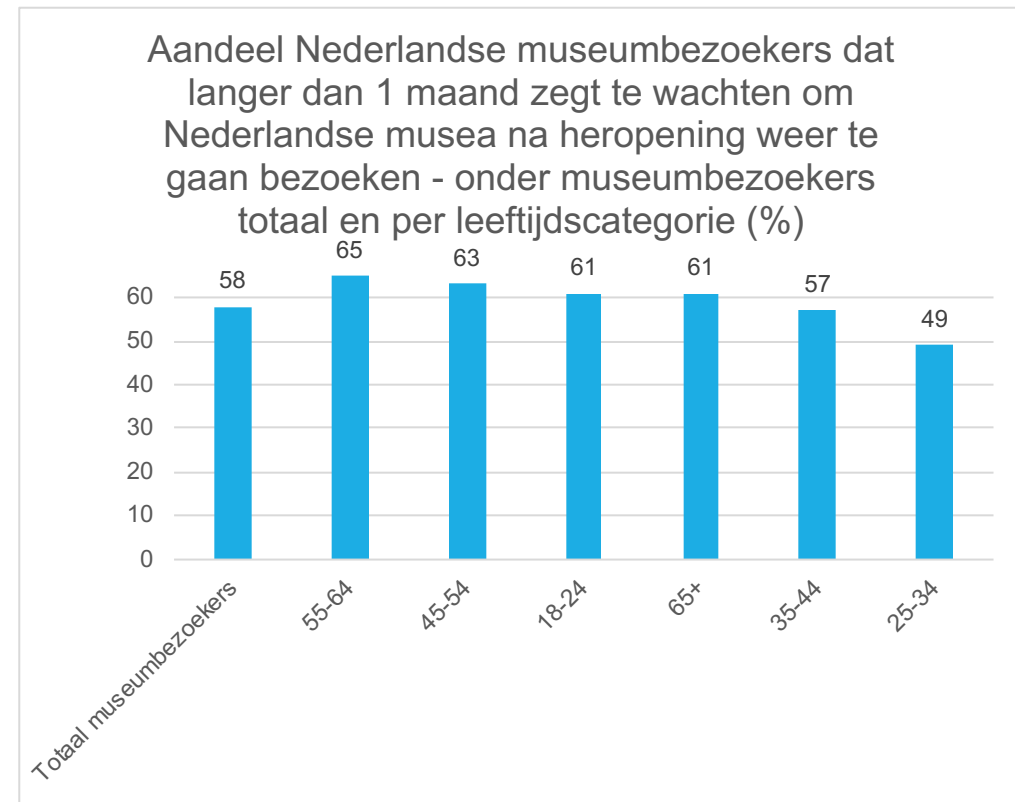
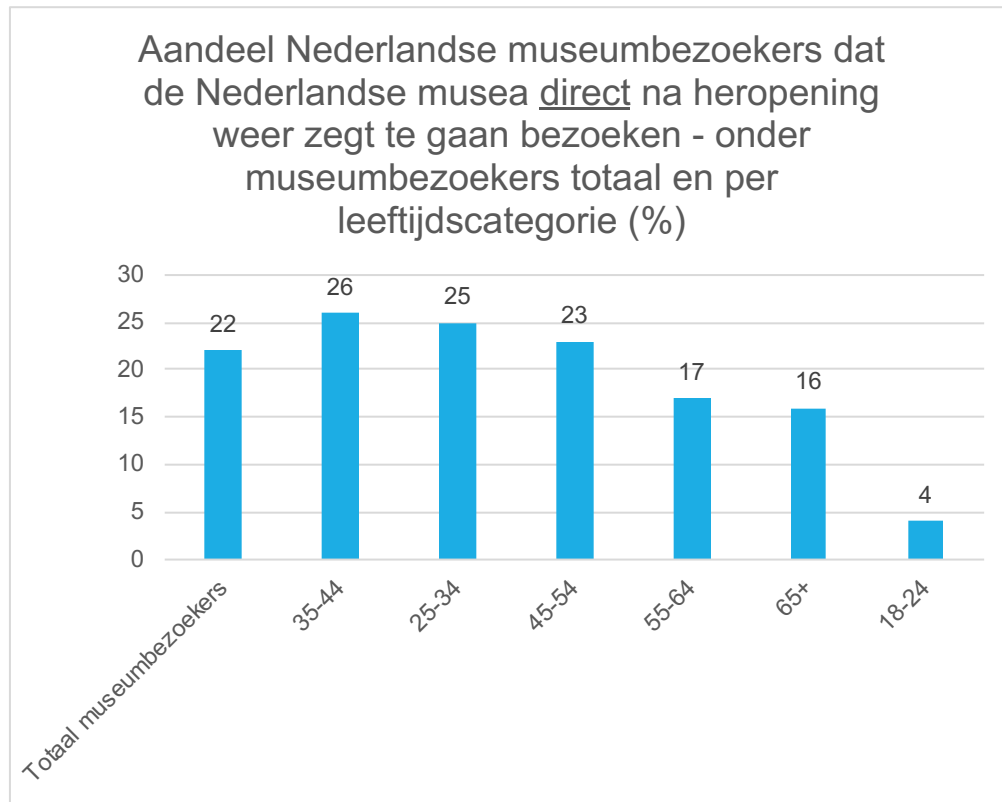
In de Randstad verwacht het grootste aandeel museumbezoekers direct na heropening weer Nederlandse musea te gaan bezoeken

- Ruim 40 procent van de Amsterdamse museumbezoekers zegt direct weer een museum te gaan bezoeken
- Twee derde van de museumbezoekers uit de oostelijke en zuidelijke provincies verwacht een museumbezoek nog langer dan een maand na heropening uit te stellen



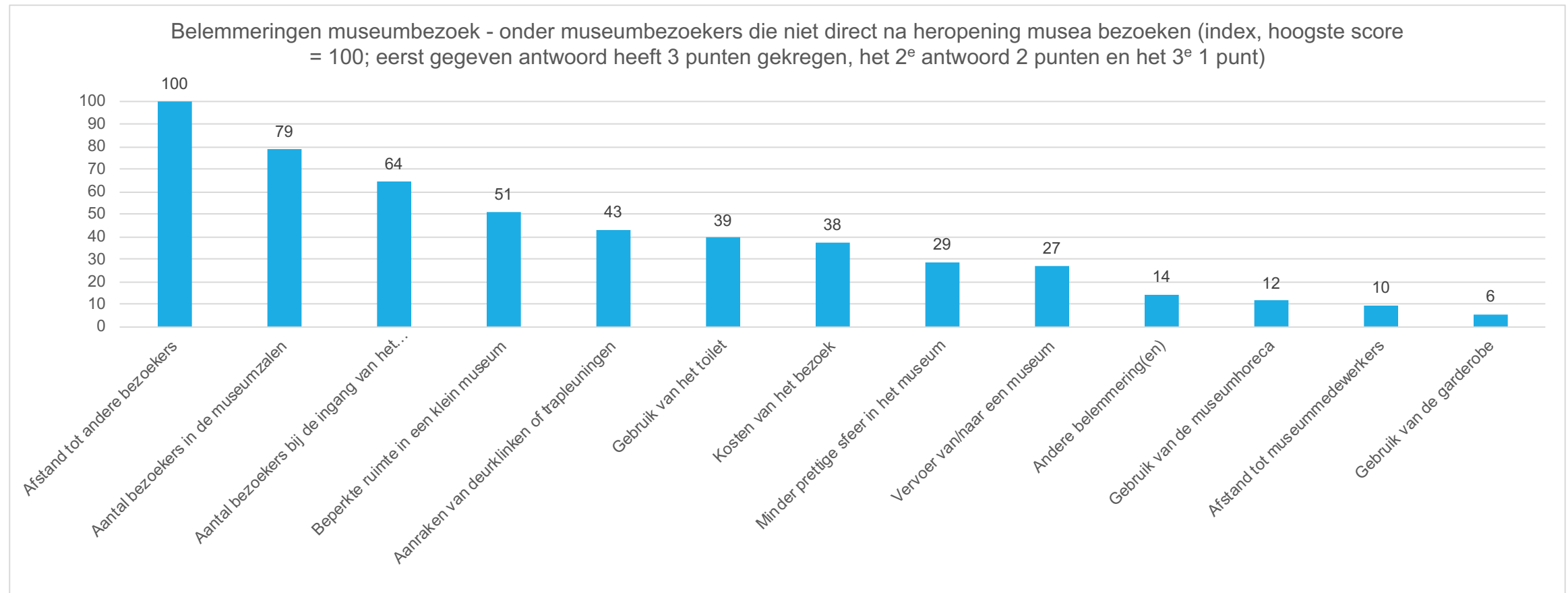
In de leeftijdscategorie 25-44 jaar is de verwachting het hoogst dat men direct na heropening weer naar musea gaat

- Een kwart van de 25- tot 44-jarigen zegt direct weer naar musea te gaan; bij jongeren is dit slechts 4 procent
- Ruim 60 procent van de 45-plussers én 18-24 jarigen verwacht langer dan een maand te wachten



De afstand tot de andere bezoekers vormt de belangrijkste belemmering voor degenen die niet direct na heropening een museum gaan bezoeken

- In lijn met de zorg over de afstand tot de andere bezoekers wordt ook het aantal bezoekers in de museumzalen en bij de museumingang als belangrijke belemmering gezien om (direct) op museumbezoek te gaan
- De afstand tot de museummedewerkers en het gebruik van de garderobe en museumhoreca zijn minder grote drempels



De (afstand tot de) medebezoekers vormt voor alle doelgroepen de belangrijkste belemmering

- Onder **55-plussers** vormt het gebruik van het toilet een veel grotere belemmering, als ook de drukte in de museumentree en de museumzalen; ook over het aanraken van deurklinken en trappleuningen heeft deze doelgroep meer zorgen
- Onder **45-54 jarigen** speelt de verminderde sfeer minder en de beperkte ruimte in kleine musea juist meer
- **35-44 jarigen** noemen de deurklinken/armleuning en het aantal mensen in de museumzalen bovengemiddeld veel als belemmering en de kleine musea en de drukte bij de entree minder
- Voor **25-34 jarigen** is de verminderde sfeer een grotere drempel; voor hen zijn - net als onder **jongeren (18-24 jaar)** - het aantal mensen in de museumzalen, het toilet en de deurklinken/armleuning minder een punt
- Voor **vrouwen** vormt het aanraken van deurklinken en trappleuning in musea een veel grotere zorg dan voor mannen

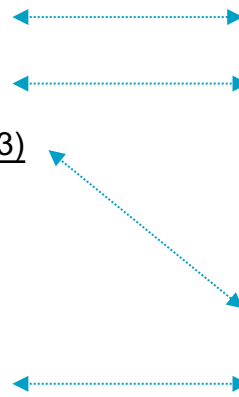
De ingang, de omvang van de gebouwen, de deurklinken/trapleuningen en het vervoer zijn bij musea belangrijkere belemmeringen dan bij podia

- Belangrijkste belemmeringen om **musea** na heropening weer te bezoeken

1. Afstand tot andere bezoekers (index: 100)
2. Aantal bezoekers in de museumzalen (79)
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. Minder prettige sfeer in het museum (29)
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)

- Belangrijkste belemmeringen om **theaters en muziekpodia** na heropening weer te bezoeken

1. Afstand tot andere bezoekers (index: 100)
2. Aantal bezoekers in de zaal (86)
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. Minder prettige sfeer in de zaal (37)
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)

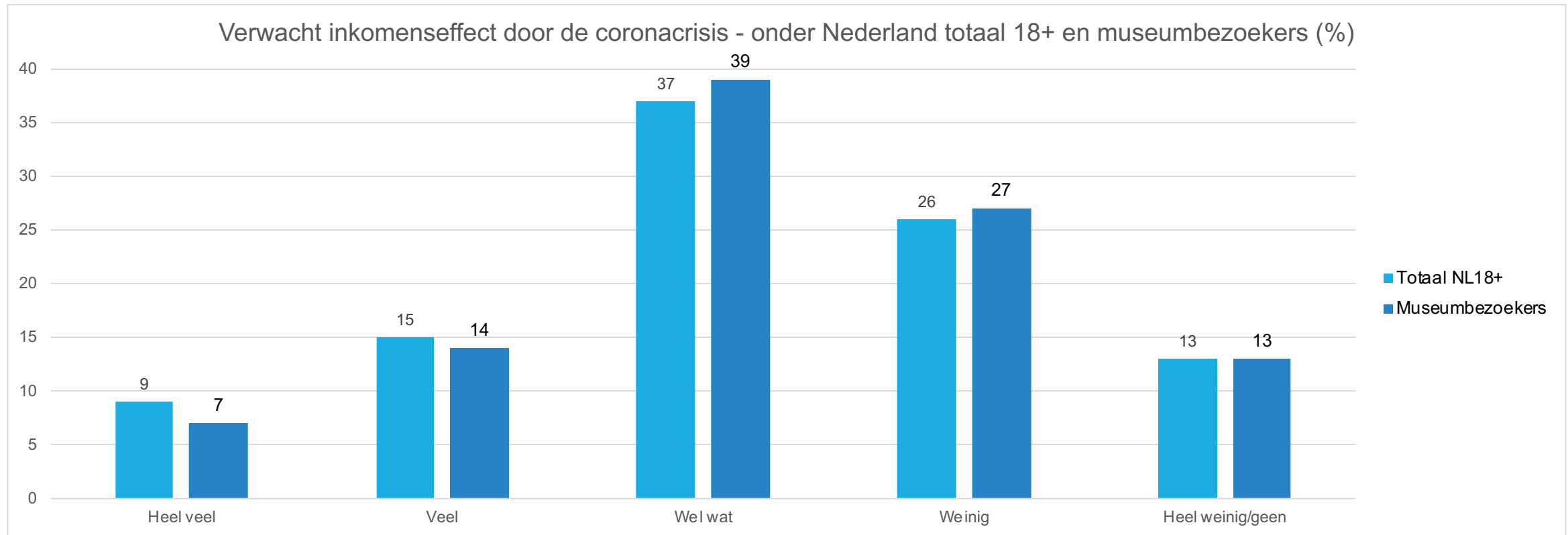


De kosten staan 7^e op de ranglijst van belangrijkste belemmeringen voor uitstel van museumbezoek na heropening

- Ranglijst van belangrijkste belemmeringen voor museumbezoek
 1. Afstand tot andere bezoekers
 2. Aantal bezoekers in de museumzalen
 3. Aantal bezoekers bij de ingang van het museum
 4. Beperkte ruimte in een klein museum
 5. Aanraken van deurklinken of trapleuningen
 6. Gebruik van het toilet
 7. Kosten van het bezoek
 8. Minder prettige sfeer in het museum
 9. Vervoer van/naar een museum
 10. Andere belemmering(en)
 11. Gebruik van de museumhoreca
 12. Afstand tot museummedewerkers
 13. Gebruik van de garderobe

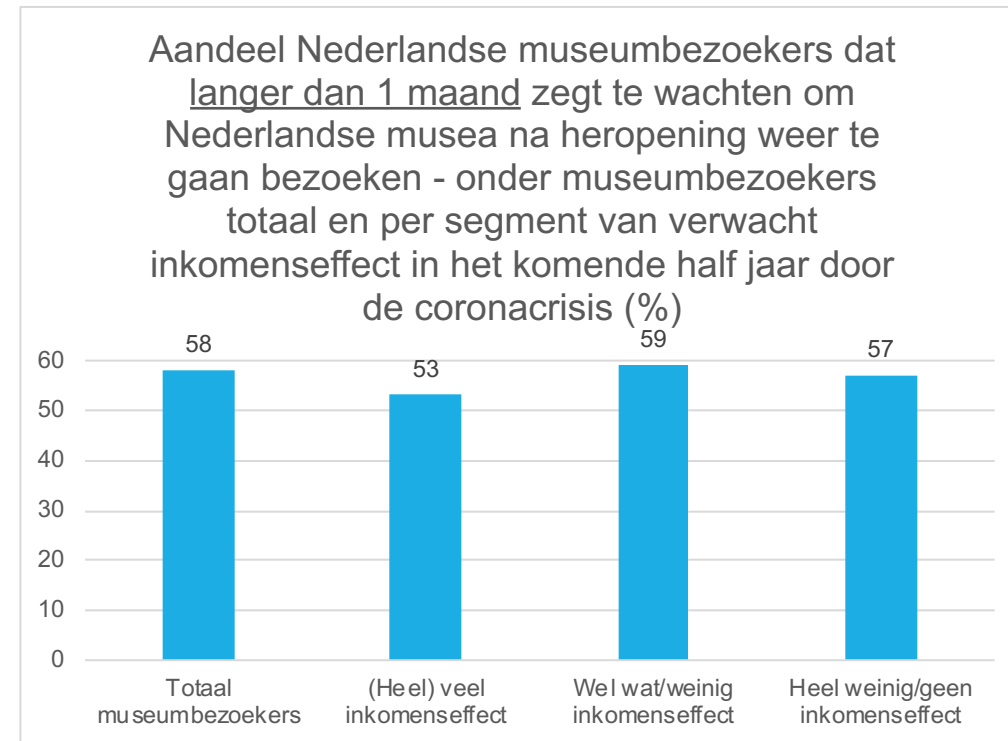
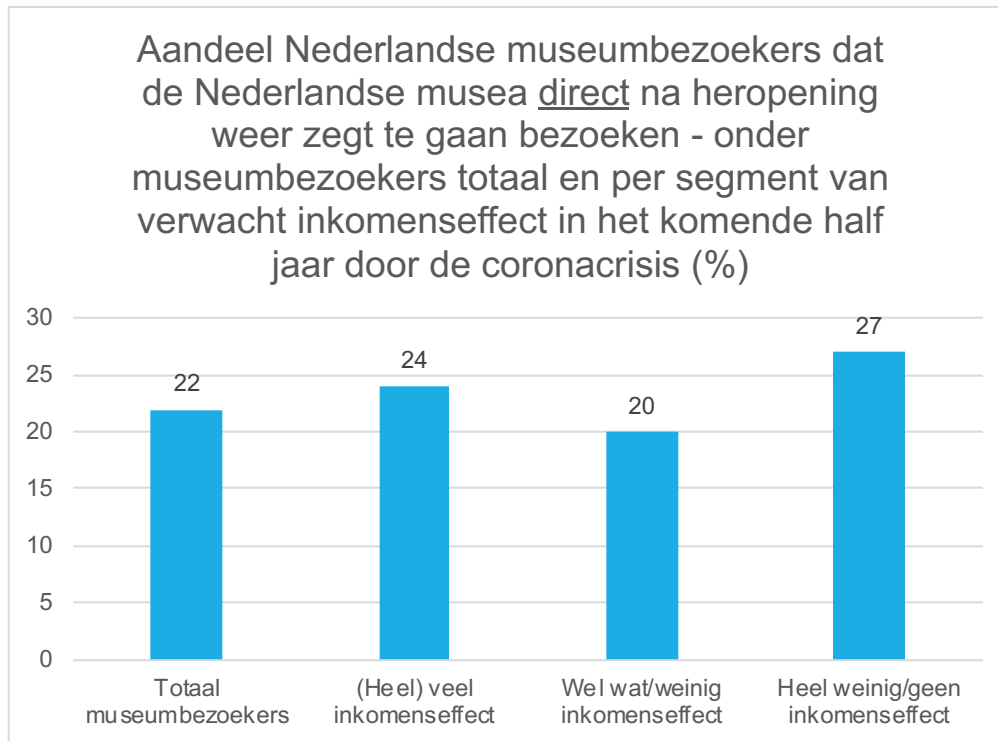
Museumbezoekers verwachten iets minder dan de gemiddelde Nederlander dat de coronacrisis effect zal hebben op hun inkomen

- Terwijl afgerond 23 procent van de Nederlandse bevolking een inkomenseffect verwacht als gevolg van de coronacrisis, verwacht 21 procent van de museumbezoekers dit



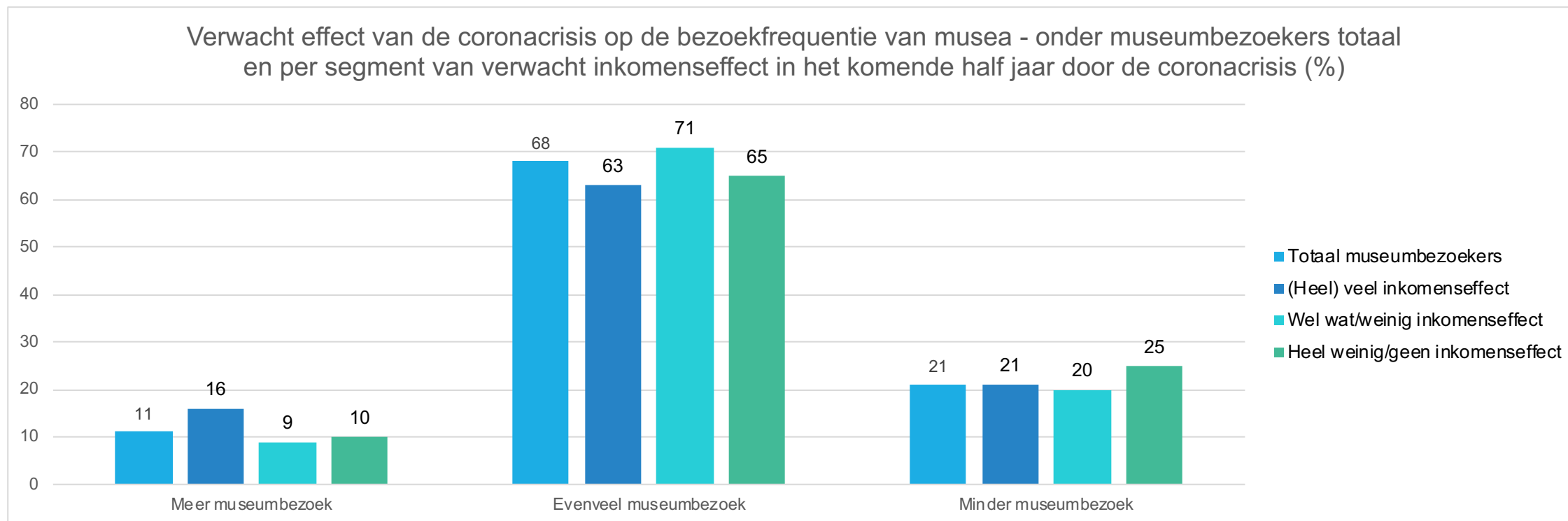
Financiële onzekerheid lijkt de geplande museumbezoeken niet negatief te beïnvloeden (1)

- Onder degenen die direct na heropening weer op museumbezoek verwachten te gaan zijn de mensen die (heel) veel inkomenseffect verwachten juist licht oververtegenwoordigd (24% versus 22% gemiddeld)
- En onder de museumbezoekers die meer dan 1 maand afwachten is de groep die de grootste financiële klappen verwacht ondervertegenwoordigd (53% versus 58% gemiddeld)



Financiële onzekerheid lijkt de geplande museumbezoeken niet negatief te beïnvloeden (2)

- Bij mensen met een groter inkomenseffect door de crisis ligt het percentage dat na de heropening meer naar musea verwacht te gaan het hoogst (16% versus 11% gemiddeld)
- Bij mensen met een kleiner inkomenseffect ligt het percentage dat na de heropening minder verwacht te gaan het hoogst (25% versus 21% gemiddeld)



3. Conclusies & aanbevelingen

Conclusies

- 79 procent van de museumbezoekers verwacht de Nederlandse musea na heropening weer even veel óf meer te gaan bezoeken dan vorig jaar; 21 procent denkt het bezoek in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar te verminderen.
- Jongeren (18-24 jaar) en inwoners van de 3 grote steden verwachten méér naar musea te gaan na de heropening.
- Het percentage dat aangeeft musea minder dan vorig jaar te gaan bezoeken verschilt niet veel in de leeftijdscategorieën boven 25 jaar. Onder de inwoners van Overijssel en Flevoland is de verwachte daling het sterkst.
- 22 procent van de museumbezoekers zegt direct na heropening weer Nederlandse musea te gaan bezoeken. 58 procent verwacht een museumbezoek meer dan een maand uit te stellen na de heropening.
- De afstand tot de andere bezoekers vormt de belangrijkste belemmering voor degenen die niet direct na heropening een museum gaan bezoeken. Ook het aantal bezoekers in de museumzalen en bij de museumingang wordt als belangrijke belemmering gezien om direct op museumbezoek te gaan.
- Onder 55-plussers vormt het gebruik van het toilet een veel grotere belemmering, als ook de drukte in de museumentree en de museumzalen. Ook over het aanraken van deurklinken en trapleuningen heeft deze doelgroep meer zorgen.
- Financiële onzekerheid lijkt de geplande museumbezoeken niet negatief te beïnvloeden.

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 voorzorgmaatregelen 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