

Publieksanalyse Voorbeeld

Naam organisatie:

Type instelling:

Genre(s):

Periode aangeleverde data t.b.v. rapportage:

Data betreft de volgende werkzaamheden/activiteiten: (toelichting)

De volgende werkzaamheden/activiteiten vallen buiten dit rapport:

Hierbij ontvangt u uw publieksanalyse gebaseerd op het Culturele Doelgroepenmodel. Het rapport bevat drie gebiedsprofielen, bijvoorbeeld het bereik in een stad, de regio en in heel Nederland. De keuze welke gebieden is bepaald per stad / regio. Per gebiedsprofiel krijgt u inzicht in uw bereik van de Culturele Doelgroepen middels een index, een cirkeldiagram met percentages en een visual van het gebied.

Toelichting / disclaimer

De organisatie is zelf verantwoordelijk voor het aanleveren van postcodes plus huisnummer en toevoeging van een representatieve steekproef van hun (nationale) bezoekers. Het verzamelen van dit soort gegevens kan bijvoorbeeld met behulp van ticketingdata of publieksonderzoek (online of ter plekke uitvragen).

Waar zegt dit rapport niets over?

Alle huishoudens in heel Nederland worden middels een postcode huisnummer toevoeging gekoppeld aan een van de Culturele Doelgroepen. Dit betekent dat buitenlandse bezoekers buiten de scope van dit onderzoek vallen. Daarnaast kunnen er in een huishouden meerdere personen wonen, daar biedt het model geen inzicht in. Ga voor meer informatie over het model en de culturele doelgroepen naar: www.cultureledoelgroepenmodel.nl.

Kwaliteit van de data

De aangeleverde adressen van de bezoekers, zijn verrijkt met de Culturele Doelgroepen. Hieronder een overzicht met de verrijkte aantallen.

	Aantal
Totaal Aantal records	6.812
Ontdubbelde records	6.789
Huishouden-match	5.697
Zakelijk adres match	131
Niet-verrijkt	961

Bij 83,9% van de 6.789 ontdubbelde records is er een match op huishoudniveau. Er dient bij het interpreteren van de resultaten altijd rekening gehouden te worden met de minimale voorwaarden van een steekproef. Het totale aantal bezoekers waar de steekproef voor staat is tenminste geschat op 50.000 en de totale verrijkte steekproef is 5.697. Op basis hiervan zijn er voldoende registraties voor een betrouwbaar rapport. Zie ook de tabel met richtlijnen "Minimale voorwaarden voor een goede steekproef".

Onderstaande tabel toont de verrijkte aantallen per gebied:

Gebied	Huishouden match	Percentage herkomst
Nederland	5.697	100%
Regio Rijnmond (excl. Rotterdam)	805	14%
Rotterdam	1.677	29%

Voor de uitdraai van losse analyses per gebied geldt een absolute ondergrens van 50. Als de aantallen daaronder komen dan wordt het beeld te onbetrouwbaar geacht en wordt deze niet weergegeven. Voor een optimaal en volledig representatief beeld dienen echter de aantallen zoals in de tabel hieronder aangehouden te worden. Tussen de 50 en de ideale situatie noemen we het beeld indicatief: het geeft al wel een richting aan, maar de afwijkingen zullen groter zijn dan 5% (standaard in marktonderzoek). Er moet daarom wel enige slag om de arm gehouden worden. Hogere aantallen zijn altijd beter, aangezien hiermee de foutmarge verder verkleind wordt.

Minimale voorwaarden voor een goede steekproef (per gebied):

Totale aantal bezoekers	Steekproefgrootte bij steekproefmarge 5%
500	217
1000	278
5000	357
10.000	370
30.000	379
50.000	381
100.000	383
300.000	384

Daarnaast moet voor een goede spreiding in het verzamelen van de gegevens worden verzorgd, waarbij alle activiteiten goed vertegenwoordigd zijn.

Bezoekersprofiel Rotterdam

Onderstaand een inzicht in de samenstelling van het publiek binnen Rotterdam.

De tabel toont de verdeling over de Culturele Doelgroepen van de bezoekers van Voorbeeld uit Rotterdam, afgezet tegen alle huishoudens in Rotterdam.

De laatste kolom toont de index van de bezoekers versus de huishoudens. Een index boven de 120 geeft een sterke oververtegenwoordiging van de groep aan. Een index onder de 80 geeft een sterke ondervertegenwoordiging aan. Indien een indexcijfer zwart is, dan is de groep niet meer of minder aanwezig dan dat je zou verwachten op basis van hun aanwezigheid in de stad.

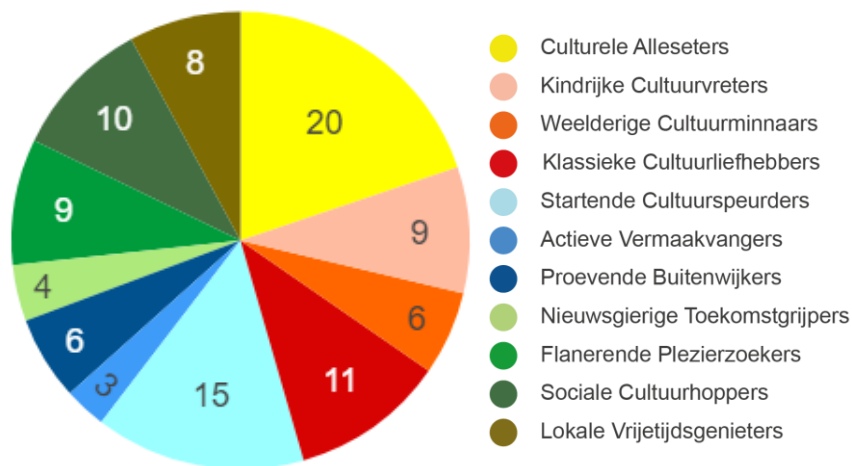
Culturele doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	329	19,6%	34.036	10,9%	181
Kindrijke Cultuurvreters	157	9,4%	18.045	5,8%	163
Weelderige Cultuurminnaars	96	5,7%	11.061	3,5%	162
Klassieke Cultuur liefhebbers	187	11,2%	23.829	7,6%	147
Startende Cultuurspeurders	247	14,7%	33.910	10,8%	136
Actieve Vermaakvangers	47	2,8%	7.562	2,4%	116
Proevende Buitenwijkers	107	6,4%	24.733	7,9%	81
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	59	3,5%	17.506	5,6%	63
Flanerende Plezierzoekers	149	8,9%	43.136	13,8%	65
Sociale Cultuurhoppers	160	9,5%	44.739	14,3%	67
Lokale Vrijtijdsgenieters	139	8,3%	54.774	17,5%	47
Totaal	1.677	100,0%	313.331	100,0%	

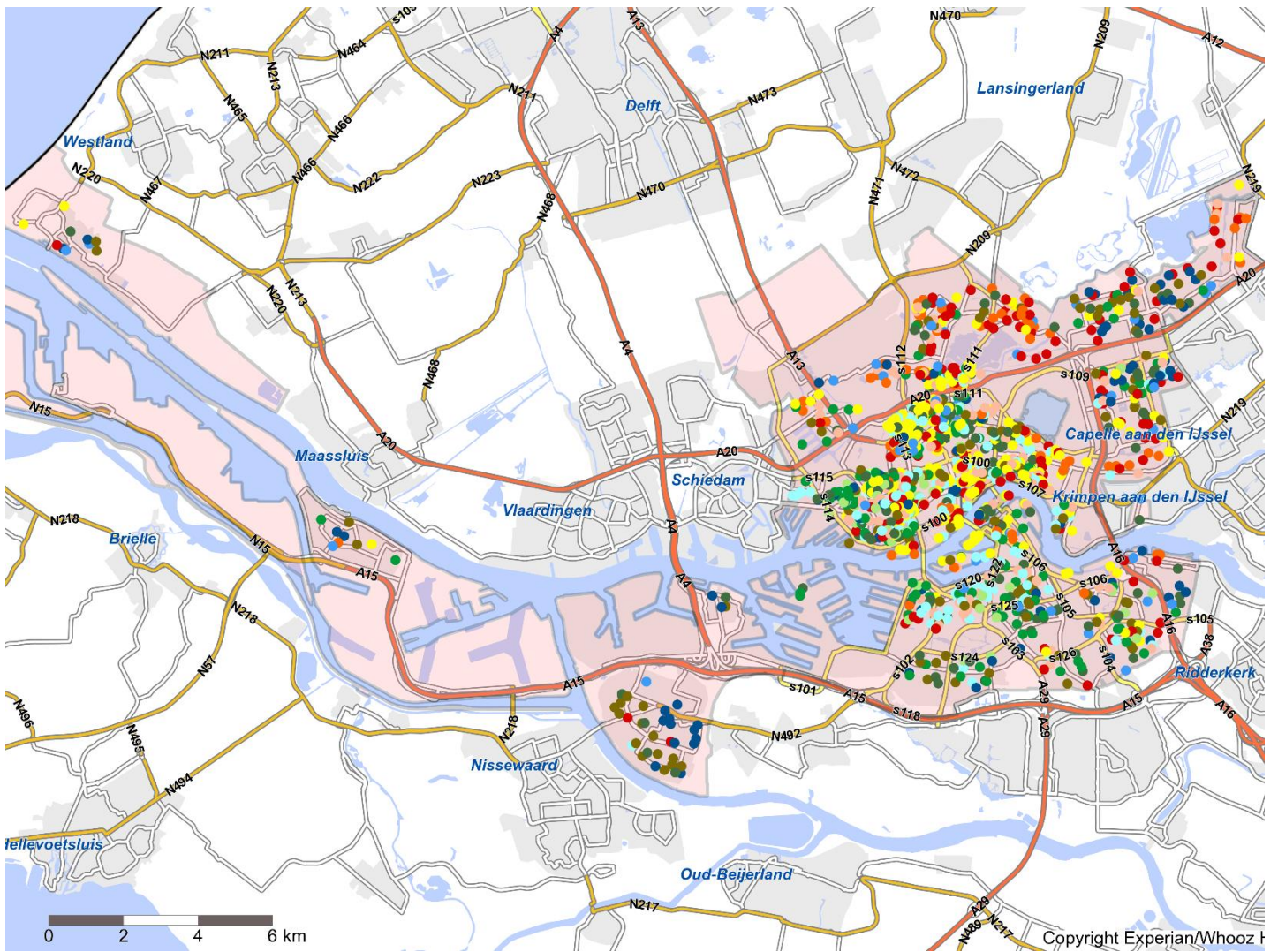
Toelichting: Kijken we naar Rotterdam, dan zien we een sterke oververtegenwoordiging van de Culturele Alleseters, de Kindrijke Cultuurvreters, de Weelderige Cultuurminnaars, de Klassieke Cultuur liefhebbers en de Startende Cultuurspeurders. Deze zijn onder het publiek van Voorbeeld meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in Rotterdam. Kortom: voor hen is het aanbod van Voorbeeld bovengemiddeld aantrekkelijk.

Ook de Actieve Vermaakvangers zien we iets meer onder het publiek van Voorbeeld dan in Rotterdam, maar er is (nog) geen sprake van een sterke oververtegenwoordiging.

De grootste groep onder het publiek van Voorbeeld in Rotterdam vormen de Culturele Alleseters (ongeveer 20% van de bezoekers).

Procentuele verdeling Bezoekers





- - Cultuurele Alleseters
- - Kindrijke Cultuurvreters
- - Weelderige Cultuurminnaars
- - Klassieke Cultuurlijfhebbers
- - Startende Cultuurspeurders
- - Actieve Vermaakvangers
- - Proevende Buitenwijkers
- - Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
- - Flanerende Plezierzoekers
- - Sociale Cultuurhoppers
- - Lokale Vrijtijdsgenieters
- Rotterdam

Het publiek van Voorbeeld komt binnen Rotterdam vooral uit de buurten Stadsdriehoek (86 bezoekers), Blijdorp (76 bezoekers) en Hillegersberg Zuid (73 bezoekers).

Bezoekersprofiel regio Rijnmond excl. Rotterdam

Onderstaand een inzicht in de samenstelling van het publiek binnen de regio Rijnmond excl. Rotterdam. De tabel toont de verdeling over de Culturele Doelgroepen van de bezoekers van Voorbeeld uit de regio Rijnmond excl. Rotterdam, afgezet tegen alle huishoudens in de regio Rijnmond excl. Rotterdam.

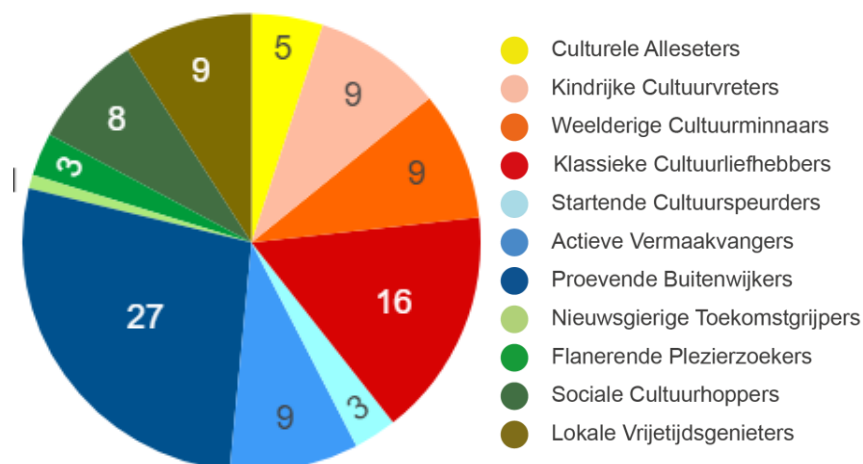
Culturele doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	44	5,5%	15.288	5,1%	108
Kindrijke Cultuurvreter	72	8,9%	15.269	5,1%	177
Weelderige Cultuurminnaars	73	9,1%	17.314	5,7%	158
Klassieke Cultuurliefhebbers	132	16,4%	49.190	16,3%	101
Startende Cultuurspeurders	23	2,9%	10.740	3,6%	80
Actieve Vermaakvangers	70	8,7%	24.143	8,0%	109
Proevende Buitenwijkers	216	26,8%	59.387	19,7%	137
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	5	0,6%	3.836	1,3%	49
Flanerende Plezierzoekers	27	3,4%	27.735	9,2%	37
Sociale Cultuurhoppers	68	8,4%	29.500	9,8%	87
Lokale Vrijetijdsgenieters	75	9,3%	49.603	16,4%	57
Totaal	805	100,0%	302.005	100,0%	

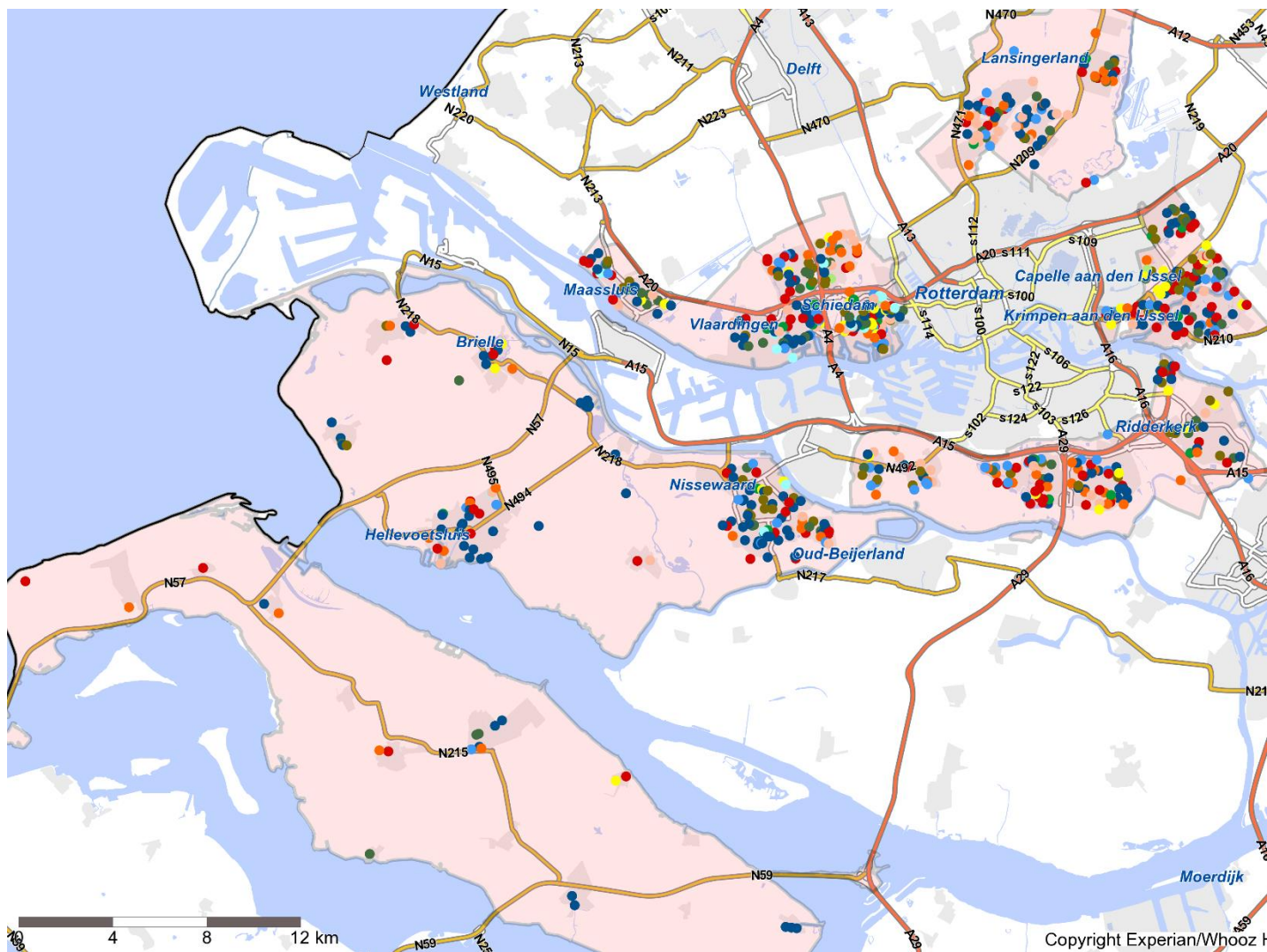
Toelichting: Kijken we naar de regio Rijnmond excl. Rotterdam, dan zien we een sterke oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreter, de Weelderige Cultuurminnaars en de Proevende Buitenwijkers. Deze zijn onder het publiek van Voorbeeld meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in de regio Rijnmond excl. Rotterdam. Kortom: voor hen is het aanbod van Voorbeeld bovengemiddeld aantrekkelijk.

Ook de Actieve Vermaakvangers en de Culturele Alleseters zien we iets meer onder het publiek van Voorbeeld dan in de regio Rijnmond excl. Rotterdam, maar er is (nog) geen sprake van een sterke oververtegenwoordiging.

De grootste groep onder het publiek van Voorbeeld in de regio Rijnmond excl. Rotterdam vormen de Proevende Buitenwijkers (ongeveer 27% van de bezoekers).

Procentuele verdeling Bezoekers





- - Culturele Alleseters
- - Kindrijke Cultuurvreters
- - Weelderige Cultuurminnaars
- - Startende Cultuurspeurders
- - Actieve Vermaakvangers
- - Proevende Buitenwijkers
- - Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
- - Flanerende Plezierzoekers
- - Sociale Cultuurhoppers
- - Lokale Vrijtijdsgenieters
- Regio Rijnmond excl. Rotterdam

Het publiek van Voorbeeld komt binnen de regio Rijnmond excl. Rotterdam vooral uit de gemeenten Capelle aan den IJssel (124 bezoekers), Schiedam (117 bezoekers) en Lansingerland (95 bezoekers).

Bezoekersprofiel Nederland

Onderstaand een inzicht in de samenstelling van het publiek binnen Nederland (totaal).

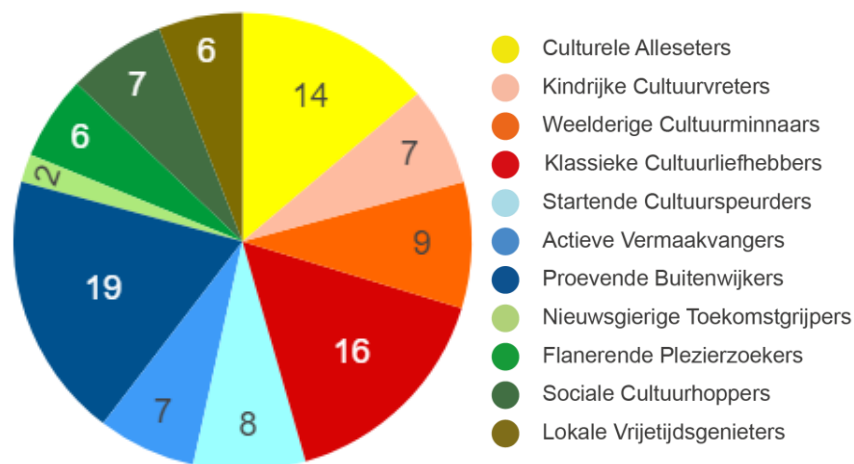
De tabel toont de verdeling over de Culturele Doelgroepen van de bezoekers van Voorbeeld uit Nederland, afgezet tegen alle huishoudens in Nederland.

Culturele doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	770	13,5%	595.126	7,5%	180
Kindrijke Cultuurvreters	375	6,6%	329.215	4,1%	159
Weelderige Cultuurminnaars	537	9,4%	494.655	6,2%	151
Klassieke Cultuurliefhebbers	905	15,9%	1.310.289	16,5%	96
Startende Cultuurspeurders	436	7,7%	404.864	5,1%	150
Actieve Vermaakvangers	393	6,9%	653.944	8,2%	84
Proevende Buitenwijkers	1.062	18,6%	1.604.599	20,2%	92
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	91	1,6%	92.870	1,2%	137
Flanerende Plezierzoekers	334	5,9%	696.480	8,8%	67
Sociale Cultuurhoppers	426	7,5%	780.844	9,8%	76
Lokale Vrijtijdsgenieters	368	6,5%	981.818	12,4%	52
Totaal	5.697	100,0%	7.944.704	100,0%	

Toelichting: Kijken we naar Nederland, dan zien we een sterke oververtegenwoordiging van de Culturele Alleseters, de Kindrijke Cultuurvreters, de Weelderige Cultuurminnaars, de Startende Cultuurspeurders en de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers. Deze zijn onder het publiek van Voorbeeld meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in Nederland. Kortom: voor hen is het aanbod van Voorbeeld bovengemiddeld aantrekkelijk.

De grootste groep onder het publiek van Voorbeeld in Nederland vormen de Proevende Buitenwijkers (ongeveer 19% van de bezoekers).

Procentuele verdeling Bezoekers





Copyright Experian/Whoos t

- - Culturele Alleseters
- - Kindrijke Cultuurvreter
- - Weelderige Cultuurminnaars
- - Klassieke Cultuurliefhebbers
- - Startende Cultuurspeurders
- - Actieve Vermaakvangers
- - Proevende Buitenwijkers
- - Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
- - Flanerende Plezierzoekers
- - Sociale Cultuurhoppers
- - Lokale Vrijtijdsgenieters
- Nederland

Het publiek van Voorbeeld komt binnen Nederland vooral uit de gemeenten Rotterdam (1677 bezoekers), Amsterdam (277 bezoekers) en 's-Gravenhage (235 bezoekers).

Bijlage 1.

AFKORTINGEN EN DEFINITIES

Hoofdgroepen	De 11 culturele doelgroepen vallen in drie hoofdgroepen: Intensief, Medium en Licht. Het indelen in een van deze drie hoofdgroepen gebeurt onder meer door te kijken naar de frequentie en het gebruik van het huidige Kunst & Cultuuraanbod.
Indexcijfers	Met een index wordt zichtbaar welke culturele doelgroepen meer of minder vertegenwoordigd zijn onder de bezoekers afgezet tegen de aanwezigheid in het betreffende gebied. Een index van bijvoorbeeld 250 betekent dat de betreffende culturele doelgroep 2,5 keer vaker voorkomt in het cultuurpubliek dan dat ze aanwezig zijn in het betreffende gebied.
Vertegenwoordiging	Een index van rond de 100 betekent dat een culturele doelgroep gemiddeld vertegenwoordigd is. Met andere woorden: het bereik van deze groep is even groot als hun percentuele aandeel in het gebied waarmee wordt vergeleken.
Oververtegenwoordiging	Ligt de index boven de 120 dan is de groep onder het cultuurpubliek zeer sterk vertegenwoordigd. Dat wil zeggen dat deze culturele doelgroep onder het publiek meer aanwezig is dan in het gebied waarmee wordt vergeleken.
Ondervertegenwoordiging	Ligt de index onder de 80 dan is de groep onder het cultuurpubliek minder sterk vertegenwoordigd. Onder het publiek is deze culturele doelgroep dan minder aanwezig dan in het gebied waarmee wordt vergeleken.
Records	Een statistische term die verwijst naar de rijen in een dataset. In dit geval naar de individuele rijen met de postcodes en huisnummers met eventuele toevoeging.
Significant	Significant wil zeggen dat de uitkomst aannemelijk en betrouwbaar is en niet op toeval berust.
Representatief	Representativiteit in dit rapport wil zeggen dat er betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan over het publiek.
Segment	Met een segment wordt een groep mensen bedoeld met overeenkomende kenmerken. In deze context hebben we het over een cultureel segment (een culturele Doelgroep).
Steekproef	Als de aangeleverde data niet het volledige publiek betreft noemt men het een steekproef. De steekproef dient een verkleinde afspiegeling te zijn van het volledige publiek.
Rotterdam	In het rapport wordt gerapporteerd op Rotterdam. Hiermee wordt gemeente Rotterdam bedoeld.
Regio Rijnmond	In het rapport wordt gerapporteerd op Regio Rijnmond. Hiermee wordt Veiligheidsregio Rotterdam-Rijnmond bedoeld waarbij er wordt gerapporteerd op Regio Rijnmond exclusief gemeente Rotterdam.

Bijlage 2.

UITLEG TABEL

Bezoekers:

Het aantal bezoekers op huishoudniveau per Culturele Doelgroep die gebruikt is in de analyse. Hiermee kan je onder meer vaststellen uit welk segment de meeste bezoekers komen.

% Bezoekers:

De verdeling van bezoekers op huishoudniveau over de Culturele Doelgroepen. Hiermee kan je vaststellen tot welk segment het grootste aantal van je bezoekers relatief behoort.

Huishoudens:

Totaal aantal huishoudens van de verschillende Culturele Doelgroepen. Hiermee kun je zien hoeveel huishoudens aanwezig zijn per segment in het betreffende gebied.

% Huishoudens:

De verdeling van de huishoudens van de Culturele Doelgroepen in het betreffende gebied. Hiermee kun je zien welk segment relatief het grootste aandeel heeft in het betreffende gebied.

Culturele doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	102	12,2%	33.508	10,7%	114
Kindrijke Cultuurvreters	43	5,1%	18.604	6,0%	86
Weelderige Cultuurminnaars	26	3,1%	11.172	3,6%	87
Klassieke Cultuurliefhebbers	70	8,4%	23.667	7,6%	111
Startende Cultuurspeurders	81	9,7%	34.014	10,9%	89
Actieve Vermaakvangers	25	3,0%	7.555	2,4%	124
Proevende Buitenwijkers	62	7,4%	24.328	7,8%	95
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	44	5,3%	17.047	5,5%	96
Flanerende Plezierzoekers	117	14,0%	42.754	13,7%	102
Sociale Cultuurhoppers	117	14,0%	44.569	14,3%	98
Lokale Vrijetijdsgenieters	149	17,8%	55.136	17,7%	101
Totaal	836	100,0%	312.354	100,0%	

Index:

Een index geeft de verhouding weer tussen het aandeel dat een Culturele Doelgroep heeft onder de bezoekers ten opzichte van de aanwezigheid van de Culturele Doelgroep in het betreffende gebied.

Een index van 100 (zwart) geeft aan dat de Culturele Doelgroep even vaak voorkomt onder de bezoekers als dat ze in het betreffende gebied aanwezig is. We spreken dan van een 'normale vertegenwoordiging'.

Minder dan 100 (blauw): geeft aan dat de Culturele Doelgroep minder vaak voorkomt onder de bezoekers als dat ze in het betreffende gebied aanwezig is. We spreken dan van een (sterke) 'ondervertegenwoordiging'.

Meer dan 100 (rood): geeft aan dat de Culturele Doelgroep vaker voorkomt onder de bezoekers als dat ze in het betreffende gebied aanwezig is. We spreken van een (sterke) 'oververtegenwoordiging'.

Bijlage 3.

HET CULTURELE DOELGROEPENMODEL

Rotterdam Festivals is landelijk koploper als het gaat om publieksonderzoek in de culturele sector en gebruikt het zelf ontwikkelde Culturele Doelgroepenmodel om cultuurparticipatie in kaart te brengen en te verhogen. Deze segmentatiemethode geeft onder meer inzicht in:

- levensfase;
- demografie (locatie, leeftijd, geslacht);
- socio-economische kenmerken (opleiding, inkomen);
- media- en internetgebruik;
- (culturele) interesses en gedrag;

van bijvoorbeeld huidig publiek en/of (potentiële) doelgroepen.

In het Culturele Doelgroepenmodel is het publiek eerst gesegmenteerd op basis van cultureel gedrag en voorkeuren naar drie hoofdgroepen: Intensief, Medium en Licht (kijkend naar gebruik van het huidige Kunst & Culturaanbod) en vervolgens naar 11 culturele doelgroepen. Het model is tot stand gekomen door data over cultuurgedrag te combineren met algemene Whize-data*.

HET CULTURELE DOELGROEPENMODEL INZETTEN IN DE PRAKTIJK

Met behulp van het model kunnen organisaties hun publieksbereik in kaart brengen. Het geeft inzicht en handvatten waarmee je onder meer je beleid op het gebied van programmering (aanbod), marketing en communicatie kan bepalen. Hoe meer je immers van je (potentiele) publiek weet, hoe beter je haar kunt vinden, bereiken, verleiden en binden. Daarbij is het belangrijk om in te spelen op de interesses en motieven van de diverse doelgroepen. De juiste toon en boodschap te vinden in je uitingen, en mogelijke drempels te verlagen of zelfs weg te nemen.

*Deze Whize data (voorheen Mosaic) wordt gevoed door meer dan 330 bronnen (demografische, sociografische, lifestyle, financiële, woning, enquête, mediagebruik, merkvoorkeur gegevens en nog veel meer).

MEER INFORMATIE

Kijk voor meer informatie op www.cultureledoelgroepenmodel.nl en bekijk hier de digitale brochure om meer te weten over de verschillende Culturele Doelgroepen. In dit document vind je op pagina 54 ook links naar diverse online interactieve dashboards. Vragen of suggesties? Neem dan contact op met onderzoek@rotterdamfestivals.nl.

Rotterdam Festivals
Cultuurparticipatie / Onderzoek & Expertise
Postbus 21362
3001 AJ Rotterdam
Stationsplein 45 (Be.041)
3013 AK Rotterdam
+ 31 10 433 25 11
www.rotterdamfestivals.nl