

4. Geholpen bekendheid

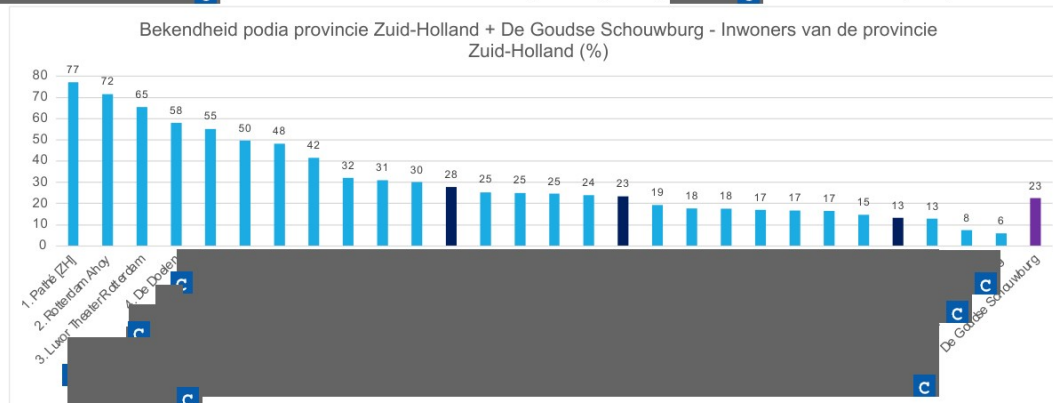
23

Hendrik Beerda
brand consultancy

23

23 procent van de inwoners van Zuid-Holland kent De Goudse Schouwburg

- De Goudse Schouwburg bevindt zich met deze geholpen bekendheid vrijwel op het niveau van [c], dat de 17^e positie inneemt op de bekendheidsranglijst van 28 sterkste Zuid-Hollandse podia. De bekendste bioscoop- en podiummerken onder de inwoners van Zuid-Holland zijn Pathé (77%), Rotterdam Ahoy (72%), Luxor Theater Rotterdam (65%) en De Doelen (58%).
- [c] staat 12^e met een score van 28 procent, terwijl [c] 25^e staat en bij 13 procent bekend is



24

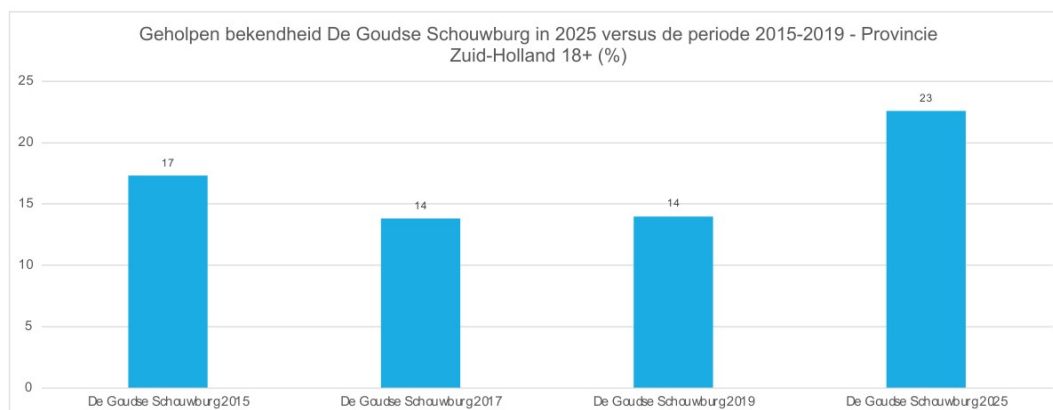
Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

24

In tegenstelling tot de spontane bekendheid is de geholpen bekendheid van De Goudse Schouwburg tussen 2019 en 2025 fors gestegen van 14 naar 23 procent

- De gemiddelde geholpen bekendheid in de totale periode 2015-2019 was 15 procent, hetgeen inhoudt dat de geholpen bekendheid van De Goudse Schouwburg 8 procentpunten hoger is in 2025



25 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2015-2025

Hendrik Beerda .
brand consultancy

25

5. Waardering

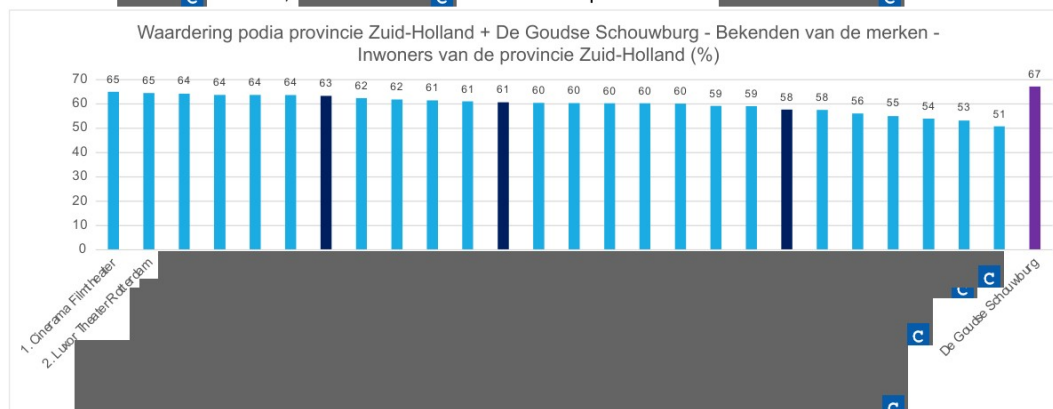
26

Hendrik Beerda .
brand consultancy

26

Onder de inwoners van Zuid-Holland die de voorgelegde podiummerken kennen* wordt De Goudse Schouwburg het meest gewaardeerd

- De Goudse Schouwburg behaalt een hogere waarderingsscore dan het Cinerama Filmtheater en Luxor Theater Rotterdam die de eerst 2 posities innemen op de waarderingsranglijst van de 26 podia die tot de top 50 van sterkste Zuid-Hollandse cultuurorganisaties behoren
- Benchmark [c] staat 7^e, [c] bezet de 12^e positie en de [c] bekleedt de 20^e plek



* Merken met een lage bekendheid kunnen relatief hoog scoren op de ranglijst, omdat gerapporteerd wordt op basis van bekenden.

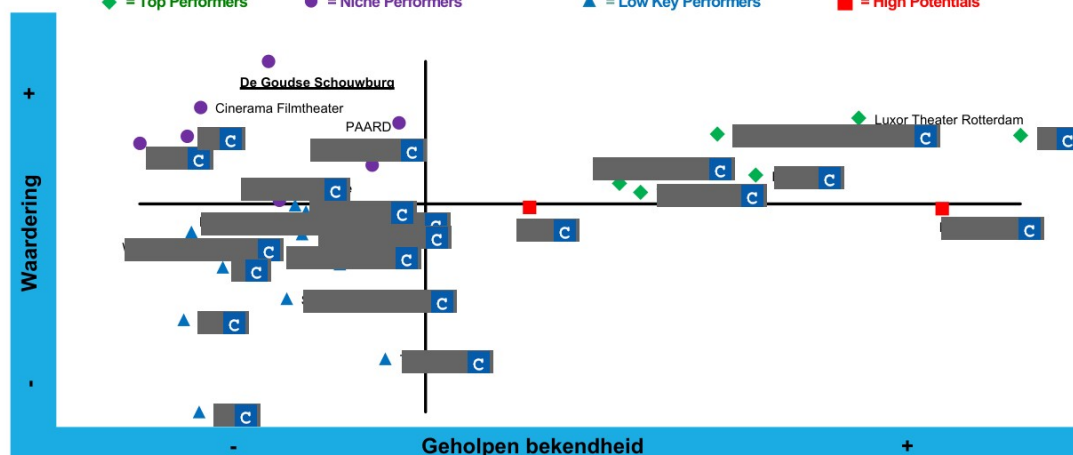
** De basis van bekenden van [c] is te laag om de waardering voor deze merken te tonen.
Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

27

Waardering in relatie tot bekendheid van de 24 sterkste podia in Zuid-Holland + De Goudse Schouwburg: de bekendheid van De Goudse Schouwburg is lager dan het segmentgemiddelde, terwijl de waardering ruim hierboven ligt. De Goudse Schouwburg behoort hiermee tot de Niche Performers

◆ = Top Performers ● = Niche Performers ▲ = Low Key Performers ■ = High Potentials



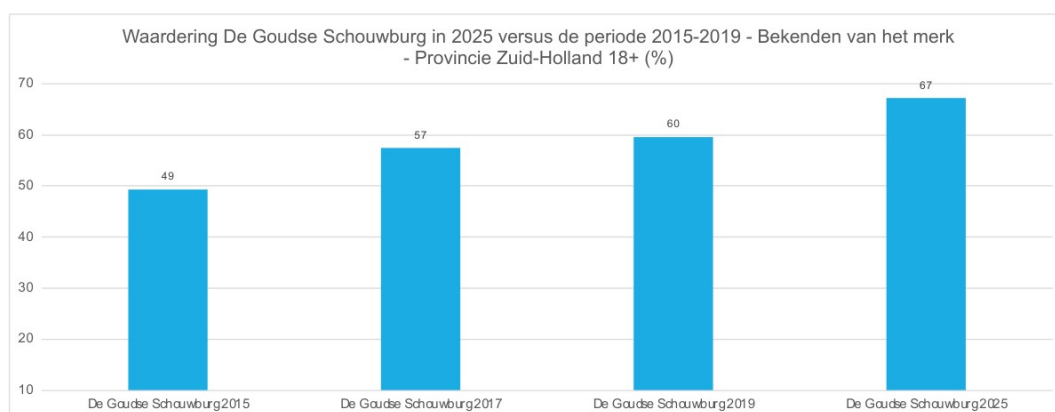
28 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

28

De waardering voor De Goudse Schouwburg is in 2025 onder de bekenden beduidend hoger dan in 2015, 2017 en 2019

- Deze stijging is knap, aangezien het aantal bekenden waarop de waarderingsscore is gebaseerd in 2025 aanzienlijk hoger is dan in de periode 2015-2019



29 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2015-2025

Hendrik Beerda .
brand consultancy

29

6. Binding

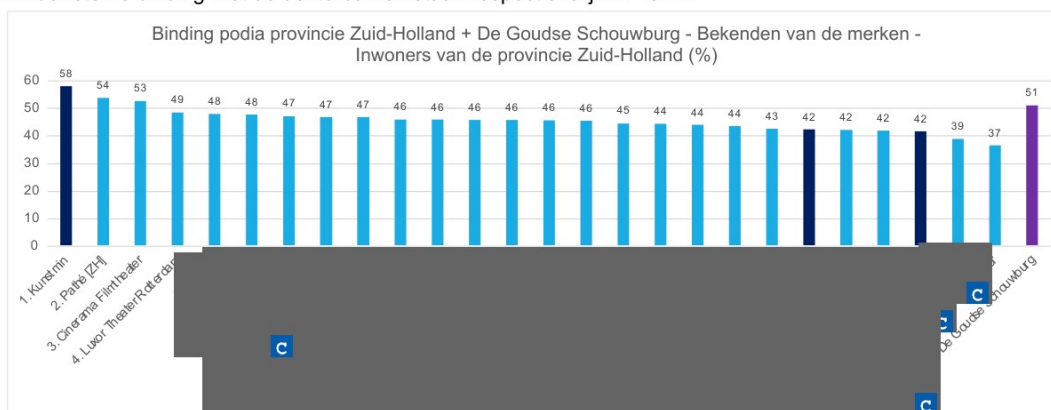
30

Hendrik Beerda .
brand consultancy

30

De binding die De Goudse Schouwburg genereert onder de bekenden in Zuid-Holland is sterker dan de binding met Luxor Theater Rotterdam, dat 4^e staat op de bindingsranglijst van 26 sterkste Zuid-Hollandse podia

- Het Zuid-Hollandse podium dat de sterkste binding creëert met de (kleine*) achterban is benchmark Kunstmin, gevolgd door Pathé en Cinerama Filmtheater. De overige benchmarks [c] en [c] creëren een minder sterke binding met de achterban en staan respectievelijk 21^e en 24^e



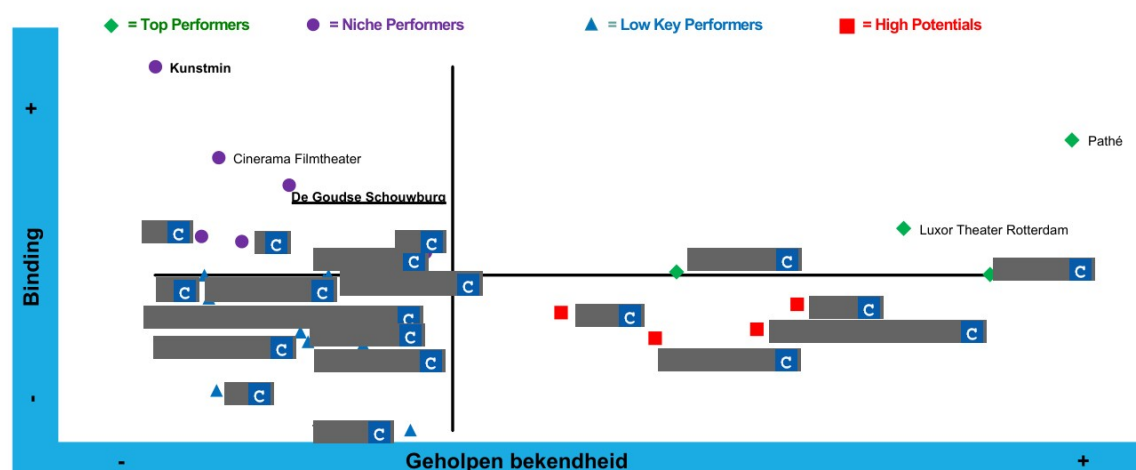
* Merken met een lage bekendheid kunnen relatief hoog scoren op de ranglijst, omdat gerapporteerd wordt op basis van bekenden.

** De basis van bekenden van [c] en [c] is te laag om de binding voor deze merken te tonen.
Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

31

Binding in relatie tot bekendheid van de 24 sterkste podia in Zuid-Holland + De Goudse Schouwburg: De Goudse Schouwburg is een Niche Performer vanwege de bovengemiddelde binding met het merk onder de achterban

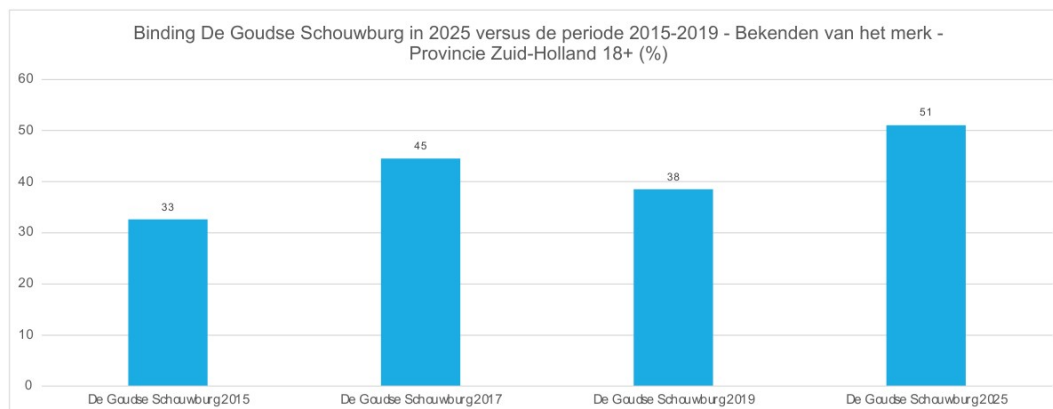


32 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

32

De binding met De Goudse Schouwburg is in 2025 veel hoger dan gemiddeld in de periode 2015-2019, toen bovendien de achterban van bekenden minder groot was



33 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2015-2025

Hendrik Beerda .
brand consultancy

33

7. Merkkraacht

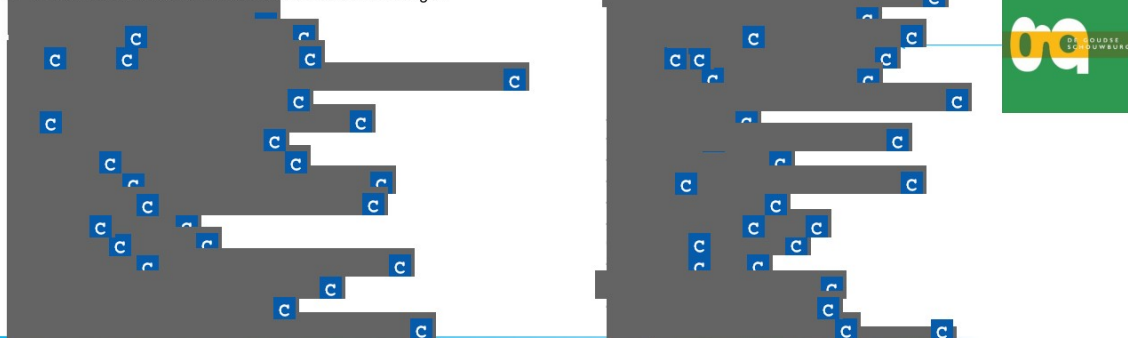
34

Hendrik Beerda .
brand consultancy

34

Pathé is het sterkste cultuurmerk van de provincie Zuid-Holland (vergeleken met 2024, 2023, 2021, 2019, 2017 en 2015); de merkkracht van De Goudse Schouwburg is nipt hoger dan die van het [redacted] (37^e)

1. (2,1,1,1,1,1) Pathé
2. (1,2,2,2,2,2) Rotterdam Ahoy
3. (3,3,3,3,5,4) Luxor Theater Rotterdam
4. (4,6,6,6,4,3) North Sea Jazz Festival
5. (12,-,16,-,-,-) Zomercarnaval Rotterdam
6. (7,8,7,7,7,7) De Doelen
7. (5,5,5,5,3,5) Naturalis
8. (11,7,11,8,9,9) Museum Boijmans Van Beuningen
9. (10,4,15,14,15,20) AFAS Circustheater Scheveningen



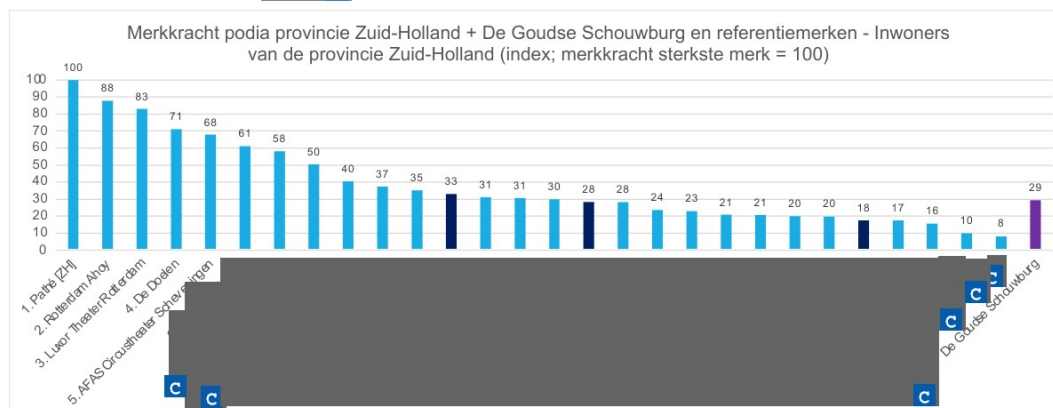
35 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2015-2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

35

De Goudse Schouwburg heeft onder de Zuid-Hollanders 29 procent van de kracht van het sterkste Zuid-Hollandse bioscoop- en podiummerk: Pathé

- Deze score is nipt lager dan die van [redacted] dat de 15^e positie bezet op de ranglijst van 28 sterkste podia van Zuid-Holland, en een fractie hoger dan de merkkracht van benchmark [redacted] (16^e) en [redacted] (17^e). De sterkste benchmark is de [redacted], die met 33 procent van de kracht van het merk Pathé de 12^e plek inneemt, terwijl [redacted] duidelijk minder sterk is dan De Goudse Schouwburg en 24^e staat



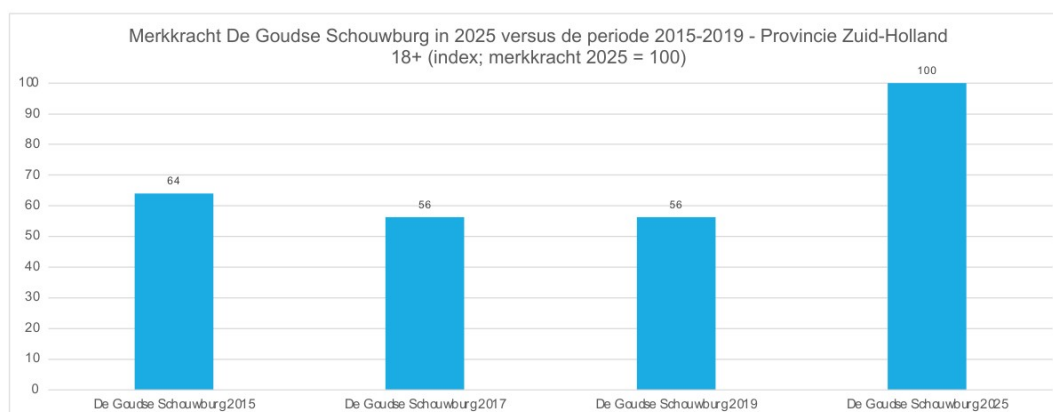
36 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

36

De Goudse Schouwburg is een veel sterker merk in 2025 dan in de periode 2015-2019

- De Goudse Schouwburg heeft zich op alle 3 de merkkraachtpijlers positief ontwikkeld, waardoor de totale merkkraacht zich ruim 40 procent boven de gemiddelde merkkraacht van de jaren 2015, 2017 en 2019 bevindt



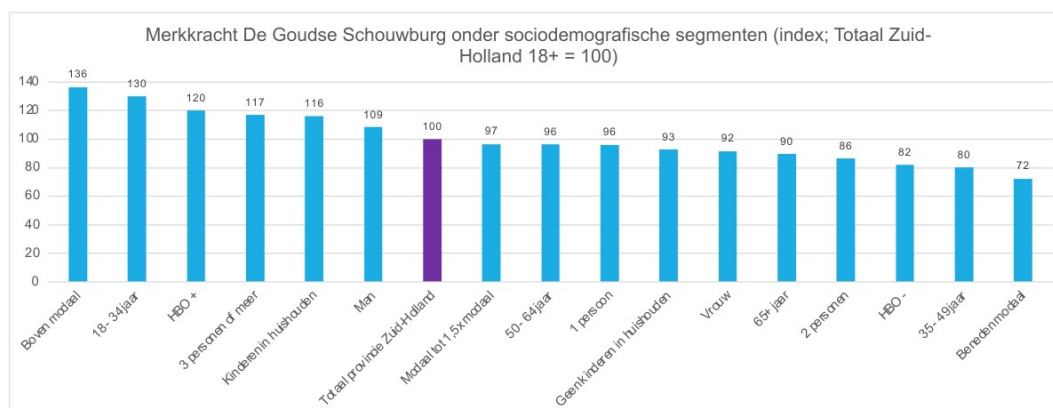
37 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2015-2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

37

De Goudse Schouwburg heeft met name een goede positie bij de hogere inkomens, jongvolwassenen, begin dertigers en hoger opgeleiden

- De Goudse Schouwburg is tevens sterker dan gemiddeld bij grotere huishoudens (met kinderen) en mannen
- Het merk is minder sterk bij de lagere inkomens, de leeftijdsgroep 35-49 jaar, de minder hoog opgeleiden, tweepersoonshuishoudens en 65-plussers



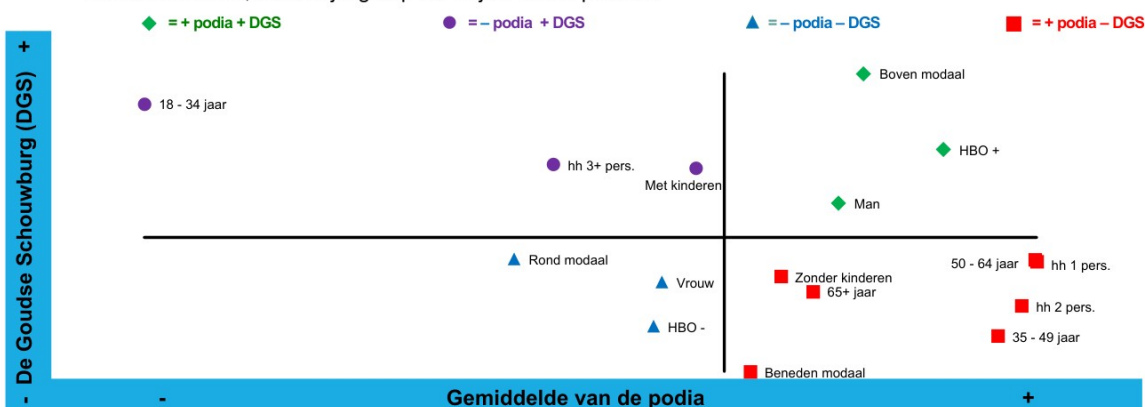
38 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

38

Sociodemografisch profiel De Goudse Schouwburg in Zuid-Holland in vergelijking met het profiel van het gemiddelde Nederlandse podium in 2025

- Zowel het gemiddelde podium als De Goudse Schouwburg is sterk bij hoger opgeleiden, de boven modale inkomens en mannen. Verschillen zijn dat De Goudse Schouwburg sterker dan gemiddeld is bij jongvolwassenen, begin dertigers en grotere huishoudens, terwijl het gemiddelde podium hoger scoort bij kleinere huishoudens, mensen met een beneden modaal inkomen, de leeftijdsgroep 35-49 jaar en 65-plussers



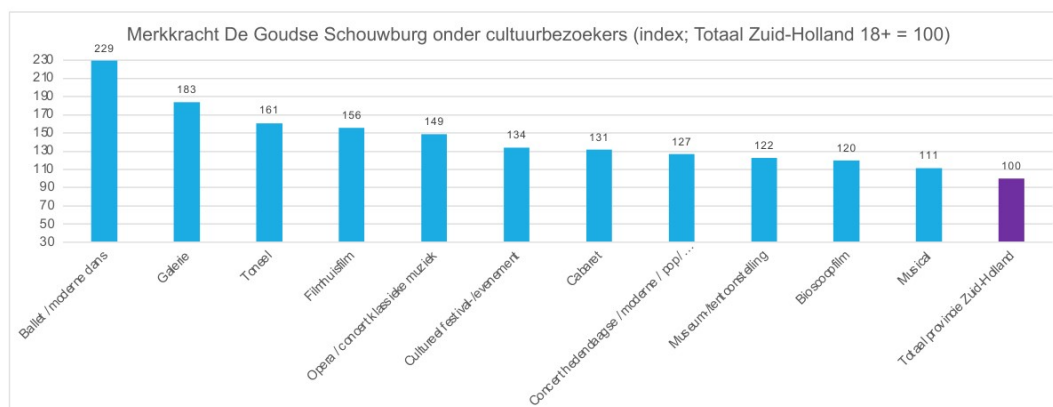
39 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies & Nederland 2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

39

De Goudse Schouwburg is in Zuid-Holland bovengemiddeld sterk bij bezoekers van culturele activiteiten, en dan vooral bij liefhebbers van ballet, moderne dans, galeries, toneel, filmhuisfilms, opera en klassieke muziek

- De Goudse Schouwburg is tevens veel sterker dan gemiddeld bij degenen die weleens naar een festival, cabaretvoorstelling of popconcert gaan



40 Bron: BrandAlchemy™, Cultuursector Merkenonderzoek Provincies 2025

Hendrik Beerda
brand consultancy

40

Conclusies

- De merkkracht van De Goudse Schouwburg komt overeen met de kracht van de nummer 37 in de top 50 van sterkste cultuurorganisaties in de provincie Zuid-Holland, [REDACTED] c. Ten opzichte van de 28 sterkste Zuid-Hollandse podia is het merk sterker dan benchmark [REDACTED] c dat de 16^e positie inneemt.
- In de provincie Zuid-Holland is De Goudse Schouwburg in 2025 geholpen bekend bij 23 procent van de inwoners; in de periode 2015 tot en met 2019 was dit gemiddeld 15 procent. De spontane bekendheid van het merk in Zuid-Holland is 1 procent. In de periode 2015-2019 was dit gemiddeld nog 7 procent. De spontane bekendheid onder de Nederlandse bevolking is 0,4 procent.
- In de provincie Zuid-Holland is de waardering vóór De Goudse Schouwburg zeer hoog en bevindt zich zelfs boven het niveau van het hoogst scorende podiummerk. Ook de binding mét De Goudse Schouwburg onder degenen die het merk kennen is veel hoger dan het gemiddelde van de Zuid-Hollandse podia. De merkkracht van De Goudse Schouwburg onder de Zuid-Hollanders is in 2025 aanmerkelijk hoger dan gemiddeld in de periode 2015-2019, dankzij de hogere geholpen bekendheid, waardering én binding.
- Door de zeer hoge waardering voor het merk en tevens door de bovengemiddelde binding is De Goudse Schouwburg een aantrekkelijke partner voor potentiële sponsors en draagt het merk bij aan een positieve merkuitstraling van de gemeente Gouda en de provincie Zuid-Holland.
- De Goudse Schouwburg is vooral een sterk merk bij de hoger opgeleiden en de hogere inkomens en eveneens bij mensen in de leeftijdscategorie 18 tot en met 34 jaar, grotere huishoudens en mannen. De Goudse Schouwburg is bovengemiddeld sterk bij bezoekers van culturele activiteiten, vooral als het gaat om ballet, moderne dans, galeries, toneel, filmhuisfilms, opera en klassieke muziek.

49

Hendrik Beerda .
brand consultancy

49

Aanbevelingen

- De merkpositie van De Goudse Schouwburg kan met name versterkt worden door de **spontane en tevens de geholpen naamsbekendheid** onder de inwoners van de provincie Zuid-Holland te laten groeien.
- Het is eveneens belangrijk om de hoge **waardering** voor en **binding** met het merk te consolideren onder de Zuid-Hollandse bevolking.
- De **veelzijdige culturele interesse van de achterban** duidt erop dat er goede mogelijkheden zijn om degenen die De Goudse Schouwburg van naam kennen te inspireren tot een bezoek, en dan met name de **jongere doelgroep (18-34 jaar), met een hoog inkomens- en opleidingsniveau**.
- De communicatie zou zich daarom allereerst op deze doelgroepen moeten richten via de mediakanalen die het meest door deze doelgroepen gebruikt worden.
- Voor potentiële **sponsors** die zich op deze bevolkingssegmenten richten in de provincie Zuid-Holland, is De Goudse Schouwburg een extra aantrekkelijke partner.
- Indien De Goudse Schouwburg ook **buiten de regio** de positie wil versterken is het noodzakelijk om voorstellingen en/of andere activiteiten te programmeren die op nationaal niveau aansprekend zijn en om deze activiteiten op nationaal niveau te promoten.

50

Hendrik Beerda .
brand consultancy

50

Toelichting grondslagen

In dit document kunt u secties vinden die onleesbaar zijn gemaakt. Deze informatie is achterwege gelaten op basis van de Wet open overheid (Woo). De letter die hierbij is vermeld correspondeert met de bijbehorende grondslag in onderstaand overzicht.

Art. 5.1 lid 1 sub c

Deze informatie betreft bedrijfs- en fabricagegegevens die vertrouwelijk aan de overheid zijn meegedeeld