

Veel gewaardeerde cultuuriconen buiten de Randstad

25-06-2019 08:35



Groningers koketteren meer met de 96,8 meter hoge toren aan de Grote Markt dan Utrechtse met de Domtoren of Rotterdammers met de Euromast. Ook culturele iconen Kamp Westerbork en muzikband Bløf kunnen in de provincie op veel trots rekenen en bevinden zich net als de Martinatoren ver buiten de Randstad.

Dat blijkt uit de 4e editie van het Vrije Tijd Merkenonderzoek van Hendrik Beerda Brand Consultancy. Culturele iconen spelen een belangrijke rol in het toeristisch aanbod van een regio. Het onderzoek laat zien waar de grootste kansen liggen voor het profileren van cultureel aanbod (o.a. musea, erfgoed, festivals en artiesten) als speerpunt in de toeristische marketing.

Verder vinden de bijna 8.000 respondenten dat je vooral niet in Flevoland, Overijssel of Brabant moet zijn voor een museumbezoek of ander cultureel vermaak.

Andere opvallende conclusies uit het onderzoek

- Culturele smaakmakers liggen buiten de Randstad- 'Culturele topper' Pathé tekenend voor 'schraal' culturaanbod in Brabant- Drentse cultuursector meest verzwakt sinds 2013; Drentse dagattracties zijn sterk- Door gebrek aan musea gooien theatergroepen hoge ogen in Flevoland- Musea domineren Zeeuwse en Gelderse cultuursector- Sportclubs scoren opvallend laag; FC Groningen en Ajax hebben sterkste fanbase- Culturele smaakmakers liggen buiten de Randstad

Als het gaat om het totale cultuuraanbod zijn de Noord-Hollanders verreweg het meest trots op hun musea, podia, festivals en gezelschappen. Dit blijkt bij elke meting van het tweejaarlijkse onderzoek. Maar de drie culturele iconen die de sterkste trots vertegenwoordigen bevinden zich in Groningen, Drenthe en Zeeland. De Martinitoren is het sterkste symbool van provincietrots. Herinneringscentrum Kamp Westerbork wordt enorm gewaardeerd door de Drentse bevolking. En de Zeeuwen voelen een sterke binding met de muziekband Bløf.

Sterkste cultuurmerken*, gemeten onder de bevolking van de betreffende provincies

Martinitoren Herinneringscentrum Kamp Westerbork Bløf Anne Frank Huis Rijksmuseum Amsterdam Pinkpop Het Spoorwegmuseum Vierdaagsefeesten Nijmegen Rowwen Hèze Martini Plaza

*Organisaties zijn gemeten op 3 merkkracht-pijlers: bekendheid, waardering en binding

'Culturele topper' Pathé tekenend voor schraal cultuuraanbod in Brabant

'Terwijl Noord-Hollanders moeite hebben om een favoriet aan te wijzen in het brede aanbod van topmusea en spraakmakende podia en festivals richt de trots zich in een paar provincies buiten de Randstad op één icoon', aldus merkadviseur Hendrik Beerda. 'Flevoland, Brabant en Overijssel die steevast onderaan bungelen wat betreft trots op het cultuuraanbod kunnen hiervan leren. In deze provincies zou de aandacht veel meer gericht moeten worden op de ontwikkeling van een paar sterke cultuurspelers in plaats van een diversiteit aan middelmatige partijen. Tekenend voor het karige, Brabantse cultuuraanbod is de positie van Pathé als sterkste cultuuraanbieder in deze provincie. In het onderzoek wordt deze positie berekend door een gemiddelde te nemen van de bekendheid, waardering en binding onder de bevolking.'

Drentse cultuuraanbod meest verzwakt sinds 2013; Drentse dagattracties zijn sterk

Terwijl de Drentse cultuursector in 2013 nog de 4e plaats innam wat betreft draagvlak is sindsdien bij elke nieuwe onderzoeksmeting een daling te zien. Inmiddels staat Drenthe op plek 8. In de laatste twee jaar was de verzwakking het sterkst, vooral onder de culturele festivals. Daarnaast speelde mee dat een aantal sterke partijen veel draagvlak verloren door een naamsverandering, zoals bij het Hello Festival en DNK.

Waarin Drenthe nog steeds goed scoort is het dagattractie-aanbod. Terwijl in de gemiddelde provincie twee derde van de favoriete vrijetijdsorganisaties zich in de cultuursector bevindt, is dit in Drenthe slechts 40 procent. De meest gewaardeerde dagbesteding is Herinneringscentrum Kamp Westerbork. En, ondanks alle negatieve publiciteit, is ook dierenpark WILDLANDS zeer populair onder de Drenten.

Door gebrek aan musea gooien theatergroepen hoge ogen in Flevolands cultuuraanbod

Bovengemiddeld veel festivals en gezelschappen staan in de top 50 lijst van sterkste cultuurmerken in Flevoland. De belangrijkste festivals zijn Lowlands, Libelle Zomerweek en Strandfestival ZAND. Hendrik Beerda: 'Het Flevolandse cultuurprofiel is sterk afwijkend. Dat heeft ook te maken met het magere museale aanbod in de provincie. De meest zichtbare musea zijn Batavialand en Museum Schokland. Hierdoor scoren de theatergroepen Vis à Vis en Suburbia hoog in de lijst van sterkste cultuurmerken in Flevoland.'

Musea domineren Zeeuwse en Gelderse cultuursector

Terwijl Flevoland slechts een handjevol musea en monumenten heeft die er volgens de bevolking toe doen, zijn de Zeeuwen en Gelderlanders zeer te spreken over het aantal spraakmakende erfgoedinstellingen. Deltapark Neeltje Jans en het Watersnoodmuseum staan bovenaan de 21 Zeeuwse topinstellingen. Het Nederlands Openluchtmuseum, Kröller-Müller Museum en Paleis Het Loo voeren de lijst van 20 Gelderse cultuurinstellingen aan

Onderzoek onder 7.850 respondenten

Het Vrije Tijd Merkenonderzoek is met de Universiteit van Amsterdam ontwikkeld. Voor het onderzoek van 2019 zijn 7.850 respondenten ondervraagd. Met het onderzoek is voor de vierde keer - per provincie - het maatschappelijk draagvlak en de waardering voor alle cultuurinstellingen, sportorganisaties, dagattracties en evenementen onderzocht onder de provinciebevolking.

Meer informatie: [Vrije Tijd merkenonderzoek 2019 \(pdf\)](#)

www.hendrikbeerda.nl

Redactie