



Stichting Promotie
Theater- en Concertbezoek



JAARVERSLAG 2024

INHOUDSOPGAVE

Inhoudsopgave	2
Over de organisatie	3
Voorwoord namens directie	5
Voorwoord namens bestuur	7
Sales Podium Cadeaukaart	8
Voortgang Cult+ cadeaukaart	10
Marketing & Communicatie	11
Operationele ontwikkelingen	13
Samenwerking & sponsoring	15
Cadeaukaartenbranche	16
Vooruitblik naar 2025	17
Bestuur & Medewerkers SPTC	18



OVER DE ORGANISATIE

Stichting Promotie Theater- en Concertbezoek (SPTC) is in 1983 opgericht door de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD) voor de collectieve promotie van de podiumkunsten in Nederland.

Onze missie is het stimuleren van méér theater- en concertbezoek. Het belangrijkste marketinginstrument hiervoor is het uitgeven van verschillende cadeaukaarten, namelijk de Podium Cadeaukaart (voorheen de Theater- & Concertbon) en de Cult+ cadeaukaart (sinds 2022).

SPTC heeft een ANBI-status en werkt non-profit. De opbrengsten van SPTC vloeien volledig terug naar de sector, in de vorm van ticketaankoop en collectieve promotie van de podiumkunsten.

Tevens is SPTC aangesloten bij Keurmerk Cadeaukaarten en de Branchevereniging Cadeaukaarten Nederland (BVCNL).

PODIUM CADEAUKAART

Met de Podium Cadeaukaart geef je een theater- en/of concertbezoek cadeau.

De ontvanger van de cadeaukaart kan het tegoed inzetten als betaalmiddel voor toegangstickets. Met jaarlijks keuze uit 30.000 voorstellingen en concerten bij 300+ aangesloten partners, heeft de ontvanger toegang tot het grootste theater- en concertaanbod van Nederland.

Vanwege SPTC's missie wordt verzilvering van de Podium Cadeaukaart actief gestimuleerd. Onder andere middels de lange geldigheid (3 jaar), het regelmatig delen van uittips via diverse kanalen en de gratis verzekering van kaartsaldo bij diefstal en/of verlies.

www.podiumcadeaukaart.nl



CULT+ CADEAUKAART

Met de Cult+ cadeaukaart geef je een culturele beleving cadeau.

De ontvanger van de cadeaukaart kan het tegoed besteden bij cultuuraanbieders voor o.a. voorstellingen, concerten, films, horeca en exposities. Maar de ontvanger kan ook zelf deelnemen aan cultuur en de cadeaukaart inzetten voor het volgen van workshops, cursussen of lessen.

Behalve dat Cult+ het volledige aanbod van cultuuraanbieders toegankelijk maakt, is Cult+ ideaal voor branding van het eigen huis. De complete beleving van het merk wordt vertaald in dit product (vormgeving én aanbod). Dat maakt de cadeaukaart het perfecte visitekaartje.

www.cultplus.nl



VOORWOORD NAMENS DIRECTIE

In 2024 hebben wij een absoluut record bereikt met een verkoopomzet van bijna 9.8 miljoen euro en 7.6 miljoen euro aan ingeleverde kaarten. Maar liefst 194.000 bezoekers betaalden met een Podium Cadeaukaart. Dat leverde indirect ruim 368.000 bezoekers op voor de theaters, aangezien 90% van de kaarthouders iemand meeneemt naar de gekozen voorstelling.

We kunnen met trots zeggen dat wij het veel beter hebben gedaan dan andere cadeaukaarten dit jaar, zowel in de categorie 'vrije tijd' als overall. Dit succes is mede te danken aan ons affiliate programma. Daarmee stimuleren we de online verkoop door onze theaterpartners. SPTC handelt alle online bestellingen van (co-branded) Podium Cadeaukaarten kosteloos voor de partners af én keert een verkoopprovisie aan ze uit. In de cadeaukaartenbranche is dit een unieke faciliteit.

Uiteraard is de enorme populariteit van het theater in al zijn vormen ook cruciaal geweest voor dit fantastische resultaat. Steeds vaker kunnen wij samen met theaters een gezamenlijke promotieactie doen. Iets dat wij volgend jaar graag verder willen uitbreiden.

Ondanks alle positieve ontwikkelingen en geslaagde efficiencymaatregelen, zagen wij ons genooddaakt om medio 2024 de innameprovisie te verhogen. Na de coronaperiode werden wij – net als iedereen – geconfronteerd met aanzienlijke kostenverhogingen door de inflatie. Om op een bedrijfsmatige verantwoorde manier onze missie voor de sector te blijven vervullen, was een verhoging van de innameprovisie onontkoombaar. Om verkopende theaters te belonen en stimuleren hebben wij echter ook de verkoopprovisie verhoogd.



De enorme groei van het afgelopen jaar zien wij als een incident maar wij hebben de ambitie om het huidige omzetsniveau te behouden. Vanuit onze missie en het feit dat onze verkoopkanalen geoptimaliseerd zijn gaan wij ons de komende jaren vooral richten op onze bijzondere content (podiumkunsten). Daartoe zullen wij u en de sector uitnodigen om op veel denkbare manieren gezamenlijk op te trekken in de promotie.

Ik hoop van harte dat u onze open uitnodiging aanneemt en contact met ons opneemt om dit te realiseren!

ALEX SCHADE





VOORWOORD NAMENS BESTUUR

Met trots presenteren we dit jaarverslag, waarin we terugblikken op onze prestaties en vooruitkijken naar de toekomst. De belangrijke missie van onze non-profit organisatie is het bevorderen en promoten van podiumbezoek. Vanuit de vaste overtuiging dat een bezoek aan een theatervoorstelling of concert bijdraagt aan ontspanning, verrijking en ontmoeting.

In de coronajaren die achter ons liggen heeft het theater- en concertbezoek door alle beperkingen een flinke opdonder gehad. We maakten ons dan ook grote zorgen of publiek de weg terug zou vinden naar de podia of misschien zou kiezen voor een andere besteding van de vrije tijd. De resultaten en ontwikkelingen in 2024 zijn heel overtuigend: theater- en concertbezoek is nog steeds en misschien wel meer dan ooit belangrijk voor mensen! Publiek weet de weg naar de podia te vinden en geniet niet alleen zelf volop van alle theatrale en muzikale ervaringen, maar geeft dit ook graag aan een ander cadeau.

SPTC heeft met de Podium Cadeaukaart een uniek instrument in handen dat hier een grote bijdrage aan levert. Door collectieve marketing en promotie zet het podiumkunst letterlijk en figuurlijk op de kaart, en stimuleert het bereik van een nieuw publiek voor voorstellingen en concerten. Met een klein team van betrokken professionals onder de bevlogen leiding van directeur Alex Schade, slaagt de stichting erin een stevige positie in te nemen in een zeer commerciële, concurrerende markt en zonder subsidie inkomsten te genereren voor de podiumkunsten. Een uitzonderlijke prestatie die van grote waarde is voor een veerkrachtige podiumkunstsector en een groeiend enthousiast publiek.

LEONTIEN WIERING

SALES PODIUM CADEAUKAART

Verkoop

- 205.000 verkochte cadeaukaarten
- totale waarde: € 9,8 miljoen

Verzilvering

- 194.000 ingeleverde cadeaukaarten
- totale waarde: € 7,65 miljoen

Het jaar 2024 was qua verkoop en verzilvering een aangename verrassing. Er is een recordomzet behaald van bijna € 9,8 miljoen! Ten opzichte van 2023 is dit een groei van 20%. Wederom was er sprake van een stijging in de gemiddelde kaartwaarde, maar de groei komt vooral door de grote stijging in het aantal verkochte cadeaukaarten. Dat is een zeer positieve ontwikkeling voor de sector. Hieruit blijkt dat men graag een avondje uit naar theater of concert cadeau geeft.

Ook het aantal ingeleverde kaarten is flink gegroeid. Dit jaar werden er maar liefst 194.000 cadeaukaarten verzilverd met een waarde van € 7,65 miljoen. Een groei van 13% ten opzichte van 2024. Dit ligt in lijn met de stijgende verkoop van theatertickets bij de Nederlandse podia in 2024.

Belangrijke rol partners

Onze partners spelen een belangrijke rol bij de groei in 2024. Steeds meer aangesloten podia nemen deel aan het affiliate programma. Dit programma maakt het mogelijk voor partners om Podium Cadeaukaart online te verkopen via hun eigen website. Deze online bestellingen worden helemaal afgehandeld door SPTC en partners ontvangen 7,5% verkoopprovisie over de bestelde kaartwaarde. In 2024 is het aantal affiliate partners gegroeid naar 100 en de totale affiliate kaartomzet bedroeg dit jaar € 108.625,-.

Het aantal co-branded partners is ook verder gegroeid. Daarmee zetten podia in op een Podium Cadeaukaart in hun eigen huisstijl. Dit jaar sluiten we af met 97 co-branded partners, gericht op 107 locaties. Met een totale co-branded kaartomzet van € 520.226,29,-.



NIEUWE PARTNERS

In 2024 zijn 8 Nederlandse podia en 1 Vlaams podium partner geworden van de Podium Cadeaukaart:

- Myllesweerd, Mill
- Theater Heerenlogement, Beusichem
- Theater Warenar, Wassenaar
- Het Orgelpark, Amsterdam
- Podium Sprints, Utrecht
- Theater het Barghse Huus, 's-Heerenberg
- AFAS Theater, Leusden
- StoryTrail, Utrecht
- Concertgebouw Brugge, Brugge

Myllesweerd
cultureel centrum

theater
HEEREN
LOGEMENT

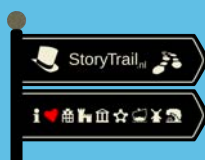
warenar
theater • congressen • evenementen

ORGELPARK

PODIUM
SPRITS

BARGHSE HUUS
theater & film

AFAS
Theater



— CONCERT —
— GEBOUW —
— BRUGGE —

NIEUWE CO-BRANDED

In 2024 hebben wij 6 nieuwe co-branded partners aangesloten bij de Podium Cadeaukaart:

- Parkgebouw, Rijssen
- 't Mozaïek, Wijchen
- Myllesweerd, Mill
- Theater de Fransche School, Culemborg
- Theater Sneek en Poppodium Bolwerk, Sneek
- Cultuurkoepel Heiloo, Heiloo



VOORTGANG CULT+ CADEAUKAART

Na de lancering van de Cult+ cadeaukaart in 2022, hebben wij in 2024 belangrijke stappen gezet voor de toekomst van deze kaart. Dankzij diverse technische verbeteringen zijn er nu vier nieuwe partners live:

- Cultuurhuis De Eendracht, Gemert-Bakel
- Ogterop, Meppel
- Muziekschool Zeeland, Middelburg
- PERRON-3, Rosmalen

Voor 2025 maakt SPTC zich sterk om meer partners aan te sluiten bij Cult+.



MARKETING & COMMUNICATIE

In 2024 lanceerden we een nieuwe campagne voor Podium Cadeaukaart: **Pak een Podium - Geef het cadeau dat blijft.** Het is een vervolg op de succesvolle brandingscampagne 'Pak eens 'n Podium' uit 2020.

De nieuwe campagne heeft een sterkere focus op de beleving. Zo wordt de cadeaukaart als doorkijkje gebruikt om op speelse wijze het brede theater- en concertaanbod te tonen. Met een aangescherpte versie van de pay-off 'Pak een Podium' blijven we het gewenste gedrag stimuleren: het geven en beleven van theater en concert.

De campagne is ontwikkeld samen met creatief bureau Big Group Amsterdam en de fotografie van de campagnebeelden is gedaan door Fotostudio Beerling.

Crossmediale aanpak

Podium Cadeaukaart was in 2024 veelvuldig zichtbaar via verschillende kanalen. Online was dit met advertenties op Google, social media en relevante sites zoals Theater.nl en titels van DPG Media. Offline was dit met campagnes op de winkelvloer (narrowcasting, wobblers) en een outdoor campagne via Digital Hotspots. Ook de radiospot was weer meerdere malen te horen op NPO 1, NPO 2 en 13 regionale zenders.

Nieuw dit jaar in de marketingmix is televisie. We waren zichtbaar op de NPO tijdens de Olympische Spelen. Dit zorgde voor een uplift qua verkoop van maar liefst 30%! De televisiespot is tot stand gekomen door een samenwerking met Paul Haenen. Paul is sinds 2024 ambassadeur van Podium Cadeaukaart. Aanvullend op de televisiespot heeft hij ook een videorubriek geproduceerd voor onze social mediakanalen.

GEEF HET CADEAU
DAT BIJBLIJFT

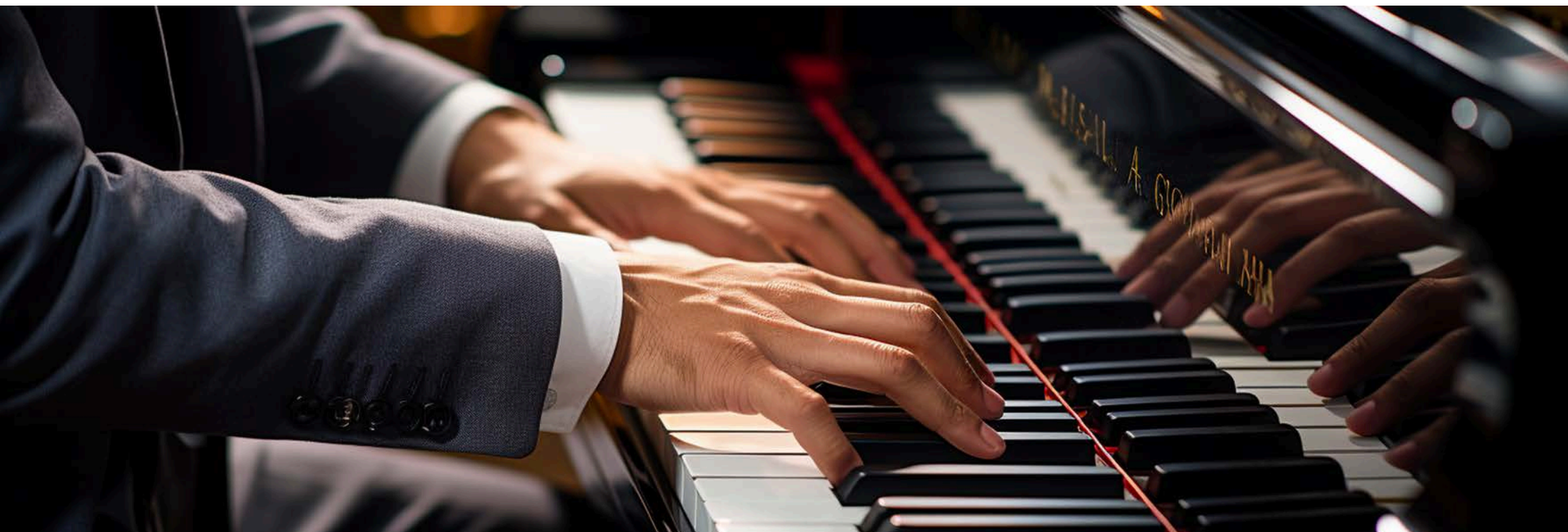


Consumentenonderzoek

Om meer te weten te komen over de ontvangers van Podium Cadeaukaart, ontvangt iedereen die zijn/haar kaart registreert na verzilvering een uitnodiging voor een online enquête. De enquête bestaat uit 19 vragen die inzicht geven in de bekendheid met Podium Cadeaukaart, het besteedgedrag en het bezoekgedrag. In 2024 heeft dat in totaal 1026 reacties opgeleverd.

De belangrijkste bevindingen zijn:

- Podium Cadeaukaart doet het goed als zakelijk geschenk: bijna 31% kreeg de Podium Cadeaukaart van een werkgever en/of collega('s).
- 90% is samen met iemand naar een voorstelling gegaan. Eén cadeaukaart staat dus garant voor 1,9 bezoekers.
- Zo'n 37% heeft een voorstelling/genre of theater bezocht waar ze anders niet naar toe waren gegaan. Podium Cadeaukaart draagt dus actief bij aan het binnenkrijgen van nieuw publiek.
- 54% kon met het saldo op hun cadeaukaart niet het volledige ticketbedrag betalen, waaruit blijkt dat men bereid is extra/eigen geld te besteden bij het theater(bezoek).
- Bijna 49% was nog niet bekend met Podium Cadeaukaart en ruim 73% overweegt om Podium Cadeaukaart zelf eens cadeau te geven. Er liggen dus kansen voor het aanspreken van een nieuwe doelgroep via marketingcampagnes in 2025.





OPERATIONELE ONTWIKKELINGEN

Medio 2023 heeft SPTC een nieuwe huisstijl voor Podium Cadeaukaart geïntroduceerd bij de podia en retailpartners. De webshop is overgestapt op deze nieuwe look en feel per september 2024. Daarnaast zijn er op de website diverse verbeteringen doorgevoerd.

Bestelflow

Er zijn een aantal punten in de bestelflow verbeterd. Met aangepaste vormgeving en toevoeging van een animatie, is verduidelijkt dat je kunt scrollen bij de carrousels van de verpakkingen en Podium Sokken. Er zijn nieuwe lettertypes toegevoegd om te gebruiken bij de fotokaart. Daarbij is ook verduidelijkt dat het lettertype, de grootte en de kleur aangepast kunnen worden.

Op de pagina met alle co-branded edities van Podium Cadeaukaart is een zoekfunctie toegevoegd. Bij de saldochecker zijn de statusmeldingen uitgebreid, zodat je ook te zien krijgt als het saldo al is besteed.

Nieuwsbrief

Er zijn extra mogelijkheden toegevoegd om de maandelijkse nieuwsbrief met uitgaanstips onder de aandacht te brengen. Aanmelden kan nu via een knop in de header. Daarnaast staat er standaard een wervend contentblok onderaan de homepage en kunnen we naar wens een pop-up inzetten om de inschrijving te stimuleren.

Klantenservicepagina

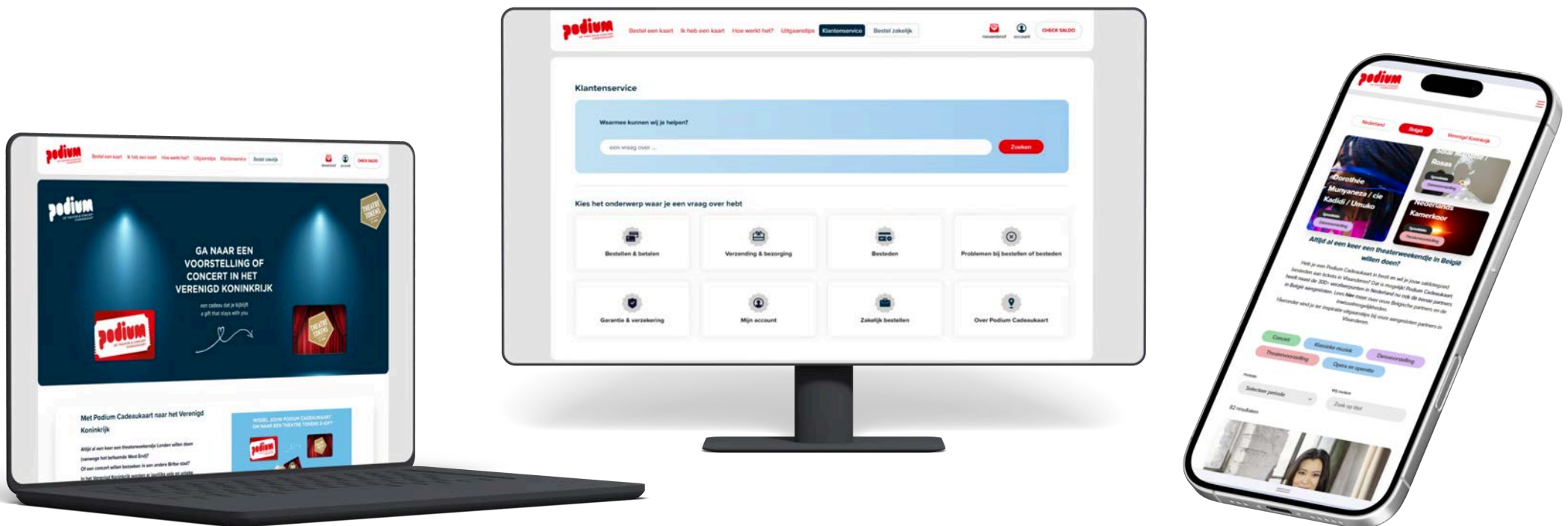
Om de klantvragen beter te stroomlijnen, is er een speciale klantenservicepagina online gezet in augustus 2024. Op deze pagina kan de consument op categorie en op onderwerp zoeken. Als men er met de gegeven informatie niet uitkomt, dan kan men via een contactformulier de servicedesk bereiken.

Omwisseltool Theatre Tokens

SPTC is een samenwerking aangegaan met de Britse collega-organisatie Theatre Tokens, om zo de bestedingsmogelijkheden van Podium Cadeaukaart nóg verder uit te breiden. Consumenten kunnen via een omwisseltool op onze website hun Podium Cadeaukaart inruilen voor een Theatre Tokens eGift. Deze eGift kun je besteden bij de aangesloten theaters van Theatre Tokens; dat zijn er 300 in het Verenigd Koninkrijk, inclusief London West End.

Uitbreiding uitgaansagenda

Vanwege de nieuwe bestedingsmogelijkheden in het Verenigd Koninkrijk én in Vlaanderen is de uitgaansagenda op podiumcadeaukaart.nl uitgebreid. Er is een speciale pagina met UITtips voor België en een speciale pagina met UITtips voor het Verenigd Koninkrijk.



SAMENWERKING & SPONSORING

in actie voor
unicef 

SPTC vindt het belangrijk dat iedereen toegang heeft tot podiumkunsten zoals theater, ook kinderen met minder kansen. Daarom steunen wij Stichting Samen Lachen en UNICEF met een donatieprogramma.

SPTC doneert standaard 3% van de gerealiseerde zakelijke verkoop opbrengsten via podiumcadeaukaart.nl. Daarnaast kunnen consumenten via onze website vrijwillig € 1,- doneren per bestelling. De opbrengsten gaan in oktober naar UNICEF en de rest van het jaar naar Stichting Samen Lachen.

Stichting Samen Lachen

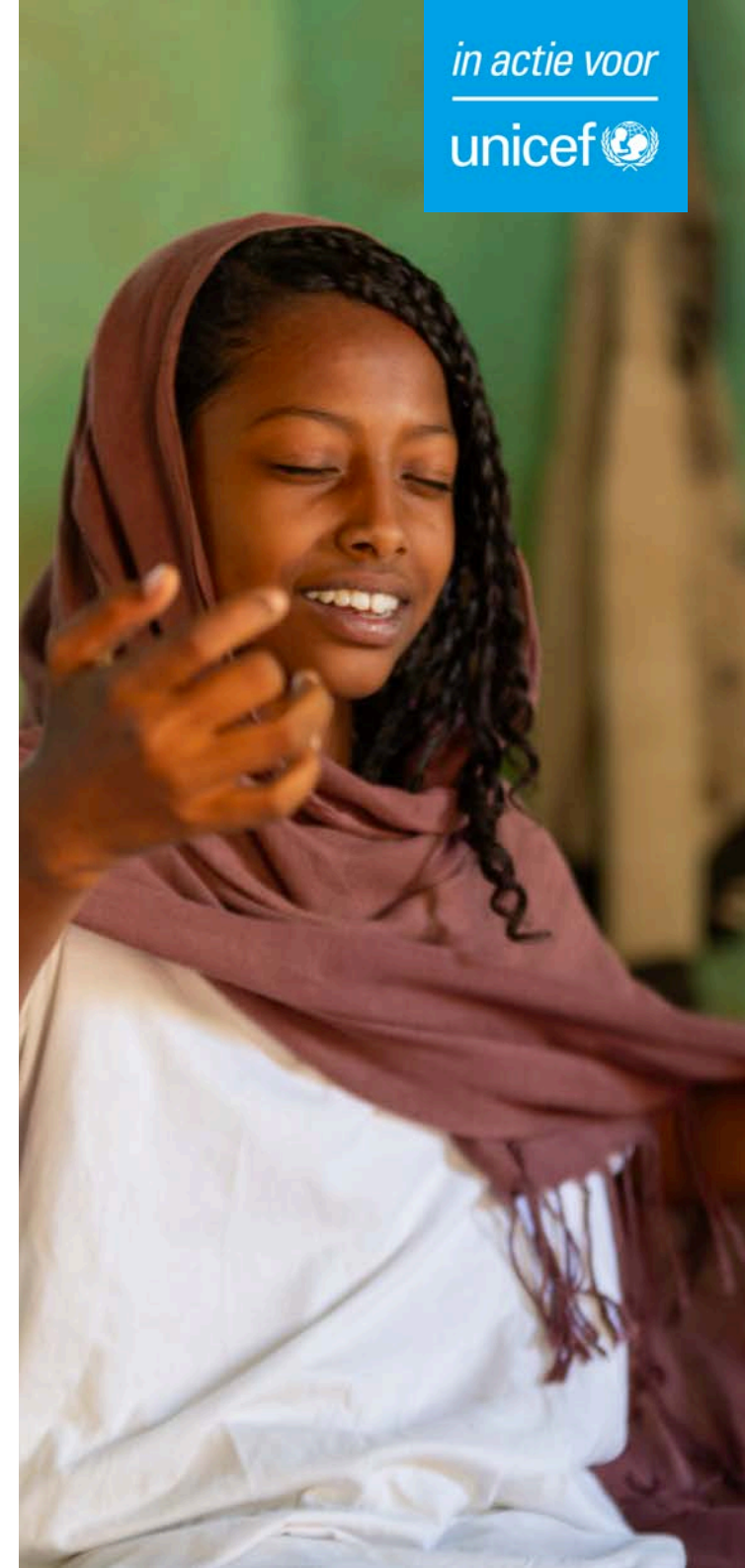
Stichting Samen Lachen organiseert maandelijks uitjes voor kinderen van 4 tot 12 jaar die er door hun thuissituatie minder vaak op uit kunnen. Donaties van Podium Cadeaukaart worden ingezet voor uitjes naar het theater.

In 2024 hebben we in totaal € 10.000,- opgehaald voor Stichting Samen Lachen. Gedurende het jaar zijn er 4 theateruitjes georganiseerd, namelijk in Amsterdam, Eindhoven, Rotterdam en Tilburg.

UNICEF

UNICEF helpt kinderen in nood niet alleen met noodhulp, maar ook met psychosociale steun en onderwijs in een veilige omgeving. Tijdens de jaarlijkse UNICEF-theatermaand in oktober gaan vrijwilligers bij theaters door het hele land op een interactieve manier in gesprek met bezoekers over het werk van UNICEF. Onder andere over de kracht van muziek, dans en toneel, en hoe deze vormen van expressie worden ingezet bij het helpen van kinderen in nood.

In 2024 hebben wij in totaal € 1.000,- opgehaald voor UNICEF. Daarnaast hebben we 98 cadeaukaarten t.w.v. € 40,- gedoneerd aan UNICEF ten behoeve van een winactie tijdens de theatermaand.



CADEAUKAARTENBRANCHE

Podium Cadeaukaart is aangesloten bij de BVCNL, de branchevereniging voor cadeaukaarten. Zo blijven we goed op de hoogte van de ontwikkelingen in de branche en bij andere aanbieders van cadeaukaarten. De branche is in beweging en er komen elk jaar nieuwe cadeaukaarten bij. Podium Cadeaukaart is nog altijd uniek in de geboden content en de enige cadeaukaart met zo'n groot theater- en concertaanbod. In 2024 waren wederom genomineerd bij de Giftcard van het Jaar verkiezing in de categorie 'Dagje Uit & Avondje Uit' en eindigden hierbij in de top 3.

We kijken verder dan alleen naar de ontwikkelingen in Nederland. Daarom hebben we het jaarlijkse congres van de Gift Card and Voucher Association (GCVA) in Londen bezocht. Hier komen spelers vanuit de hele wereld samen voor inspiratie, informatie en netwerken. Daarnaast hebben we deelgenomen aan diverse bijeenkomsten van de IMA, de Incentive Marketing Association. Hierbij draait het om Incentives en Loyalty programma's, een groeiende markt met een grote rol voor cadeaukaarten. Een belangrijke ontwikkeling die wij de komende jaren blijven volgen.





VOORUITBLIK NAAR 2025

In snel veranderende tijden is het van belang om als organisatie adequaat in te spelen op de ontwikkelingen en tevens vast te houden aan de missie en visie. Daartoe hebben wij de volgende kernideologie geformuleerd:

- Onze missie (stimuleren van podiumbezoek) is ons bestaansrecht;
- Wij zijn dienstbaar aan de sector;
- Collectief belang is het uitgangspunt en de versterkende factor;
- Onafhankelijkheid, waardoor volledige focus op de missie gelegd kan worden;
- Zelfstandigheid (geen giften en subsidies) om de onafhankelijkheid te waarborgen.

Positionering - Awareness - Relevantie

We constateren dat we inmiddels bijna alle verkoopkanalen geoptimaliseerd hebben. Daarom zullen we vanaf 2025 investeren in andere strategische groeimogelijkheden, die passen bij een kleine dan wel niche merken. Zoals datgene doen wat de concurrent niet kan en focussen op de groeimogelijkheden bij light- of non-users.

Hier zijn 3 concrete doelstellingen uitgerold:

- Positionering: onze (niche) marktpositie als cadeaukaart voor het theater definitief claimen en beschermen.
- Awareness: bekender worden bij de light-users (0-2 aankoop).
- Relevantie: heavy-users (>2 aankoop) meer verbinden aan ons merk en onze missie.

De keuze voor voor deze doelstellingen is dusdanig breed dat dit verder strekt dan alleen 2025.

BESTUUR & MEDEWERKERS SPTC

Voorzitter: Gea Zantinge | Het Concertgebouw *tot juni '24*

Leontien Wiering | Amare *vanaf juni '24*

Penningmeester: Frederique van Maldegem | SMT Nederland

Algemeen Bestuurders:

Arjen Berendse | Aan de Slinger

Denise de Boer | Internationaal Theater Amsterdam *vanaf juni '24*

Harry de Bruin | TheaterHangaar/Soldaat van Oranje *tot februari '24*

Johan Buitenga | Executive Adviseur

Wiebren Buma | Cultuur Kwartier Sneek *tot oktober '24*

Eva Middelhof | Stadsschouwburg Nijmegen en Concertgebouw de Vereeniging

Sewan Mumcuyan | Stadsschouwburg Utrecht

Joery Wilbers | De Domijnen

Directie: Alex Schade

Administratie: John Daam

Sales & Marketing: Daniëlle Beltman

Communicatie & Marketing: Marjo Wanink

Operations: Priscilla Camue

