



rotterdam
festivals!

BEREIK ONDER ROTTERDAMMERS DOOR CULTUURPLANINSTELLINGEN

Tweejaarlijks overkoepelende analyse onder bezoekers
Jaar 2018 / 2019 & Coronajaar 2020

November 2021

De cultuursector is gezamenlijk verantwoordelijk voor het zo goed mogelijk bedienen van een zo breed mogelijk cultureel publiek. ‘Samen zoveel mogelijk Rotterdammers bereiken’ en iedere instelling heeft daar zijn eigen rol in. Een aantal jaar geleden heeft de sector de ambitie uitgesproken om meer uit de hoofdgroep Licht te willen bereiken.

In dit kader monitoren we tussentijds de resultaten en brengt Rotterdam Festivals onder meer in kaart welk publiek de cultuurplaninstellingen bezoekt. Dit gebeurt met behulp van het door Rotterdam Festivals ontwikkelde Culturele Doelgroepenmodel. Jaarlijks ontvangen instellingen individuele rapportages en tweejaarlijks wordt er een overkoepelende analyse gemaakt.

In deze overkoepelende analyse wordt er gekeken naar vragen zoals:

- Welke Culturele Doelgroepen worden er (minder) goed bereikt? Ook in verhouding met de aanwezigheid van de doelgroepen in de stad. En wat is de ontwikkeling in de afgelopen jaren?
- Welke Culturele Doelgroepen bezoeken de activiteiten van de cultuurplaninstellingen gesplitst naar podia, festivals, musea, gezelschappen, zelf actief? Zit er een verschil in type instelling en in de afgelopen jaren?
- Welke Culturele Doelgroepen bezoeken de activiteiten van de cultuurplaninstellingen gesplitst op de nieuwkomers, doorgroeiers, ‘gevestigde’ instellingen en RCB?
Zorgen nieuwe cultuurplaninstellingen voor additioneel bereik van moeilijk bereikbare Culturele Doelgroepen (hoofdgroep *Licht*)?
- Hoe is het bereik in de verschillende gebieden in Rotterdam?
Is er een verschil in cultuurparticipatie kijkend naar Rotterdam Noord en Rotterdam Zuid?
Zijn er wijken in de stad waar de cultuurparticipatie laag is?
- Waar zit potentie om de participatie te bevorderen onder de hoofdgroep Licht?
- Welke instellingen hebben de verschillende Culturele Doelgroepen veel bezocht?
- Is er een verschil in bereik tussen de Museumjaarkaart, Rotterdampas en het eigen bereik qua bezoekers van de instellingen?
- Is er iets te zeggen over het effect van Corona (jaar 2020)?



INHOUDSOPGAVE

INLEIDING, SAMENVATTING, OVERKOEPELENDE INZICHTEN & AANBEVELINGEN

- [Methodologieën](#)
- [Leeswijzer](#)
- [Samenvatting & Overkoepelende inzichten](#)
- [Aanbevelingen](#)

GRAFIEKEN

- [Ontwikkeling in tijd: 2018-2019-2020](#)
- [Type instelling](#)
- [Toetreden cultuurplan](#)
- [Kortingspassen](#)
- [Geografisch: Rotterdam, Regio Rijnmond en heel Nederland](#)
- [Geografisch: wijken / buurten](#)

BIJLAGEN

- [Bijlage 1. Voorbeelden instellingen hoog bereik hoofdgroep Licht](#)
- [Bijlage 2. Culturele Doelgroepenmodel / Culturele Doelgroepen](#)



Data

- Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van publieksdata van de cultuurplaninstellingen over de jaren 2018, 2019 en 2020. Bij de categorie 'zelf actief' is ook de data meegenomen van de Bibliotheek leden. Normaliter zou er in deze tweejaarlijkse overkoepelende analyse enkel gekeken worden naar 2018 en 2020, maar vanwege Corona is de aanwezige data van het laatste 'normale' jaar 2019 gebruikt.
- Om het 'type' publiek in kaart te brengen is het Culturele Doelgroepenmodel gebruikt.

Interpretatie

- Wegens corona is 2020 geen representatief jaar. Daarom zit in de conclusies de focus op de verschillen tussen het laatste 'normale jaar' 2019 versus 2018.
- In dit rapport rapporteren we op percentages en op indexcijfers. Hoe indexcijfers moeten worden geïnterpreteerd staat in de [leeswijzer](#).

Veldwerk / Steekproefomvang - 'n'

De dataverzameling omvat de jaren 2018, 2019 en 2020.

De 'n' (steekproefomvang) is in 2020 het laagst vanwege corona; instellingen hadden immers geen of minder activiteiten.

De 'n' qua aantal instellingen in 2019 is ook lager dan 2018. Het jaarlijks aanleveren was gedurende de vorige cultuurplanperiode niet verplicht en een aantal instellingen hebben hun data verwijderd wegens hun interne AVG beleid. Sinds de huidige cultuurplanperiode is het jaarlijks aanleveren van data verplicht.

- 2018: 74 - Deze n is 95% van het totaal aantal instellingen (100.587 records van Rotterdamse bezoekers)
- 2019: 59 - Deze n is 76% van het totaal aantal instellingen (110.290 records van Rotterdamse bezoekers)
- 2020: 45 - Deze n is 65% van het totaal aantal instellingen (63.243 records van Rotterdamse bezoekers)



AFKORTINGEN EN DEFINITIES

Bereik	De percentages en grafieken zijn op basis van het bereik in Rotterdam (niet Regio Rotterdam Rijnmond of heel Nederland) tenzij anders aangegeven. Het gaat over de daadwerkelijke bezoekers aan de activiteiten van de cultuurplaninstellingen (CPI).
CPI	Afkorting cultuurplaninstelling: culturele organisatie in Rotterdam die vier jaar lang jaarlijks een vast subsidiebedrag ontvangt.
Hoofdgroepen	De 11 Culturele Doelgroepen vallen in drie hoofdgroepen: Intensief, Medium en Licht. De betreffende hoofdgroep waar de segmenten onder vallen is kijkend naar de frequentie en het gebruik van het huidige Kunst & Culturaanbod. Voor meer informatie over de Culturele Doelgroepen en onder welke hoofdgroepen deze vallen, zie bijlage 1 .
Hoofdgroep bereikt zoals verwacht	Wanneer wordt aangegeven in het rapport dat de hoofdgroepen worden bereikt zoals verwacht bij de betreffende groep wordt bedoeld dat hoofdgroep Intensief is oververtegenwoordigd, hoofdgroep Medium normaal vertegenwoordigd, hoofdgroep Licht ondervertegenwoordigd.
Indexcijfers	Met een index wordt direct zichtbaar welke Culturele Doelgroepen meer of minder vertegenwoordigd zijn onder de bezoekers kijkend naar de aanwezigheid van de Culturele Doelgroepen in het betreffende gebied. Een index van bijvoorbeeld 250 betekent dat de betreffende Culturele Doelgroep 2,5 keer vaker voorkomen in het cultuurpubliek dan dat ze aanwezig zijn in het betreffende gebied.
Jaartallen	Wegens Covid-19 was 2020 geen representatief jaar. Daarom is de belangrijkste focus op de verschillen tussen het laatste 'normale jaar' 2019 versus 2018. 2020 is wel zichtbaar, maar er is feitelijk veelal geen goede vergelijking te maken met de jaren ervoor. Mede daarom is over dit jaar een vlak geplaatst.
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 aandeel kijkend naar de aanwezigheid in het betreffende gebied. Ligt de index boven de 120 dan is de groep onder het cultuurpubliek zeer sterk vertegenwoordigd (oververtegenwoordigd) en onder de 80 juist minder sterk (ondervertegenwoordigd).
Indeling / toetreding instellingen*	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuwkomers: Organisaties die in 2017 toetraden tot het Cultuurplan. • Doorgroeiers: Organisaties die in 2013 toetraden tot het Cultuurplan. • Cultuurplaninstellingen van voor 2013: Organisaties die voor 2013 toetraden tot het Cultuurplan. • RCB: Rotterdamse Culturele Basis. Het college kent deze instellingen een instelling overstijgende taak toe op grond van hun strategische positie voor de stad. Meer dan andere instellingen dienen zij verantwoordelijkheid te nemen voor de Rotterdamse cultuursector als geheel en voor de talenten in de stad
Type instellingen	Festivals, Galeries, Gezelschappen, Musea, Podia, Zelf actief (cultuurplaninstellingen).

Het rapport kan op verschillende manieren gelezen worden.

- Voor de snelle lezer is er de [samenvatting, overkoepelende inzichten & aanbevelingen](#).
- Voor meer verdieping zijn de [grafieken](#) los te bekijken.

Indexcijfers versus percentages

- Veelal wordt per onderwerp de [procentuele verhoudingen](#) weergegeven en op dezelfde sheet of een sheet erna de [indexcijfers](#). De percentages geven een visuele weergave van de Culturele Doelgroepen en hun verdeling ten opzichte van elkaar. De indexcijfers geven inzicht hoe de Culturele Doelgroepen zich verhouden ten opzichte van hun aanwezigheid in het betreffende gebied.
- Bij de indexcijfers kijken we bij de conclusies in eerste instantie naar of ze veranderen van vertegenwoordiging: oververtegenwoordiging, gemiddelde vertegenwoordiging, ondervertegenwoordiging.



rotterdam
festivals!

SAMENVATTING & OVERKOEPELENDE INZICHTEN

[→ Naar inhoudsopgave](#)

SAMENVATTING (1/2)

In de Rotterdamse cultuursector willen we graag samen zo veel mogelijk Rotterdammers bereiken. Om bij te houden of dat lukt, brengt Rotterdam Festivals in kaart welke organisaties welke Culturele Doelgroepen in Rotterdam weten aan te trekken. Iedere twee jaar kijken we naar het overkoepelende beeld van de cultuurplaninstellingen en delen we de belangrijkste bevindingen. Omdat het coronajaar zo uitzonderlijk was voor de sector, nemen we die wel mee, maar ligt de focus deze keer op 2018 versus 2019.

Gekeken naar het totale bereik van de Culturele Doelgroepen zien we over het algemeen een stabiel beeld in 2018 en 2019. Alle Culturele Doelgroepen worden door de culturele sector bereikt, maar veelal zoals je het verwacht: de hoofdgroep intensief verwelkomen we veel, de Medium groep gemiddeld en de hoofdgroep Licht in mindere mate.

Qua veranderingen zien we dat de Actieve Vermaakvangers in 2018 oververtegenwoordigd waren, in 2019 normaal vertegenwoordigd en in 2020 weer oververtegenwoordigd. En in 2018 zagen we de Sociale Cultuurhoppers in een normale vertegenwoordiging, maar dat zakte een klein stukje terug in 2019. Daardoor vallen ze weer in de categorie ondervertegenwoordigd. Deze ondervertegenwoordiging wordt nog sterker in coronajaar 2020.

Zoals ieder jaar zien we hoofdgroep Licht het minst vaak terug vergeleken met de rest van de doelgroepen. Als we naar alle doelgroepen kijken is de ontwikkeling in vertegenwoordiging al met al stabiel. Zo blijven de Lokale Vrijetijdsgenieters het sterkst ondervertegenwoordigd (met een bereik van minder dan de helft), en de Weelderige Cultuurminnaars het sterkst oververtegenwoordigd (drie keer zo vaak bereikt dan aanwezig in Rotterdam).

Als we naar de verschillende soorten instellingen kijken, zijn er bij Podia, Musea en Festivals geen grote verrassingen in hun bereik. Wel daalt in 2019 het bereik bij Podia bij de Hoofdgroep Intensief met 6 procent in vergelijking met 2018 (ten gunste van de hoofdgroep Medium en Licht. Gezelschappen bereiken deze hoofdgroep juist meer dan andere type instellingen, terwijl hoofdgroep Medium en Licht hier juist achterblijven. De categorie 'Zelf Actief' wist de hoofdgroep Licht relatief goed aan te spreken: de Flanerende Plezierzoekers en de Sociale Cultuurhoppers zijn normaal vertegenwoordigd. De Galeriers hadden een opvallend groot bereik bij de jongere, hippere Culturele Doelgroepen zoals de Culturele Alleseters en de Startende Cultuurspeurders.



SAMENVATTING (2/2)

Zijn er dan nog opvallend heden als je kijkt naar wanneer culturele instellingen zijn toegetreden tot het cultuurplan? Procentueel gezien zijn er onder de gevestigde namen –van voor 2013– geen grote veranderingen in hoe ze de hoofdgroepen bereiken. Hoofdgroep Midden ging van een oververtegenwoordiging in 2018 naar een normale vertegenwoordiging. De doorgroeiers (toegetreden in 2013) weten relatief veel hoofdgroep Licht aan te spreken. Nieuwkomers (toegetreden in 2017) spreken deze hoofdgroep echter het vaakst aan, met een stijging van 7 procent in 2019. Nieuwsgierige Toekomstgrijpers en Flanerende Plezierzoekers zijn hier normaal vertegenwoordigd, en deze instellingen hebben het meest additioneel bereik binnen deze hoofdgroep. Als we naar de Rotterdamse Culturele Basis (RCB) kijken, vinden we hoofdgroep Intensief hier het meest terug, maar ook de Actieve Vermaakmakers, uit hoofdgroep Medium zijn elk jaar oververtegenwoordigd.

Per Rotterdamse wijk verschilt de bereikbaarheid op het gebied van cultuurparticipatie. Het is goed zichtbaar dat Noorderlingen bovengemiddeld vaak een culturele uitstap maken, en Zuiderlingen onder gemiddeld. Delfshaven, Kralingen-Crooswijk, Noord, Hillegersberg-Schiebroek en Rotterdam Centrum laten in 2019 een oververtegenwoordiging in cultuurbezoek zien. Ondervertegenwoordigd zijn: Prins Alexander, Charlois en IJsselmonde.

Als we kijken hoeveel effect een Rotterdampas heeft bovenop het eigen bereik van een cultuurplaninstelling, dan worden vooral Klassieke Cultuurliefhebbers en Lokale Vrijetijdsgenieters additioneel bereikt. Voor de Museumjaarkaart geldt dat vooral voor de Klassieke Cultuurliefhebbers en Culturele Alleseters. De Rotterdampas bereikt overigens opvallend vaak hoofdgroep Licht, en relatief weinig de Culturele Alleseters.

En hoe zit het ten slotte met 2020; wat was het effect van corona? Binnen het Intensieve segment werd het cultuurpubliek nog sterker vertegenwoordigd, behalve de Klassieke Cultuurliefhebbers. Die zijn misschien voorzichtiger met cultuurbezoek vanwege hun leeftijd en de gezondheidsrisico's die er spelen. Binnen het Mediumsegment steeg ook de Actieve Vermaakvangers naar een oververtegenwoordiging; vooral omdat het (kindvriendelijke!) museumbezoek sterk groeide in vertegenwoordiging. Mogelijk omdat er minder andere opties waren voor uitstapjes met kinderen. De Proevende Buitenwijkers zakten tijdens het coronajaar juist af naar ondervertegenwoordiging. In het Lichte segment werd de ondervertegenwoordiging groter.



TOTALE BEREIK CULTURELE DOELGROEPEN

- **In 2019** bezoeken alle Culturele Doelgroepen de cultuurplaninstellingen.
De hoofdgroepen worden bereikt zoals te verwachten bij de betreffende hoofdgroep: Intensief oververtegenwoordigd, Medium normaal vertegenwoordigd, Licht ondervertegenwoordigd.
Binnen de hoofdgroepen worden de Weelderige Cultuurminnaars het meest bereikt in vergelijking met hun aanwezigheid in Rotterdam (bijna 3 keer zo vaak). De Lokale Vrijtijdsgenieters worden het minst bereikt in vergelijking met hun aanwezigheid in Rotterdam (minder dan de helft).
- **Als je 2019 vergelijkt met 2018** is er een kleine verschuiving in bereik van hoofdgroep Intensief (+1%) en Licht (-1%), hoofdgroep Medium blijft gelijk.
Binnen de hoofdgroepen zijn er wat veranderingen in de vertegenwoordiging van de Culturele Doelgroepen. Zo zijn de Klassieke Cultuurliefhebbers in 2019 nog sterker vertegenwoordigd dan ze al waren en laten de Sociale Cultuurhoppers een daling zien: zij gaan van een normale vertegenwoordiging (86) naar een ondervertegenwoordiging (79). Verder is er in Medium een grote daling onder de Actieve Vermaakvangers; zij gaan van oververtegenwoordiging (150) in 2018 naar een normale vertegenwoordiging (100) in 2019.
- **Gekeken naar 2020 t.o.v. voorgaande jaren** valt op dat vrijwel alle Culturele Doelgroepen binnen Intensief nog sterker vertegenwoordigd zijn in het cultuurpubliek op de Klassieke Cultuurliefhebbers na (gelijk gebleven). In Licht zijn juist nagenoeg alle groepen sterker ondervertegenwoordigd op de Sociale Cultuurhoppers na (gelijk gebleven). Dit verschil kan komen doordat hoofdgroep Intensief frequenter gebruik maakt van het huidige kunst en culturaanbod en daardoor eerder geneigd zijn om dit te doen ondanks de eventuele maatregelen. Dat alleen de Klassieke Cultuurliefhebbers binnen hoofdgroep Intensief niet zijn gestegen kan te maken hebben met de oudere leeftijd waardoor ze met Corona minder geneigd zijn risico's te nemen.
In Medium zijn de Actieve Vermaakvangers van normale vertegenwoordiging (100) naar een oververtegenwoordiging (150) gegaan. Dit komt in 2020 met name door de sterke groei in vertegenwoordiging onder veelal kindvriendelijke musea. Actieve Vermaakvangers zijn veelal jonge gezinnen die wellicht ook meer met de kinderen zijn gaan ondernemen omdat er minder andere mogelijkheden waren. De Proevende Buitenwijkers zijn naar een ondervertegenwoordiging gegaan. Zij laten een daling zien op vrijwel alle type instellingen op podia na. Dit kan komen doordat zij vaker aan de rand van de stad wonen waardoor de combinatie van corona maatregelen en de afstand een drempel vormden.



BEREIK CULTURELE DOELGROEPEN KIJKEND NAAR TYPE INSTELLING

- Podia, Musea en Festivals bereiken de hoofdgroepen als te verwachten bij de betreffende hoofdgroep. Hoofdgroep Intensief wordt gemiddeld het vaakst bereikt door Gezelschappen (gemiddelde index 225) gevolgd door Musea (gemiddelde index 182). Hoofdgroep Medium wordt gemiddeld het vaakst bereikt door Podia (108) gevolgd door Musea (102). Hoofdgroep Licht wordt gemiddeld het vaakst bereikt door Podia (67) gevolgd door Festivals (64).
- Bij Podia is in 2019 de hoofdgroep Intensief gedaald met 6% t.o.v. 2018.
- Weinig verschuivingen onder het Musea publiek gekeken naar 2018 en 2019. Bij Musea valt op dat ze relatief vaak Kindrijke Cultuurliedhebbers bereiken, maar niet heel veel vaker de Actieve Vermaakvangers wat ook een familiegroep is. Ze worden overigens wel bereikt: in 2019 zakten de Actieve Vermaakvangers naar een normale vertegenwoordiging en in het corona jaar zijn zij juist weer oververtegenwoordigd (maar niet hoog als de Kindrijke Cultuurliedhebbers).
- Galerries bereiken in 2019 naast de Klassieke Cultuurliedhebbers opvallend veel Startende Cultuurspeurders en Culturele Alleseters. Ook is er een oververtegenwoordiging bij de familiegroep Kindrijke Cultuurvreeters. Verder worden er weinig Weelderige Cultuurminnaars (38) ontvangen en laten de Galerries in 2018, 2019 en 2020 ook een ondervertegenwoordiging zien op de familiegroep Actieve Vermaakvangers. In 2018 en 2020 dragen Galerries relatief veel bij aan hoofdgroep Licht.
- 'Zelf Actief' bereikt relatief veel uit hoofdgroep Licht. Zowel de Flanerende Plezierzoekers als de Sociale Cultuurhoppers laten elk jaar een normale vertegenwoordiging zien.

BEREIK KIJKEND NAAR TOETREDING CULTUURPLAN PERIODE

- 'Gevestigde instellingen' (instellingen toegetreden voor 2013) bereiken de hoofdgroepen als te verwachten bij de betreffende hoofdgroep. Qua percentuele verdeling zien we geen grote veranderingen. Qua index zijn in 2019 de Actieve Vermaakvangers en Proevende Buitenwijkers (hoofdgroep midden) van een oververtegenwoordiging (in 2018) naar een normale vertegenwoordiging gegaan.
- Doorgroeiers bereiken relatief veel hoofdgroep Licht. Ze laten onder meer elk jaar een normale vertegenwoordiging zien onder de Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers.
- Nieuwkomers bereiken relatief het vaakst hoofdgroep Licht, deze stijgt in 2019 met 7%. Zowel in 2018 als 2019 laten de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers een normale vertegenwoordiging zien.
- De RCB bereiken veelal hoofdgroep Intensief. Het valt op dat binnen hoofdgroep Medium de Actieve Vermaakvangers elk jaar een oververtegenwoordiging laten zien.



OVERKOEPELENDE INZICHTEN - 3/3

BEREIK ROTTERDAMPAS EN MUSEUMKAART IN VERGELIJKING BEREIK CPI

- De Rotterdampas laat met name additioneel bereik zien op de Klassieke Cultuurliefhebbers en de Lokale Vrijtijdsgenieters in vergelijking met wie de cultuurplaninstellingen bereiken wanneer de Rotterdampas niet wordt meegerekend. Als je kijkt naar het totale bereik van de Rotterdampas (los van alleen CPI) bereiken zij relatief veel bezoekers uit de hoofdgroep Licht. De index m.b.t. de Culturele Alleseters is overigens opvallend laag bij de Rotterdampas.
- De Museumkaart laat met name additioneel bereik zien op de Klassieke Cultuurliefhebbers en de Culturele Alleseters in vergelijking met wat de cultuurplaninstellingen bereiken wanneer de Museumkaart niet wordt meegerekend.

GEOGRAFISCH: ROTTERDAM, REGIO RIJNMOND EN HEEL NEDERLAND

- In Rotterdam worden de hoofdgroepen bereikt zoals te verwachten bij de desbetreffende groepen.
- In Regio Rotterdam Rijnmond (exclusief Rotterdam) worden kijkend naar de aanwezigheid in het betreffende gebied relatief veel Proevende Buitenwijkers (oververtegenwoordigd) bereikt, maar minder Startende Cultuurspeurders (ondervertegenwoordigd). De Culturele Alleseters zijn met een normale vertegenwoordiging in Regio Rotterdam Rijnmond ook relatief minder vertegenwoordigd dan als je kijkt naar de stad Rotterdam.
- In Nederland worden alle groepen zo vertegenwoordigd als te verwachten bij de betreffende groep op de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers na, zij zijn normaal vertegenwoordigd.

GEOGRAFISCH: WIJKEN / BUURTEN

Noord versus zuid

- In 2018 en 2019 gelijkwaardig beeld van vertegenwoordiging in Noord en Zuid. Index wordt lager als je het bezoek van de 'kop van Zuid' er af haalt.

Hoog bereik

- De wijken in 2019 met een oververtegenwoordiging qua cultuurpubliek zijn hetzelfde als in 2018: Delfshaven, Kralingen-Crooswijk, Noord, Hillegersberg-Schiebroek, Rotterdam Centrum.

Laag bereik

- Alleen in de grootste wijk Prins Alexander is er in 2019 sprake van een ondervertegenwoordiging terwijl dit in 2018 dit nog een 'normale' vertegenwoordiging was.
Dat Prins Alexander van normale vertegenwoordiging naar ondervertegenwoordiging is gegaan kwam vooral door een daling in buurt Ommoord. De andere buurten op Nesselande en 's-Gravenland laten ook een ondervertegenwoordiging zien.
- Andere grotere wijken met nog steeds een ondervertegenwoordiging in 2019 zijn Charlois en IJsselmonde.
- Alle buurten in IJsselmonde laten een ondervertegenwoordiging zien qua bereik ten op zichte van Rotterdam. In Charlois laten ook bijna alle buurten een ondervertegenwoordiging zien qua bereik t.o.v. Rotterdam op twee buurten na: Oud-Charlois en Wielewaal.





rotterdam
festivals!

AANBEVELINGEN

[→ Naar inhoudsopgave](#)

EEN AANTAL AANBEVELINGEN VOOR INSTELLINGEN (1/2)

- Zoek contact met organisaties die dezelfde doelgroepen willen bereiken of al bereiken die jij als organisatie ook trekt of wilt verwelkomen. Misschien wel juist met een ander type instelling. Een simpel voorbeeld van samenwerking is het aanbieden van gezamenlijk aanbod ('s middags museum, 's avonds theater).
- Indien jij bepaalde Culturele Doelgroepen uit de **hoofdgroep Licht** wilt bereiken en op dit vlak een samenwerking wilt aangaan of kennis wilt delen, kan je kijken bij ['Voorbeelden voor breder bereik'](#). Daar zie je per discipline enkele voorbeelden van instellingen die deze hoofdgroep goed bereiken.
- Er is nog relatief veel potentie voor cultureel aanbod voor de **Lokale Vrijtijdsgenieters**. Zij laten namelijk in alle jaren de sterkste ondervertegenwoordiging zien. Onderzoek wat hun behoeftes zijn en of het past bij je missie / visie. Overweeg ook om lokale activiteiten te organiseren aangezien deze groep minder geneigd is ver te reizen. In onze [online dashboards](#) vind je in welke specifieke wijken en buurten zij zich bevinden. Verder kan ook worden gekeken naar mogelijke acties in samenwerking met de Rotterdampas. De Rotterdampas laat namelijk vooral additioneel bereik zien op de Lokale Vrijtijdsgenieters (in vergelijking met het bereik van de cultuurplaninstellingen).
- De Rotterdampas bereikt sowieso relatief veel Culturele Doelgroepen uit de **hoofdgroep Licht**. Dus ook voor andere Culturele Doelgroepen kan een samenwerking op dit vlak interessant zijn.
- Indien je een **jonger, 'hipper' publiek** wilt bereiken, liggen er kansen qua samenwerken met galeries in Rotterdam. Galeries lijken namelijk de jongere, 'hippere' doelgroepen aan te spreken (vooral de **Culturele Alleseters** en opvallend vaak de **Nieuwsgierige Toekomstgrijpers**).
- Indien je **Kindrijke Cultuurvreter**s bereikt en je je doelgroep wilt uitbreiden, kan je onderzoeken middels publieksonderzoek of jouw aanbod ook interessant is onder de **Actieve Vermaakvangers** en uitvragen hoe je deze het beste kan bereiken. Deze doelgroep bevat namelijk ook jonge families net zoals bij de Kindrijke Cultuurvreter's. Dit heeft als gevolg dat beide groepen in hun cultuurgedrag veelal kindvriendelijke activiteiten doen.



EEN AANTAL AANBEVELINGEN VOOR INSTELLINGEN (2/2)

- Indien je **Culturele Alleseters** en **Startende Cultuurspeurders** bereikt in Rotterdam, liggen er kansen om ze meer aan te trekken in de rest van de Regio Rotterdam Rijnmond. Over het algemeen worden er namelijk relatief minder Startende Cultuurspeurders en Culturele Alleseters bereikt in Regio Rijnmond, hier ligt dus potentie om ze meer aan te trekken.
- Wanneer je meer **Klassieke Cultuurliefhebbers** (musea / expo ruimte) wilt ontvangen, zoek dan de samenwerking met de Museumkaart op.
- Indien je experimenteert met specifieke programma's voor (voor jou) nieuwe Culturele Doelgroepen, onderzoek dan wat de resultaten zijn. Je kan onder meer een Culturele doelgroepen analyse laten uitdraaien op specifieke activiteiten / programma's.
- Voor **galeries** ligt er mogelijk potentie om nog meer **Nieuwsgierige Toekomstgrijpers** te bereiken omdat zij de andere jongere, 'hippere', groepen ook relatief vaak weten te bereiken (**Startende Cultuurspeurders en de Culturele Alleseters**).
- Onder **musea**, ligt er potentie om meer **Actieve Vermaakvangers** te bereiken. Zij bereiken relatief veel **Kindrijke Cultuurvreter**s. Net als deze culturele doelgroep zijn Actieve Vermaakvangers jonge gezinnen en is er dus mogelijk potentie om deze groep vaker aan te trekken.
- Maak keuzes, bouw een goede band op met een aantal doelgroepen. Een gerichte aanpak kan meer bezoekers opleveren: nieuw publiek / meer herhalingsbezoek / minder 'uitval' huidig publiek. Pas je totale marketingmix aan, niet alleen je communicatie. Besef: het is veelal een lange termijn traject wat aandacht en commitment verdient.
- Maak een vertaalslag middels de inzichten en handvatten van het Culturele Doelgroepenmodel naar je eigen organisatie. Koppel indien aanwezig data uit je eigen database (bijv. CRM of ticketingsysteem) met informatie uit aanvullend onderzoek (bijvoorbeeld uit je follow-upmail) en het Culturele Doelgroepenmodel. Zo kan je toewerken naar relevante, persoonlijke communicatie door het creëren van profielen.



EEN AANTAL AANBEVELINGEN VOOR HET OVERKOEPELENDE BEREIK

- Als je kijkt naar de ambitie om zoveel mogelijk Rotterdammers te bereiken en naar de huidige resultaten is er nog potentie bij alle groepen in hoofdgroep Licht omdat ze allemaal structureel ondervertegenwoordigd zijn. Goed om in het achterhoofd te houden dat dit de resultaten zijn van de Cultuurplaninstellingen in 2019/2020. Het resultaat van de huidige cultuurplaninstellingen zien we in 2023 (over het jaar 2022).
- Aangezien Nieuwkomers het meest additioneel bereik laten zien in hoofdgroep Licht en er in deze groep ook potentie is voor groei, is het een interessante overweging om het huidige beleid te continueren en Nieuwkomers de mogelijkheid te geven om door te groeien.
- Elke instelling heeft een eigen rol in het samen zoveel mogelijk Rotterdammers bereiken, dus we moeten naar het totaal plaatje blijven kijken. Hoofdgroep Intensief en Medium zijn ook van belang; deze groepen vormen een zeer belangrijk onderdeel van het cultuurpubliek. Bij een te grote focus op Licht, bestaat het gevaar dat er straks geen aanbod meer is voor de cultuurliefhebbers (en dus resulteert in een mogelijke daling bij de andere hoofdgroepen Intensief en Medium qua vertegenwoordiging). Daarnaast blijft het verzamelen en aanleveren van data van groot belang t.b.v. de inzichten.
- De Lokale Vrijtijdsgenieters laten elk jaar een sterke ondervertegenwoordiging zien. Dit geeft onder meer aan dat er mogelijk potentie is. Het kan interessant zijn te kijken of we als sector relevant aanbod kunnen ontwikkelen / aanbieden voor deze groep. Eventueel kunnen (relevante) instellingen gestimuleerd worden om dit mee te nemen in hun planvorming richting de toekomst.
- Kijkend naar de ondervertegenwoordiging in de wijken Prins Alexander, Charlois en IJsselmonde zou er extra ingezet kunnen worden op cultureel aanbod in deze wijken gericht op de daar aanwezige Culturele Doelgroepen.
- Stimuleer samenwerking, onderzoek en kennisdeling. Wij geven naast de publieksanalyses, handvatten aan de sector om onder meer zelf aanvullend publieksonderzoek te doen. Spoor instellingen daarnaast aan om kennis met elkaar te delen en samen te werken.
- Organisaties binnen de categorie 'Zelf actief' trekken elk jaar onder meer veel Sociale Cultuurhoppers en Flanerende Plezierzoekers (hoofdgroep Licht). Je zou er voor kunnen kiezen plannen van dit soort organisaties te stimuleren aangezien zij potentie hebben meer uit hoofdgroep Licht te trekken. Daarnaast kunnen wellicht andere type instellingen aangemoedigd worden om samen te werken met deze organisaties; het is aannemelijk dat een overstap van Zelf actief naar cultuur bezoeken minder groot is.





rotterdam
festivals!

GRAFIEKEN

[→ Naar inhoudsopgave](#)



rotterdam
festivals!

ONTWIKKELING IN TIJD: 2018-2019-2020

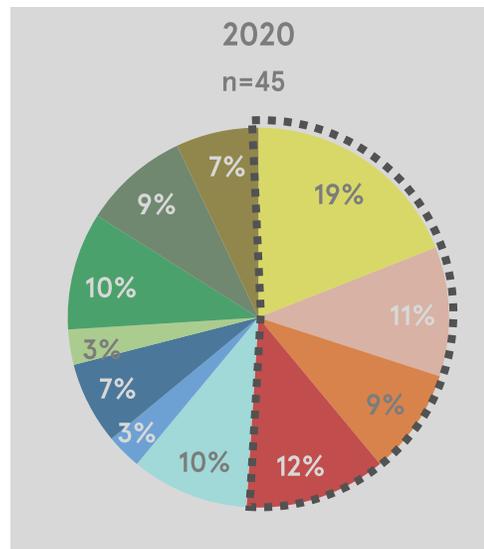
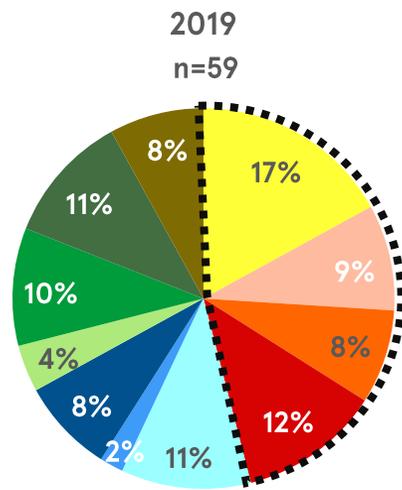
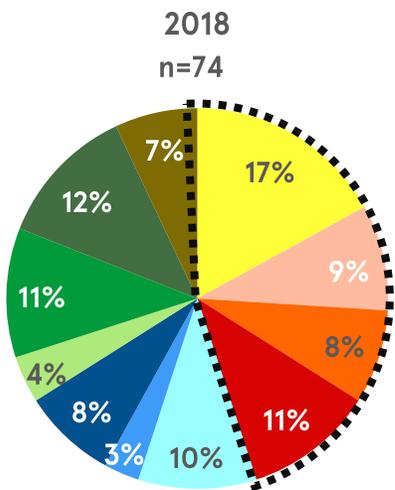
GRAFIEKEN - BEREIK CULTURELE DOELGROEPEN IN ROTTERDAM (BEZOEKERS)

[→ Naar inhoudsopgave](#)

BEZOEKERS: PROCENTUELE VERDELING %

Alle groepen bezoeken de cultuurplaninstellingen. In 2019 is er een zeer kleine verschuiving te zien t.o.v. 2018 waarbij het bereik van hoofdgroep *Intensief* stijgt met 1% en hoofdgroep *Licht* daalt met hetzelfde percentage.

Verdeling Culturele Doelgroepen in de loop der jaren



- In 2019 – 2018 is er een kleine verschuiving in bereik van hoofdgroep *Intensief* (+1%) en *Licht* (-1%), hoofdgroep *Medium* blijft gelijk. De stijging in hoofdgroep *Intensief* komt door de *Klassieke Cultuurliefhebbers* (+1%). In hoofdgroep *Licht* komt de daling door de *Flanerende Plezierzoekers* (-1%) en *Sociale Cultuurhoppers* (-1%). Binnen de hoofdgroep *Licht* is wel een stijging te zien bij de *Lokale Vrijetijdsgenieters* (+1%).
- In 2020 zijn er grotere verschuivingen te zien ten opzichte van 2019. Het bereik van hoofdgroep *Intensief* stijgt met 5% naar 51% van het bereikte publiek. Hoofdgroep *Licht* laat een daling zien van 4% t.o.v. 2019 waardoor deze groep een omvang heeft van 29% in 2020.

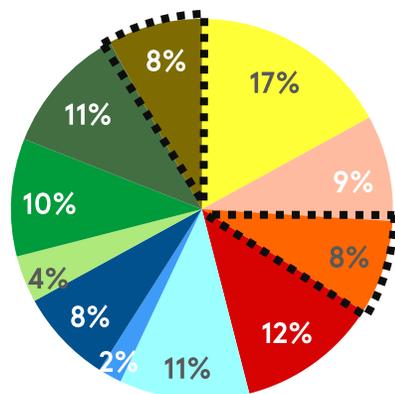
- Culturele Alleseters
- Weelderige Cultuurminnaars
- Startende Cultuurspeurders
- Proevende Buitenwijkers
- Flanerende Plezierzoekers
- Lokale Vrijetijdsgenieters
- Kindrijke Cultuurvreter
- Klassieke Cultuurliefhebbers
- Actieve Vermaakvangers
- Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
- Sociale Cultuurhoppers

BEZOEKERS VERGELEKEN MET AANWEZIGHEID IN ROTTERDAM: %

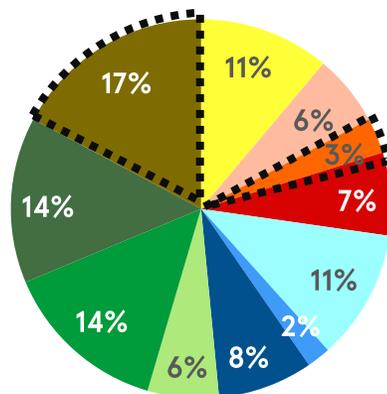
De hoofdgroep Intensief wordt meer dan hun aanwezigheid in de stad bereikt, Medium evenveel als hun aanwezigheid en Licht minder dan hun aanwezigheid.

Bereik Culturele Doelgroepen in vergelijking met hun aanwezigheid in Rotterdam

Bezoekers 2019



Aanwezigheid doelgroepen in Rotterdam



- In 2019 valt als je kijkt naar de procentuele verhoudingen op dat vooral de Weelderige Cultuurminnaars het meest wordt bereikt in vergelijking met hun aanwezigheid in Rotterdam (bijna 3 keer zo vaak).
- De Lokale Vrijetijdsgenieters worden het minst bereikt in vergelijking met hun aanwezigheid in Rotterdam (minder dan de helft).
- Alle groepen binnen Medium worden exact bereikt zoals hun aanwezigheid in de stad.

- | | |
|--|--|
| ■ Culturele Alleseters | ■ Kindrijke Cultuurvreter |
| ■ Weelderige Cultuurminnaars | ■ Klassieke Cultuurlijfhouders |
| ■ Startende Cultuurspeurders | ■ Actieve Vermaakvangers |
| ■ Proevende Buitenwijkers | ■ Nieuwsgierige Toekomstgrijpers |
| ■ Flanerende Plezierzoekers | ■ Sociale Cultuurhoppers |
| ■ Lokale Vrijetijdsgenieters | |

BEZOEKERS VERGELEKEN MET AANWEZIGHEID IN ROTTERDAM: INDEX

De grootste veranderingen qua vertegenwoordiging zijn bij de Actieve Vermaakvangers en de Sociale Cultuurhoppers (lager), en bij de Klassieke Cultuurliefhebbers (hoger)

Vertegenwoordiging Culturele Doelgroepen over de jaren (indexcijfers): bereik versus aanwezigheid in Rotterdam

	2018	2019	2020
Culturele Alleseters	155	155	173
Kindrijke Cultuurvreter	150	150	183
Weelderige Cultuurminnaars	265	267	300
Klassieke Cultuurliefhebbers	157	171	171
Startende Cultuurspeurders	91	100	91
Actieve Vermaakvangers	150	100	150
Proevende Buitenwijkers	100	100	78
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	63	67	50
Flanerende Plezierzoekers	79	71	71
Sociale Cultuurhoppers	86	79	64
Lokale Vrijtijdsgenieters	41	47	41

- De indexcijfers 2018 versus 2019 laten een daling zien wat betreft vertegenwoordiging onder de Sociale Cultuurhoppers: zij gaan van een normale vertegenwoordiging (86) naar een ondervertegenwoordiging (79). We zien een nog grotere daling onder de Actieve Vermaakvangers; zij gaan van oververtegenwoordiging (150) in 2018 naar een normale vertegenwoordiging (100) in 2019. De Klassieke Cultuurliefhebbers zijn in 2019 nóg sterker vertegenwoordigd dan ze al waren.
- In 2020 gaan de Actieve Vermaakvangers weer naar een oververtegenwoordiging. Met name de instellingen Villa Zebra en het Maritiem Museum hebben sterk bijgedragen aan de oververtegenwoordiging in 2020.



rotterdam
festivals!

TYPE INSTELLING

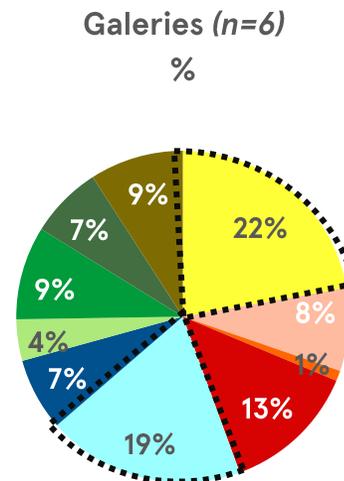
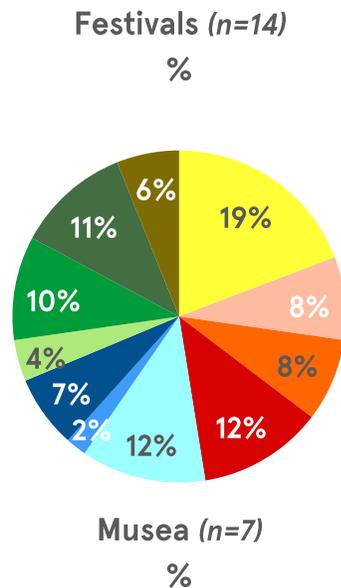
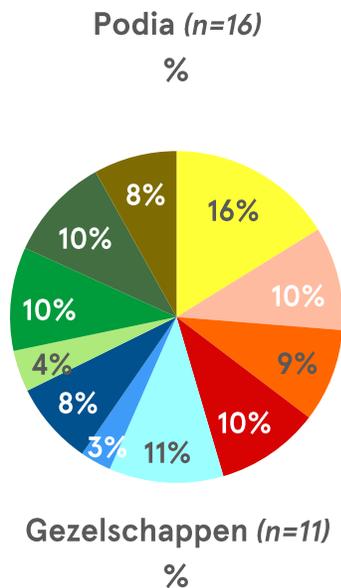
GRAFIEKEN - BEREIK CULTURELE DOELGROEPEN IN ROTTERDAM (BEZOEKERS)

[→ Naar inhoudsopgave](#)

BEZOEKERS PER TYPE INSTELLING: PROCENTUELE VERDELING %

Gezelschappen bereiken vaker hoofdgroep Intensief en dan met name de Klassieke Cultuurliefhebbers.
 Galeriestrekken opvallend vaker Startende Cultuurspeurders in vergelijking met de andere type instellingen.

Verdeling Culturele Doelgroepen naar type instelling - 2019



- Naast Startende Cultuurspeurders, trekken Galeriestrekken relatief vaak Culturele Alleseters. Verder valt op dat ze heel weinig Weelderige Cultuurminnaars trekken. Ze trekken dus veelal jongere, 'hippere' groepen.
- Gezelschappen trekken juist veel Weelderige Cultuurminnaars maar vooral veel Klassieke Cultuurliefhebbers.
- Bij Musea valt op dat ze relatief vaak Kindrijke Cultuurliefhebbers bereiken, maar niet heel veel vaker de Actieve Vermaakvangers wat ook een familiegroep is.

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

BEZOEKERS PER TYPE INSTELLING: INDEX

De meeste type instellingen bereiken de hoofdgroepen zoals te verwachten bij de betreffende groep. Bij de Gezelschappen valt wel op dat zij zowel hoofdgroepen Medium als Licht relatief minder vaak bereiken.

Vertegenwoordiging naar type instelling – 2019 (indexcijfers)

	Podia	Festivals	Galeries	Gezelschappen	Musea
Culturele Alleseters	150	180	207	175	141
Kindrijke Cultuurvreeters	167	135	128	118	210
Weelderige Cultuurminnaars	239	227	38	276	219
Klassieke Cultuurlijfhebbers	132	161	170	333	158
Startende Cultuurspeurders	101	113	178	78	80
Actieve Vermaakvangers	116	83	16	77	112
Proevende Buitenwijkers	109	87	84	77	116
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	73	69	76	42	52
Flanerende Plezierzoekers	76	72	68	39	74
Sociale Cultuurhoppers	72	78	52	48	73
Lokale Vrijtijdsgenieters	48	37	49	47	49

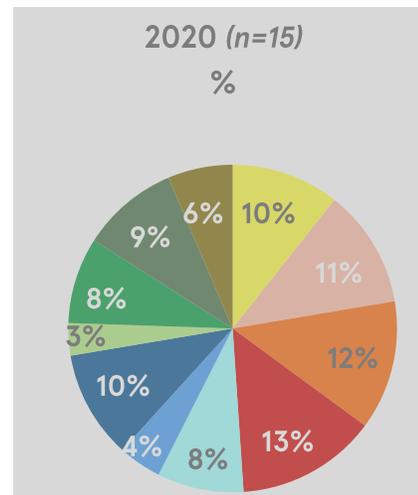
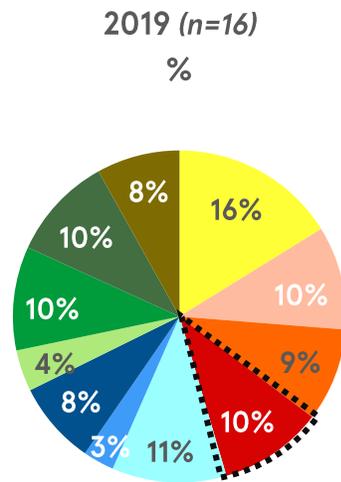
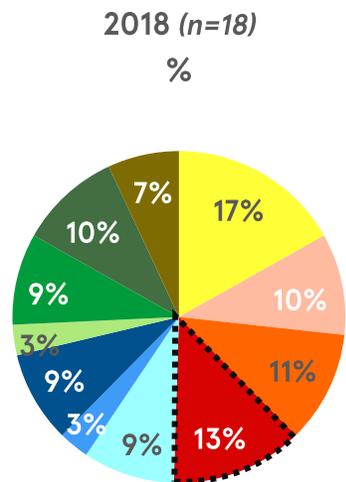
- Hoofdgroep Intensief wordt gemiddeld het vaakst bereikt door Gezelschappen (gemiddelde index 225) gevolgd door Musea (gemiddelde index 182). Hoofdgroep Medium wordt gemiddeld het vaakst bereikt door Podia (108) gevolgd door Musea (102). Hoofdgroep Licht wordt gemiddeld het vaakst bereikt door Podia (67) gevolgd door Festivals (64).
- Verder valt op dat Galerics relatief vaak Culturele Alleseters en Startende Cultuurspeurders trekken. Ook trekken zij relatief het vaakst Nieuwsgierige Toekomstgrijpers (4 punten verwijderd van een normale vertegenwoordiging).

BEZOEKERS – PODIA

In 2019 is de hoofdgroep Intensief gedaald met 6% t.o.v. 2018.

Er zijn geen veranderingen als we kijken naar de vertegenwoordiging van de Culturele Doelgroepen.

Verdeling Culturele Doelgroepen podia per jaar



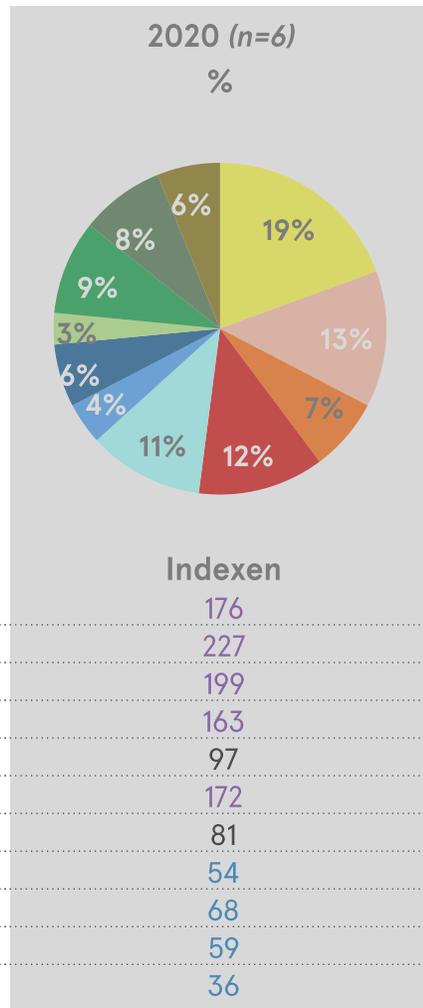
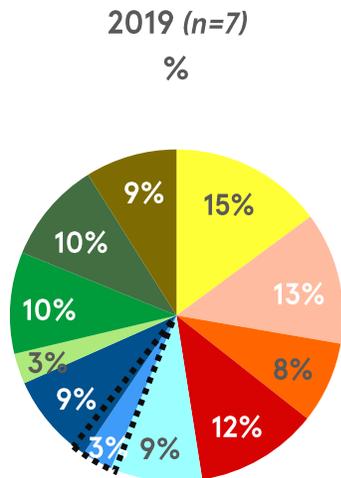
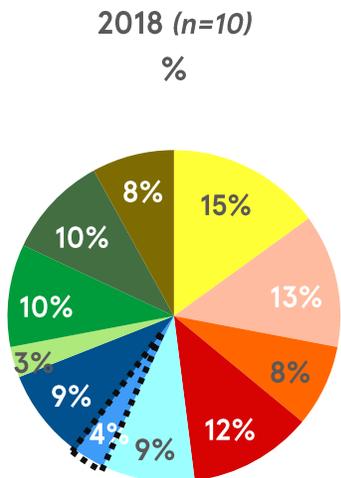
	2018 (n=18)	2019 (n=16)	2020 (n=15)
Culturele Alleseters	160	150	155
Kindrijke Cultuurvreters	161	167	192
Weelderige Cultuurminnaars	294	239	332
Klassieke Cultuurlijfhebbers	177	132	165
Startende Cultuurspeurders	80	101	74
Actieve Vermaakvangers	112	116	148
Proevende Buitenwijkers	111	109	125
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	58	73	50
Flanerende Plezierzoekers	67	76	61
Sociale Cultuurhoppers	67	72	66
Lokale Vrijtijdsgenieters	41	48	32

- **PERCENTAGES:** in 2018 – 2019 is hoofdgroep Intensief qua omvang van 51% gedaald naar 45%. Deze daling komt voornamelijk door de Klassieke Cultuurlijfhebbers (-3%) maar ook de Weelderige Cultuurminnaars (-2%).
- **INDEXCIJFERS:** in 2018 – 2019 zien we geen verschillen als je kijkt naar de vertegenwoordiging van de 11 Culturele Doelgroepen. Het valt wel op dat de Weelderige Cultuurminnaars relatief het vaakst worden getrokken t.o.v. hun aanwezigheid. De instellingen die hier onder meer aan hebben bijgedragen zijn Theater Rotterdam, Jeugdtheater Hofplein (bezoekers) en Theater Walhalla.
- **2020:** T.o.v. 2019 hebben podia meer Actieve Vermaakvangers en Proevende Buitenwijkers bereikt; deze zijn nu oververtegenwoordigd terwijl er voorheen bij deze groepen sprake was van normale vertegenwoordiging. Vooral de Proevende Buitenwijkers vallen hierin op aangezien zij in 2019 op totaalniveau juist een daling laten zien. Met name het Luxor en Theater Zuidplein hebben bijgedragen aan het bezoek onder de Actieve Vermaakvangers en Proevende Buitenwijkers. De Startende Cultuurspeurders laten een daling zien, zij gaan van normale vertegenwoordiging naar ondervertegenwoordiging.

BEZOEKERS – MUSEA

Weinig verschuivingen onder het musea publiek als je kijkt naar 2018 en 2019. In 2019 zakten de Actieve Vermaakvangers naar een normale vertegenwoordiging en in het corona jaar zijn zij juist weer oververtegenwoordigd.

Verdeling Culturele Doelgroepen musea per jaar



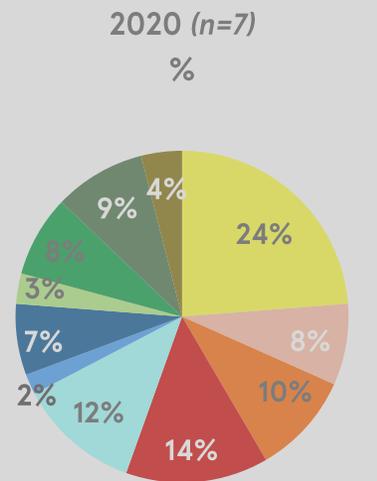
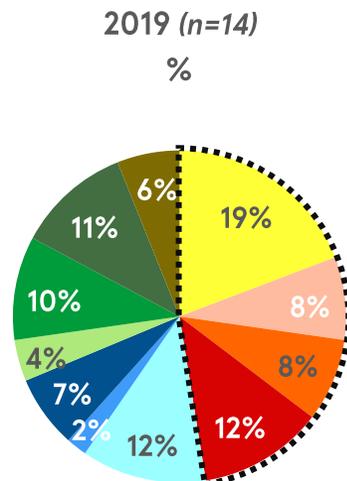
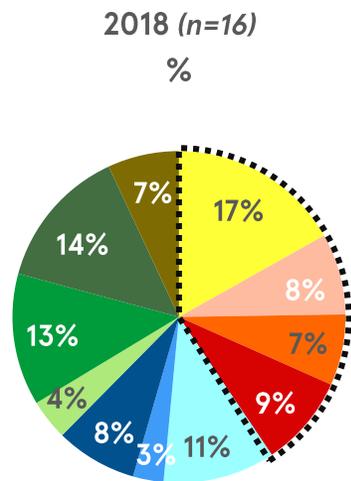
	2018 (n=10)	2019 (n=7)	2020 (n=6)
Culturele Alleseters	140	141	176
Kindrijke Cultuurvreters	211	210	227
Weelderige Cultuurminnaars	233	219	199
Klassieke Cultuurliedhebbers	163	158	163
Startende Cultuurspeurders	79	80	97
Actieve Vermaakvangers	125	112	172
Proevende Buitenwijkers	120	116	81
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	48	52	54
Flanerende Plezierzoekers	71	74	68
Sociale Cultuurhoppers	71	73	59
Lokale Vrijtijdsgenieters	47	49	36

- **INDEXCIJFERS:** De hoofdgroepen zijn in 2019 zo vertegenwoordigd als te verwachten bij de desbetreffende hoofdgroep. In 2018 trokken musea meer Actieve Vermaakvangers kijkend naar de oververtegenwoordiging (125) ten opzichte van 2019 (112), echter is het verschil klein.
- **2020:** Met name de Actieve Vermaakvangers laten een grote stijging zien; ze gaan van normale vertegenwoordiging naar oververtegenwoordiging. Musea die veel Actieve Vermaakvangers trekken waardoor er sprake is geweest van de groei in 2020 zijn onder meer Villa Zebra, Maritiem Museum en Natuurhistorisch Museum. Verder valt op dat in 2020 de Proevende Buitenwijkers gedaald zijn naar 81 t.o.v. 2018 (120) en 2019 (116).

BEZOEKERS – FESTIVALS (CPI)*

In 2019 is de hoofdgroep Intensief gegroeid met 6% t.o.v. 2018.

Festivals – Vertegenwoordiging Culturele Doelgroepen per jaar



	2018 (n=16) Indexen	2019 (n=14) Indexen	2020 (n=7) Indexen
Cultuurele Alleseters	157	180	227
Kindrijke Cultuurvreeters	137	135	130
Weelderige Cultuurminnaars	185	227	182
Klassieke Cultuurliedhebbers	113	161	179
Startende Cultuurspeurders	98	113	108
Actieve Vermaakvangers	110	83	84
Proevende Buitenwijkers	104	87	84
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	67	69	61
Flanerende Plezierzoekers	95	72	59
Sociale Cultuurhoppers	101	78	62
Lokale Vrijtijdsgenieters	41	37	21

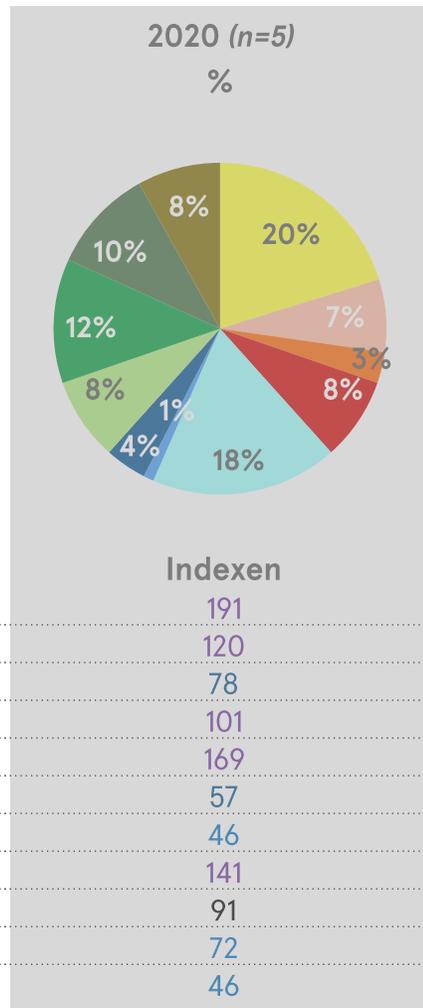
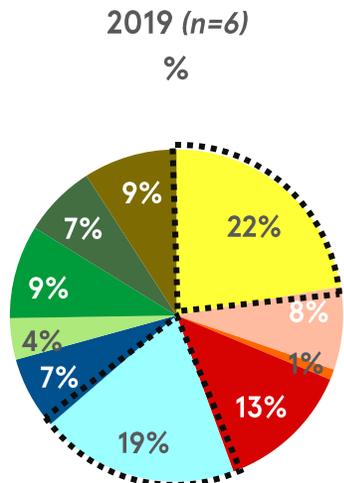
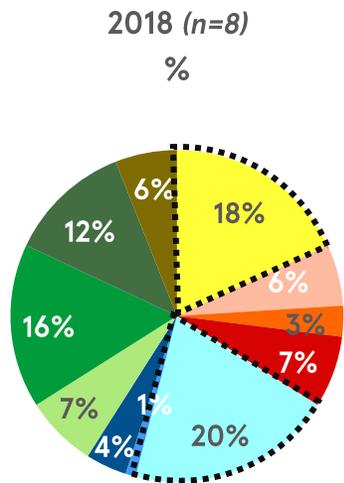
- **PERCENTAGES:** in 2018-2019 is er sprake van een verandering in omvang van de hoofdgroepen waarbij Intensief groter wordt (+6%) en Licht kleiner (-7%).
- **INDEXCIJFERS:** in 2019 zijn de hoofdgroepen zo vertegenwoordigd als te verwachten bij de desbetreffende hoofdgroep, dus hoofdgroep Intensief is oververtegenwoordigd, hoofdgroep Medium is normaal vertegenwoordigd en hoofdgroep Licht is ondervertegenwoordigd. De Klassieke Cultuurliedhebbers gaan van normale vertegenwoordiging in 2018 naar oververtegenwoordiging in 2019. De Weelderige Cultuurminnaars en Culturele Alleseters gaan relatief het vaakst naar festivals. De Weelderige Cultuurminnaars zijn vaak te vinden bij Jazz International, Gergiev Festival en Operadagen. De Culturele Alleseters zijn het vaakst te vinden bij Jazz International, IFFR, Motel Mozaïque.
- De daling van vertegenwoordiging onder Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers is te verklaren doordat data van Rotterdam Unlimited niet kon worden meegenomen over 2019.

*Bij de Festivals kijken we ook net als bij de andere type instellingen alleen naar de cultuurplaninstellingen.

BEZOEKERS – GALERIES

Galeries spreken vaak de jongere / hippere groepen aan waaronder de Culturele Alleseters (22%) en Startende Cultuurspeurders (19%). In 2018 en 2020 dragen ze ook relatief veel bij aan hoofdgroep Licht.

Verdeling Culturele Doelgroepen galeries per jaar



Culturele Alleseters	167
Kindrijke Cultuurvreter	101
Weelderige Cultuurminnaars	87
Klassieke Cultuurlijefhebbers	87
Startende Cultuurspeurders	185
Actieve Vermaakvangers	56
Proevende Buitenwijkers	56
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	127
Flanerende Plezierzoekers	114
Sociale Cultuurhoppers	81
Lokale Vrijtijdsgenieters	36

Indexen

167
101
87
87
185
56
56
127
114
81
36

Indexen

207
128
38
170
178
16
84
76
68
52
49

Indexen

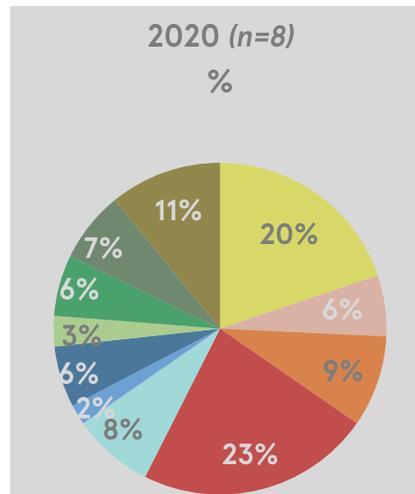
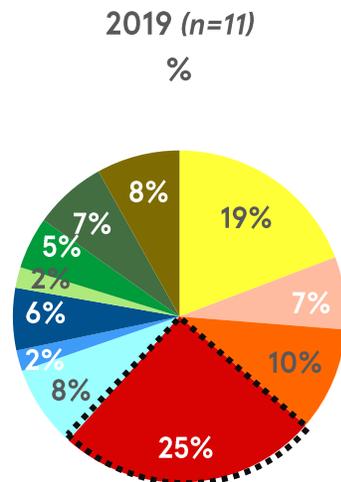
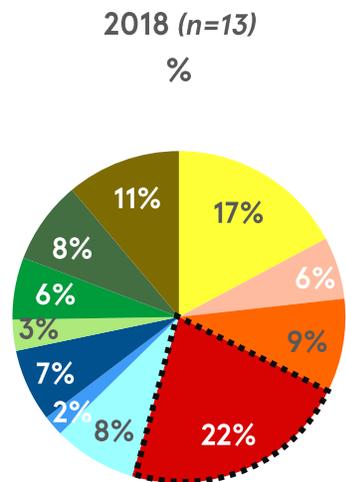
191
120
78
101
169
57
46
141
91
72
46

- **PERCENTAGES:** in 2018 – 2019 is er sprake van veel verschuivingen. Het valt op dat het publiek van de galeries veel verandert over de jaren. Deze categorie is qua 'n' overigens ook relatief klein waardoor verschuivingen sneller plaatsvinden.
- **INDEXCIJFERS:** opvallend is de extreem lage vertegenwoordiging van Actieve Vermaakvangers in 2019 (index 16). De Kindrijke Cultuurvreter laten daarentegen juist een sterke oververtegenwoordiging zien. Alle twee deze doelgroepen hebben kinderen en ook enkele raakvlakken. Verder valt op dat in 2019 de hele categorie Licht naar ondervertegenwoordigd gaat. Ook gaan de Weelderige Cultuurminnaars in 2019 van normale vertegenwoordiging naar een ondervertegenwoordiging.
- In 2020 zien we juist dat vrijwel alle groepen in Licht stijgen. De Nieuwsgierige Toekomstgrijpers zijn dan oververtegenwoordigd. Dit laatste komt vooral door A Tale of a Tab, Roodkapje en Garage Rotterdam.

BEZOEKERS – GEZELSCHAPPEN

Gezelschappen trekken veelal hoofdgroep Intensief en daarbinnen vooral de Klassieke Cultuurliefhebbers (25%). De andere twee hoofdgroepen laten allebei een ondervertegenwoordiging zien vanaf 2019.

Verdeling Culturele Doelgroepen gezelschappen per jaar



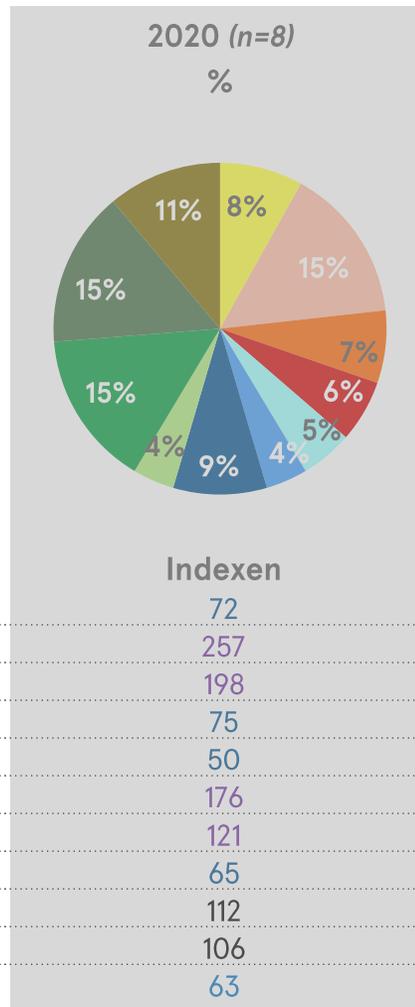
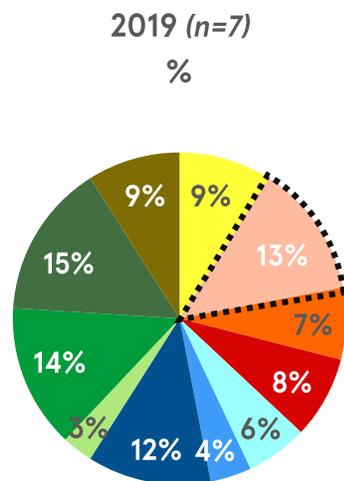
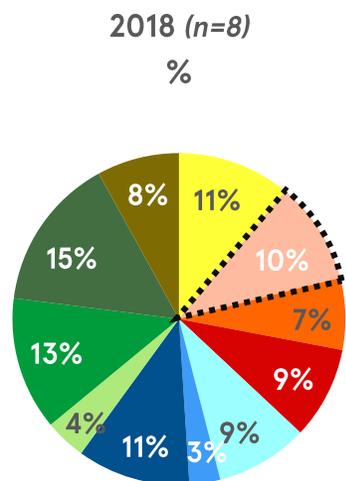
	2018 (n=13)	2019 (n=11)	2020 (n=8)
Culturele Alleseters	160	175	185
Kindrijke Cultuurvreters	108	118	97
Weelderige Cultuurminnaars	250	276	261
Klassieke Cultuurliefhebbers	288	333	300
Startende Cultuurspeurders	75	78	71
Actieve Vermaakvangers	81	77	71
Proevende Buitenwijkers	91	77	77
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	50	42	52
Flanerende Plezierzoekers	46	39	41
Sociale Cultuurhoppers	59	48	51
Lokale Vrijtijdsgenieters	62	47	63

- **PERCENTAGES:** in 2018 – 2019 is met name hoofdgroep Intensief gestegen waarbij de Klassieke Cultuurliefhebbers zijn gestegen (+3%) naar een kwart van de totale vertegenwoordiging. Het valt verder op dat het totaal van hoofdgroep Licht relatief klein is (22% in 2019) in vergelijking met de andere type instellingen.
- **INDEXCIJFERS:** in 2018 – 2019 zijn Actieve Vermaakvangers en Proevende Buitenwijkers van een normale vertegenwoordiging gegaan naar een ondervertegenwoordiging. In 2019 is hoofdgroep Intensief overwegend oververtegenwoordigd (op Kindrijke Cultuurvreters na).

BEZOEKERS – ZELF ACTIEF

In 2019 daalt de vertegenwoordiging bij de Startende Cultuurspeurders.
Hoofdgroep Licht laat in alle jaren voor de helft een normale vertegenwoordiging zien.

Verdeling Culturele Doelgroepen 'Zelf actief'* per jaar



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

Indexen

102
165
192
119
86
130
138
70
93
106
48

Indexen

88
217
194
99
55
159
156
53
104
106
50

Indexen

72
257
198
75
50
176
121
65
112
106
63

- **PERCENTAGES:** hoofdgroep Licht laat een lichte stijging zien van 1%, 41% in 2019 ten opzichte van 40% in 2018. Verder valt op dat de Kindrijke Cultuurvreter relatief veel stijgen (+3%).
- **INDEXCIJFERS:** hoofdgroep Licht laat in alle jaren een normale vertegenwoordiging zien bij de Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers. Grote bijdragers hieraan zijn onder andere House of Urban Arts, Hiphop In Je Smoel, Popunie en Cultuur Concreet.
- **2020:** dit jaar is het vaakst sprake van een ondervertegenwoordiging bij 5 Culturele Doelgroepen: Culturele Alleseters, Klassieke Cultuurliefhebbers, Startende Cultuurspeurders, Nieuwsgierige Toekomstgrijpers en Lokale Vrijtijdsgenieters. Dit kan komen omdat bij 'Zelf actief' fysieke aanwezigheid van belang is.

*Zelf actief is wanneer personen zelf actieve kunst en cultuur kunnen beoefenen, zoals dansen, acteren, zingen etc.



rotterdam
festivals!

TOETREDEN CULTUURPLAN

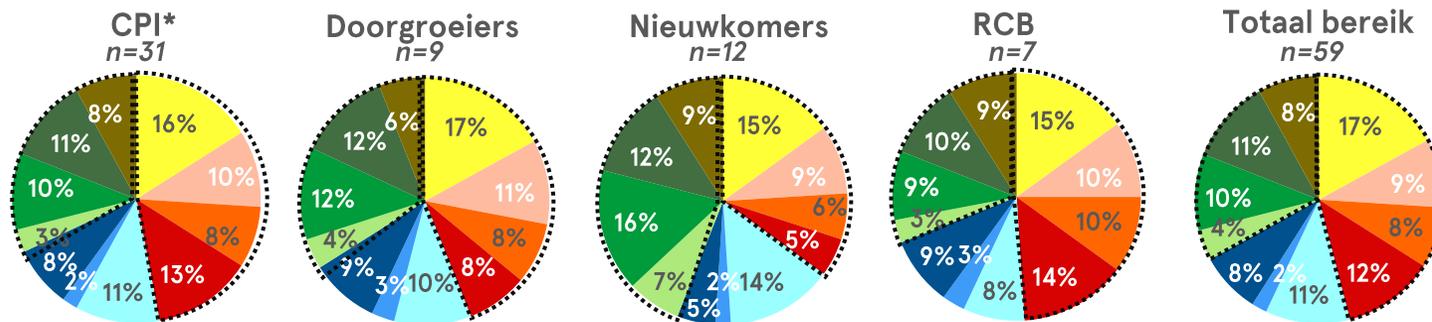
GRAFIEKEN - BEREIK CULTURELE DOELGROEPEN IN ROTTERDAM (BEZOEKERS)

[→ Naar inhoudsopgave](#)

BEZOEKERS KIJKEND NAAR INDELING/TOETREDEN CULTUURPLAN

Met name de Nieuwkomers gevolgd door de Doorgroeiers bereiken relatief meer uit hoofdgroep Licht.

Verdeling Culturele Doelgroepen kijkend naar toetreden Cultuurplan – in het jaar 2019



	Indexen	Indexen	Indexen	Indexen	Indexen
Culturele Alleseters	145	155	136	136	155
Kindrijke Cultuurvreter	167	183	150	167	150
Weelderige Cultuurminnaars	267	267	200	333	267
Klassieke Cultuurliefhebbers	186	114	71	200	171
Startende Cultuurspeurders	100	91	73	73	100
Actieve Vermaakvangers	100	150	100	150	100
Proevende Buitenwijkers	100	113	62	113	100
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	50	67	117	50	67
Flanerende Plezierzoekers	71	86	114	64	71
Sociale Cultuurhoppers	79	86	86	71	79
Lokale Vrijtijdsgenieters	47	35	53	53	47

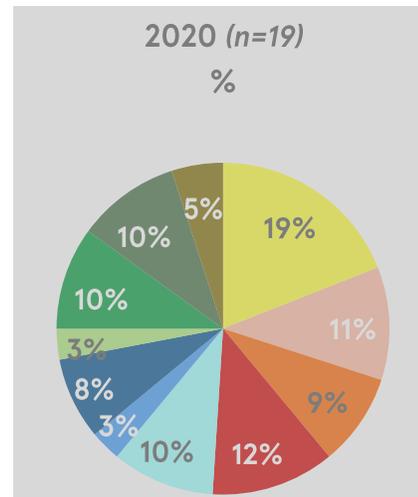
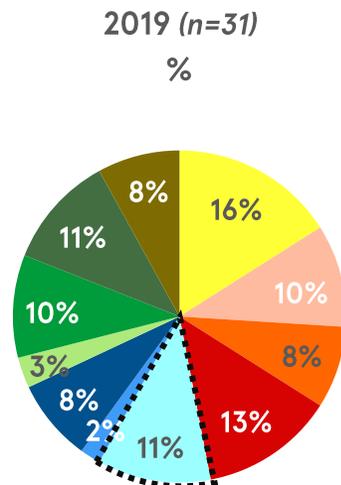
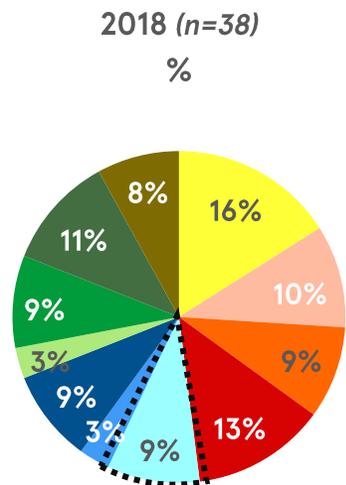
- **PERCENTAGES:** met name de Nieuwkomers bereiken relatief veel hoofdgroep Licht (in totaal 34%). Daarbij valt op dat de Nieuwkomers relatief veel Flanerende Plezierzoekers bereiken (in totaal 16%). Grote bijdragers aan deze groep waren onder meer House of Urban Arts, Hiphop In Je Smoel en De Nieuwe Lichting.
- **INDEXCIJFERS:** ook in de indexcijfers is te zien dat de Nieuwkomers relatief veel van hoofdgroep Licht bereiken. Daarnaast bereiken ook de Doorgroeiers relatief vaak de hoofdgroep Licht afgezet tegen de aanwezigheid in het betreffende gebied. Verder valt op dat de Doorgroeiers en RCB relatief vaak de Actieve Vermaakvangers trekken.

*Onderdeel van het cultuurplan voor 2013

BEZOEKERS – CULTUURPLANINSTELLINGEN TOEGETREDEN VOOR 2013

In 2019 is er sprake van een verdeling van de hoofdgroepen die te verwachten is bij de betreffende hoofdgroep. Qua percentuele verdeling zien we geen grote veranderingen. Qua index veranderingen in hoofdgroep Midden.

Verdeling Culturele Doelgroepen ‘Gevestigde instellingen’ per jaar



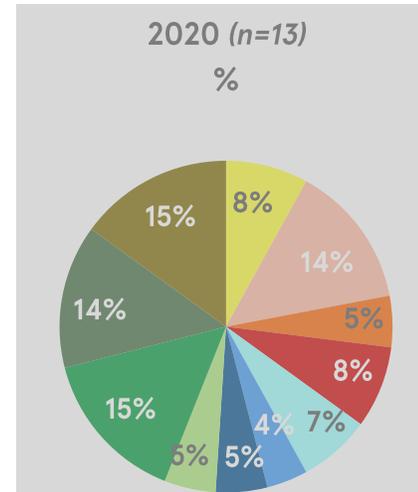
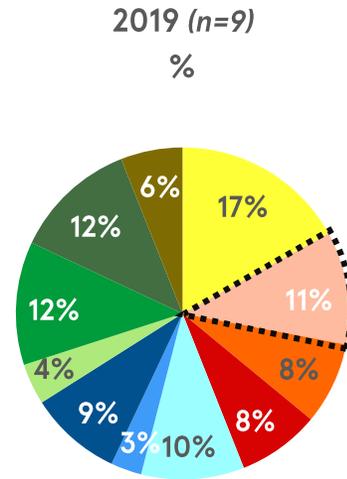
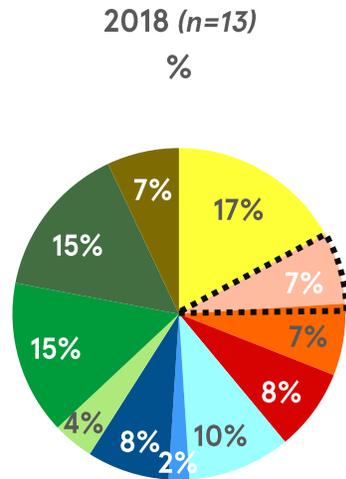
	2018 (n=38)	2019 (n=31)	2020 (n=19)
Culturele Alleseters	145	145	173
Kindrijke Cultuurvreter	167	167	183
Weelderige Cultuurminnaars	300	267	300
Klassieke Cultuurlijfhebbers	186	186	171
Startende Cultuurspeurders	82	100	91
Actieve Vermaakvangers	150	100	150
Proevende Buitenwijkers	130	100	100
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	50	50	50
Flanerende Plezierzoekers	64	71	71
Sociale Cultuurhoppers	79	79	71
Lokale Vrijtijdsgenieters	47	47	29

- **PERCENTAGES:** in 2018-2019 zijn er geen grote verschuivingen wat betreft percentages. De Startende Cultuurspeurders laten de grootste stijging zien (+2%).
- **INDEXCIJFERS:** de gevestigde instellingen trekken in 2019 voornamelijk de verdeling die te verwachten is bij de betreffende hoofdgroep: Intensief is oververtegenwoordigd, Medium is normaal vertegenwoordigd, Licht is ondervertegenwoordigd. Binnen Medium zijn de Actieve Vermaakvangers en Proevende Buitenwijkers van oververtegenwoordiging naar normale vertegenwoordiging gegaan.
- **2020:** in het corona jaar zien we qua vertegenwoordiging in hoofdgroep Medium een verschuiving bij de Actieve Vermaakvangers. Zij gaan naar een oververtegenwoordiging zoals in 2018.

BEZOEKERS CULTUURPLANINSTELLINGEN TOEGETREDEN IN 2013 'DOORGROEIERS'

De Doorgroeiers laten een relatief grote vertegenwoordiging zien in hoofdgroep Licht. Twee doelgroepen binnen hoofdgroep Licht worden normaal vertegenwoordigd in het bereik, in 2020 zelfs alle vier de groepen.

Verdeling Culturele Doelgroepen Doorgroeiers per jaar



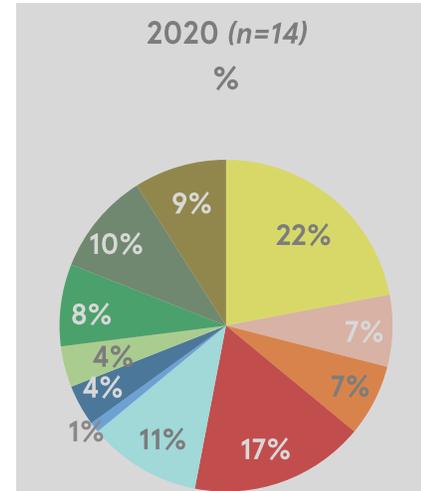
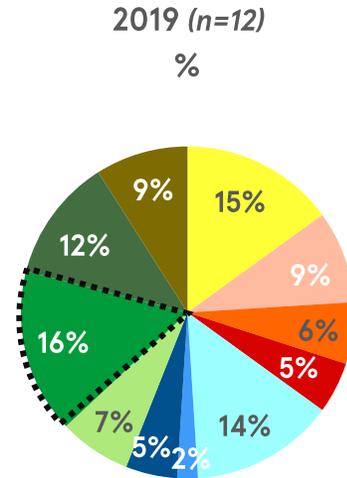
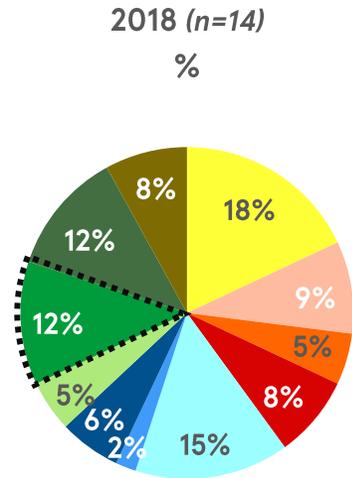
	2018 (n=13) Indexen	2019 (n=9) Indexen	2020 (n=13) Indexen
Culturele Alleseters	155	155	73
Kindrijke Cultuurvreter	117	183	233
Weelderige Cultuurminnaars	233	267	167
Klassieke Cultuurliedhebbers	114	114	114
Startende Cultuurspeurders	91	91	64
Actieve Vermaakvangers	100	150	200
Proevende Buitenwijkers	100	113	62
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	67	67	83
Flanerende Plezierzoekers	107	86	107
Sociale Cultuurhoppers	107	86	100
Lokale Vrijtijdsgenieters	41	35	88

- **PERCENTAGES:** het grootste verschil is te zien onder de Kindrijke Cultuurvreter (+4% in 2019). Verder is er een daling onder Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers. Desondanks is te zien in de indexcijfers dat ze in beide jaren een normale vertegenwoordiging laten zien.
- **INDEXCIJFERS:** met name de indexcijfers laten zien dat er meer variatie is in welke Culturele Doelgroepen worden bereikt door de Doorgroeiers. In alle jaren zijn de Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers normaal vertegenwoordigd. Vooral Popunie en Cultuur Concreet hebben bijgedragen aan het bereik van de Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers in 2019 (maar ook in 2020).
- **2020:** in het corona jaar valt op dat de gehele groep Licht gemiddeld is vertegenwoordigd. Met name Bird heeft bijgedragen aan het bereik van de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers. Wat betreft het gemiddelde bereik van de Lokale Vrijtijdsgenieters kwam dit vooral door Cultuur Concreet.

BEZOEKERS CULTUURPLANINSTELLINGEN TOEGETREDEN IN 2017 'NIEUWKOMERS' ^{rotterdam}festivals!

Hoofdgroep Licht stijgt 7% in 2019. Dit komt voornamelijk door een groei bij de Flanerende Plezierzoekers. Drie doelgroepen binnen hoofdgroep Licht zijn normaal vertegenwoordigd.

Verdeling Culturele Doelgroepen Nieuwkomers per jaar



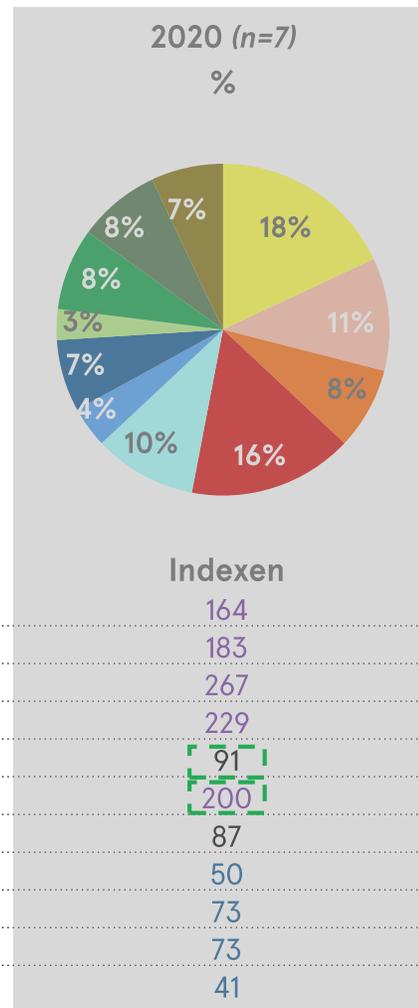
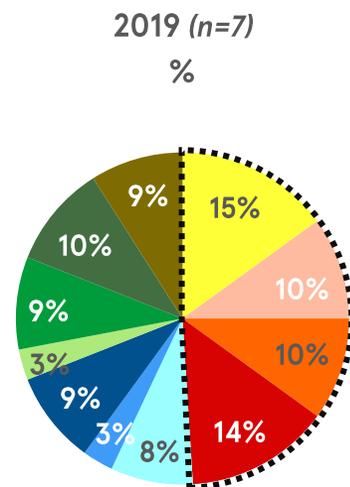
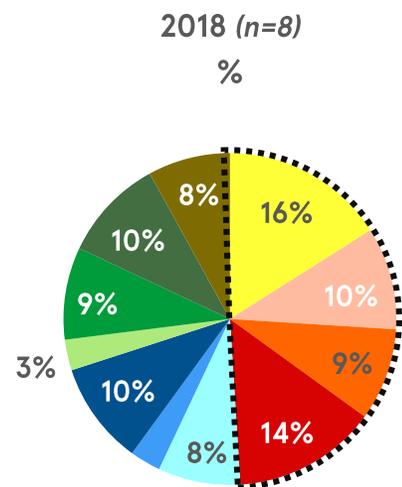
	2018 (n=14) Indexen	2019 (n=12) Indexen	2020 (n=14) Indexen
Cultuurele Alleseters	164	136	200
Kindrijke Cultuurvreter	150	150	117
Weelderige Cultuurminnaars	167	200	233
Klassieke Cultuurlijfhebbers	114	71	243
Startende Cultuurspeurders	136	127	100
Actieve Vermaakvangers	100	100	50
Proevende Buitenwijkers	75	62	50
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	83	117	67
Flanerende Plezierzoekers	86	114	57
Sociale Cultuurhoppers	86	86	71
Lokale Vrijetijdsgenieters	47	53	53

- **PERCENTAGES:** in 2018-2019 laat hoofdgroep Licht een stijging zien (+7%). Dit komt voornamelijk door de Flanerende Plezierzoekers (+4%).
- **INDEXCIJFERS:** zowel in 2018 als in 2019 laten drie van de vier Culturele Doelgroepen in Licht een normale vertegenwoordiging zien: Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers. Het valt ook op dat de Startende Cultuurspeurders een oververtegenwoordiging laten zien in beide jaren. In 2019 zijn belangrijke bijdragers aan hoofdgroep Licht: Roodkapje, Hiphop In Je Smoel en de Nieuwe Lichting.
- **2020:** waar de percentages en indexen in 2018 en 2019 een meer divers bereik laten zien, is er in 2020 juist vooral een groot bereik van hoofdgroep Intensief.

BEZOEKERS – DE ROTTERDAMSE BASIS (RCB)

Vooral hoofdgroep Intensief wordt bereikt (49%). Het valt op dat de Actieve Vermaakvangers uit hoofdgroep Medium elk jaar een oververtegenwoordiging laten zien.

Verdeling Culturele Doelgroepen RCB per jaar



	2018 (n=8)	2019 (n=7)	2020 (n=7)
Cultuurele Alleseters	145	136	164
Kindrijke Cultuurvreter	167	167	183
Weelderige Cultuurminnaars	300	333	267
Klassieke Cultuurliefhebbers	200	200	229
Startende Cultuurspeurders	63	73	91
Actieve Vermaakvangers	150	150	200
Proevende Buitenwijkers	125	113	87
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	50	50	50
Flanerende Plezierzoekers	64	64	73
Sociale Cultuurhoppers	71	71	73
Lokale Vrijtijdsgenieters	47	53	41

- **PERCENTAGES:** qua omvang van de hoofdgroepen is er tussen 2018 – 2019 nauwelijks verschil.
- **INDEXCIJFERS:** hoofdgroep Intensief laat een oververtegenwoordiging zien. Echter zien we in hoofdgroep Medium ook meer variatie. Zo laten de Startende Cultuurspeurders een ondervertegenwoordiging zien. De Actieve Vermaakvangers laten daarentegen elk jaar een oververtegenwoordiging zien. Het Maritiem Museum en Theater Zuidplein zijn belangrijke bijdragers hieraan.
- **2020:** in het corona jaar is er geen sprake meer van een ondervertegenwoordiging in hoofdgroep Medium. De Startende Cultuurspeurders gingen van een ondervertegenwoordiging naar een normale vertegenwoordiging. Vooral de Kunsthal heeft hieraan bijgedragen.



rotterdam
festivals!

KORTINGSPASSEN

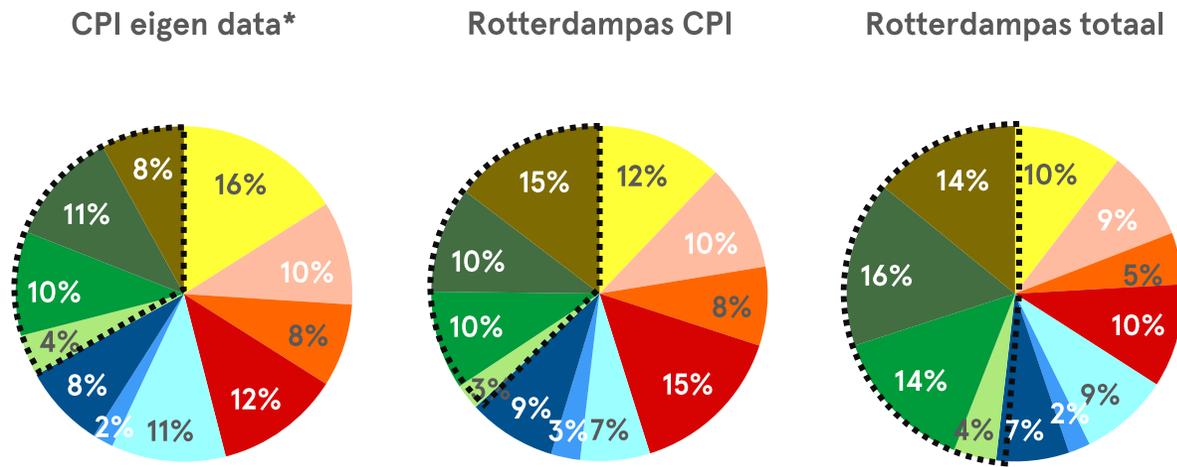
GRAFIEKEN – BEREIK CULTURELE DOELGROEPEN IN ROTTERDAM (BEZOEKERS)

[→ Naar inhoudsopgave](#)

BEZOEKERS – ROTTERDAMPAS

De Rotterdampas zorgt bij de Cultuurplaninstellingen met name voor additioneel bereik onder de Lokale Vrijtijdsgenieters (+7%), maar ook onder de Klassieke Cultuurliefhebbers (+3%).

Verdeling Culturele Doelgroepen Rotterdampas



	CPI eigen data*	Rotterdampas CPI	Rotterdampas totaal
Culturele Alleseters	145	113	97
Kindrijke Cultuurvreter	167	174	146
Weelderige Cultuurminnaars	267	214	140
Klassieke Cultuurliefhebbers	171	200	132
Startende Cultuurspeurders	100	62	79
Actieve Vermaakvangers	100	116	89
Proevende Buitenwijkers	100	110	90
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	67	46	75
Flanerende Plezierzoekers	71	69	103
Sociale Cultuurhoppers	79	71	111
Lokale Vrijtijdsgenieters	47	83	80

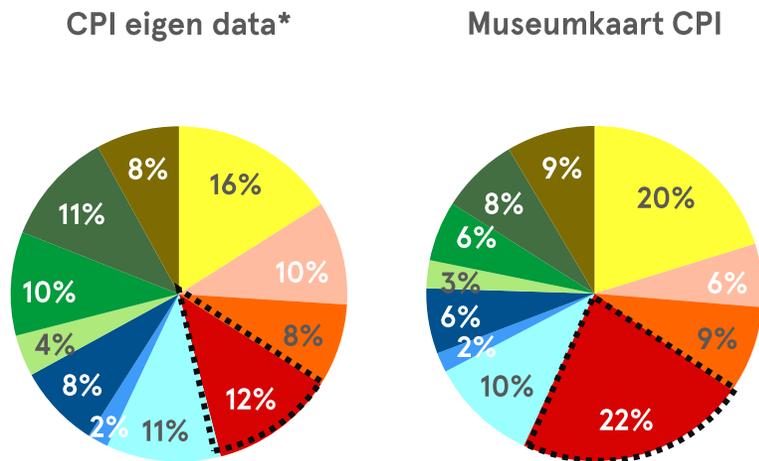
- **PERCENTAGES:** naast de Lokale Vrijtijdsgenieters, laat de Rotterdampas vooral additioneel bereik zien onder de Klassieke Cultuurliefhebbers (+3%). Gekeken naar het bereik van de 'Rotterdampas totaal', is te zien dat zij relatief veel uit hoofdgroep Licht bereiken.
- **INDEXCIJFERS:** de Rotterdampas heeft een relatief hoog bereik binnen hoofdgroep Licht gezien de normale vertegenwoordiging bij de meeste doelgroepen (Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers, Lokale Vrijtijdsgenieters). Belangrijke bijdragers hieraan zijn Pathé en de Bibliotheek.

*Exclusief Rotterdampas bezoek

BEZOEKERS – MUSEUMKAART

De Museumkaart zorgt voor bij de cultuurplaninstellingen met name voor additioneel bereik bij de Klassieke Cultuurliefhebbers (bijna 2x zoveel als het bereik bij de CPI).

Verdeling Culturele Doelgroepen Museumkaart



	Indexen	Indexen
Culturele Alleseters	145	188
Kindrijke Cultuurvreter	167	103
Weelderige Cultuurminnaars	267	237
Klassieke Cultuurliefhebbers	171	292
Startende Cultuurspeurders	100	95
Actieve Vermaakvangers	100	80
Proevende Buitenwijkers	100	80
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	67	49
Flanerende Plezierzoekers	71	42
Sociale Cultuurhoppers	79	53
Lokale Vrijtijdsgenieters	47	48

- **PERCENTAGES:** Met de Museumkaart worden vooral meer Klassieke Cultuurliefhebbers bereikt, in vergelijking met het bereik van de CPI (+10%). Ook laten ze additioneel bereik zien op de Culturele Alleseters (+4%).
- **INDEXCIJFERS:** de Museumkaart (net zoals de CPI) laat vooral een oververtegenwoordiging zien in hoofdgroep Intensief. Alleen de Kindrijke Cultuurvreter zijn normaal vertegenwoordigd door de Museumkaart. Op de andere hoofdgroepen laten de CPI en de Museumkaart hetzelfde zien: in Medium zijn alle groepen normaal vertegenwoordigd en in Licht ondervertegenwoordigd.

*Exclusief Museumkaart bezoek



rotterdam
festivals!

GEOGRAFISCH: ROTTERDAM, REGIO RIJNMOND EN HEEL NEDERLAND

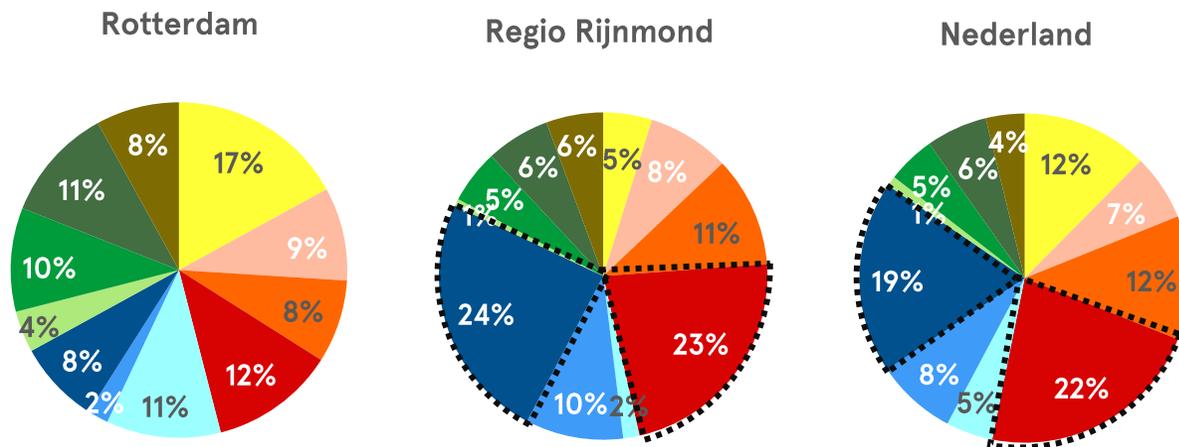
GRAFIEKEN – BEREIK CULTURELE DOELGROEPEN IN ROTTERDAM (BEZOEKERS)

[→ Naar inhoudsopgave](#)

BEZOEKERS ROTTERDAM, REGIO RIJNMOND, NEDERLAND

In Regio Rijnmond worden relatief veel Proevende Buitenwijkers bereikt, in de rest van Nederland relatief veel Nieuwsgierige Toekomstgrijpers.

*Verdeling Culturele Doelgroepen van bezoekers Rotterdam, Regio Rijnmond, Nederland



	Rotterdam	Regio Rijnmond	Nederland
Culturele Alleseters	17%	5%	12%
Kindrijke Cultuurvreters	9%	8%	7%
Weelderige Cultuurminnaars	8%	11%	12%
Klassieke Cultuur liefhebbers	12%	23%	22%
Startende Cultuurspeurders	11%	10%	5%
Actieve Vermaakvangers	2%	2%	8%
Proevende Buitenwijkers	8%	24%	19%
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	4%	1%	1%
Flanerende Plezierzoekers	10%	5%	5%
Sociale Cultuurhoppers	11%	6%	6%
Lokale Vrijtijdsgenieters	8%	6%	4%

	Rotterdam	Regio Rijnmond	Nederland
Culturele Alleseters	155	98	168
Kindrijke Cultuurvreters	150	156	158
Weelderige Cultuurminnaars	267	188	190
Klassieke Cultuur liefhebbers	171	140	132
Startende Cultuurspeurders	100	47	96
Actieve Vermaakvangers	100	117	92
Proevende Buitenwijkers	100	125	91
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	67	54	111
Flanerende Plezierzoekers	71	57	55
Sociale Cultuurhoppers	79	64	62
Lokale Vrijtijdsgenieters	47	35	32

- **PERCENTAGES:** in zowel Regio Rotterdam Rijnmond als Nederland worden voornamelijk Proevende Buitenwijkers en Klassieke Cultuur liefhebbers bereikt.
- **INDEXCIJFERS:** in Rotterdam is de verdeling van de groepen zoals verwacht bij de betreffende groep waarbij Intensief oververtegenwoordigd is, Medium is normaal vertegenwoordigd, Licht is ondervertegenwoordigd. Qua vertegenwoordiging in Regio Rotterdam Rijnmond (exclusief Rotterdam) valt in vergelijking met Rotterdam op dat de Culturele Alleseters normaal zijn vertegenwoordigd (98), de Startende Cultuurspeurders zijn ondervertegenwoordigd (47) en de Proevende Buitenwijkers juist oververtegenwoordigd (125) zijn.
- In Nederland valt op dat de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers normaal zijn vertegenwoordigd.

*Regio Rijnmond en Nederland is exclusief Rotterdam



rotterdam
festivals!

GEOGRAFISCH: WIJKEN / BUURTEN

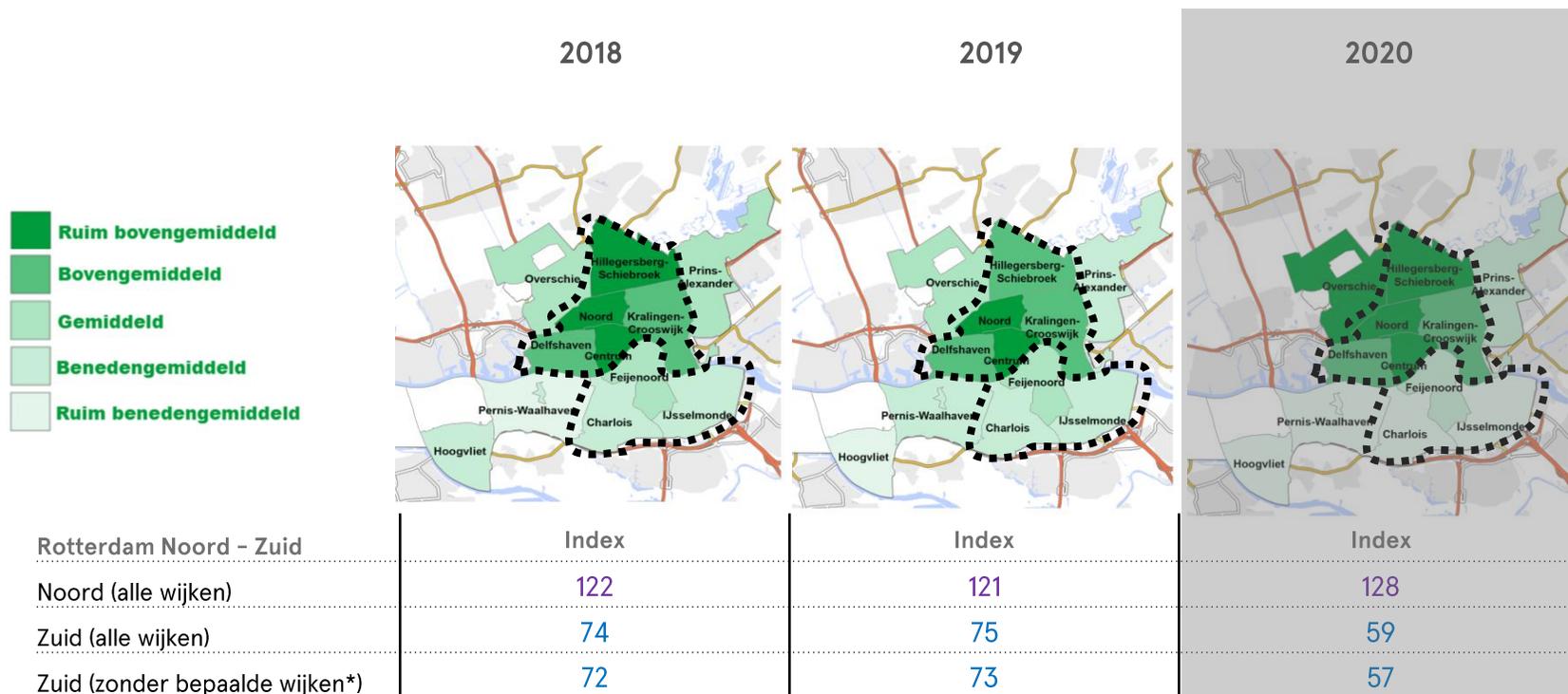
GRAFIEKEN – BEREIK CULTURELE DOELGROEPEN IN ROTTERDAM (BEZOEKERS)

[→ Naar inhoudsopgave](#)

BEREIK PUBLIEK NOORD VERSUS ZUID

In 2018 en 2019 gelijkwaardig beeld van vertegenwoordiging in Noord en Zuid.
 Index van Zuid wordt nog iets lager als je het bezoek van de 'kop van Zuid' er af haalt.

Bereik bezoekers geografisch gezien – Rotterdam Noord versus Zuid



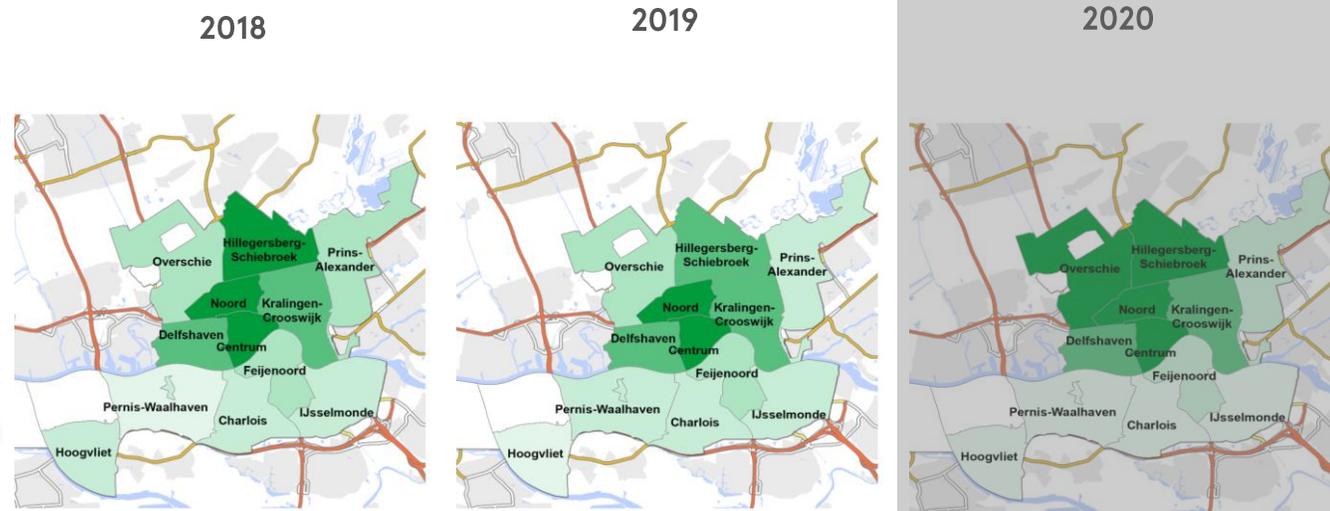
- Gezien de donkerdere kleuren op de kaartjes in Noord kan worden gesteld dat er sprake is van meer cultuurpubliek uit deze gebieden dan in Zuid. Dit wordt ook bevestigd met de indexcijfers.
- In alle jaren is er sprake van oververtegenwoordiging in Noord en ondervertegenwoordiging in Zuid.
- Wijken in Zuid met de laagste participatie zijn Charlois en IJsselmonde. In 2020 is Feijenoord daarbij gekomen.

* Rotterdam-Zuid: Charlois, IJsselmonde, Feijenoord (exclusief de buurten Kop van Zuid en Noordereiland).

BEREIK PUBLIEK PER WIJK: INDEX

De wijken in 2019 met oververtegenwoordiging qua cultuurpubliek zijn hetzelfde als in 2018: Delfshaven, Kralingen-Crooswijk, Noord, Hillegersberg-Schiebroek, Rotterdam Centrum.

Bereik geografisch gezien – alle Rotterdamse Wijken



INDEXCIJFERS:

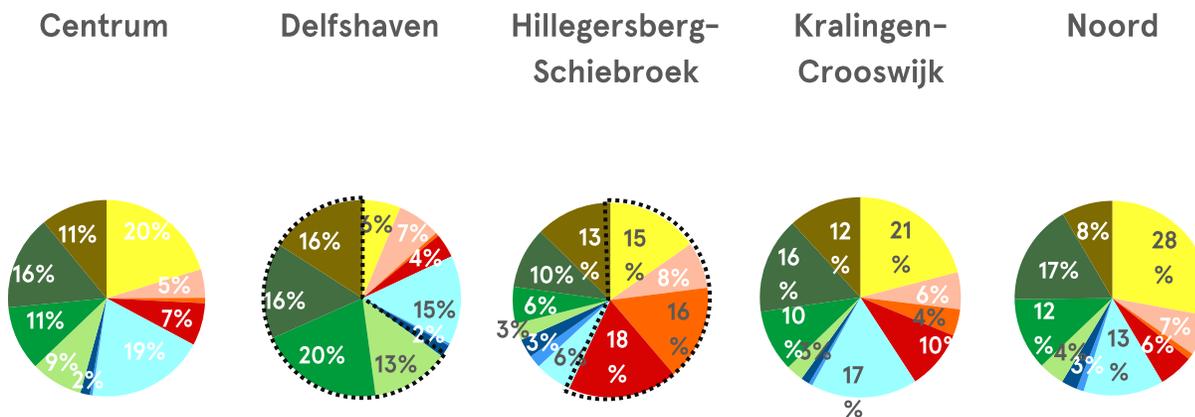
- 2018 – 2019 kijkend naar wijken met de meeste huishoudens: De indexen zijn qua vertegenwoordiging in dezelfde lijn. Alleen in de grootste wijk Prins Alexander is er in 2019 sprake van een ondervertegenwoordiging terwijl dit in 2018 dit nog een ‘normale’ vertegenwoordiging was. Andere grotere wijken met nog steeds een ondervertegenwoordiging in 2019 zijn Charlois en IJsselmonde.
- In 2020 valt op dat Overschie gaat van normale vertegenwoordig (94) naar oververtegenwoordiging (182).

Wijk	Huishoudens	Index	Huishoudens	Index	Huishoudens	Index
Prins Alexander	45.422	87	45.422	75	45.422	64
Delfshaven	36.486	123	36.486	130	36.486	133
Feijenoord	36.475	82	36.475	85	36.475	72
Charlois	33.310	59	33.310	63	33.310	48
IJsselmonde	28.025	56	28.025	52	28.025	36
Kralingen-Crooswijk	27.606	121	27.606	124	27.606	134
Noord	27.533	154	27.533	162	27.533	192
Hillegersberg-Schiebroek	20.130	155	20.130	147	20.130	152
Rotterdam Centrum	20.086	175	20.086	178	20.086	180
Hoogvliet	15.665	52	15.665	46	15.665	35
Overschie	8.813	94	8.813	94	8.813	182
Rozenburg	5.813	34	5.813	31	5.813	29
Hoek van Holland	4.717	28	4.717	28	4.717	39
Pernis-Waalhaven	2.273	32	2.273	59	2.273	29

WELKE CULTURELE DOELGROEPEN WONEN ER IN WIJKEN MET EEN HOOG BEREIK

In vergelijking met andere wijken wonen er in Delfshaven een stuk minder Culturele Alleseters plus veel uit de hoofdgroep Licht en in Hillegersberg relatief veel Klassieke Cultuur liefhebbers en Weelderige Cultuurminnaars.

Verdeling inwoners in de wijken t.o.v. inwoners Rotterdam met hoge participatie - 2019



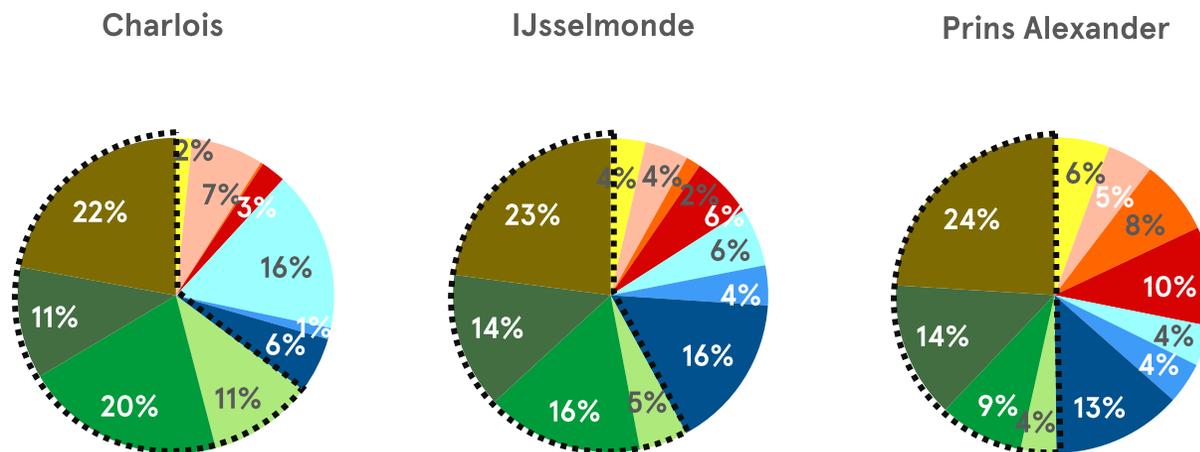
- **PERCENTAGES:** vooral in Delfshaven wonen er veel Culturele Doelgroepen uit de hoofdgroep Licht (65%). In Hillegersberg-Schiebroek is juist een groot gedeelte uit hoofdgroep Intensief (57%).
- **INDEXCIJFERS:** deze zijn in lijn met wat er uit de percentages komen: dat er relatief veel mensen uit hoofdgroep Licht wonen in Delfshaven en relatief veel mensen uit hoofdgroep Intensief in Hillegersberg-Schiebroek. Ook valt op dat er veel doelgroepen uit de hoofdgroep Intensief wonen in Kralingen-Crooswijk. In de andere wijken zijn de Culturele Doelgroepen meer verdeeld.

	Centrum	Delfshaven	Hillegersberg-Schiebroek	Kralingen-Crooswijk	Noord
Culturele Alleseters	189	58	143	195	260
Kindrijke Cultuurvreters	79	120	129	100	114
Weelderige Cultuurminnaars	25	15	442	120	28
Klassieke Cultuur liefhebbers	93	53	239	127	76
Startende Cultuurspeurders	179	135	57	157	122
Actieve Vermaakvangers	17	16	86	24	49
Proevende Buitenwijkers	20	26	40	18	34
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	156	234	51	51	78
Flanerende Plezierzoekers	78	149	45	73	88
Sociale Cultuurhoppers	109	111	71	109	117
Lokale Vrijtijdsgenieters	62	90	72	67	48

WELKE CULTURELE DOELGROEPEN WONEN ER IN WIJKEN MET EEN LAAG BEREIK

In vergelijking met de andere wijken wonen er in Charlois vooral doelgroepen uit Licht; in IJsselmonde, doelgroepen uit Medium en Licht en Prins Alexander is iets meer divers qua hoofdgroepen.

Verdeling inwoners in de wijken t.o.v. Rotterdam met lage participatie - 2019



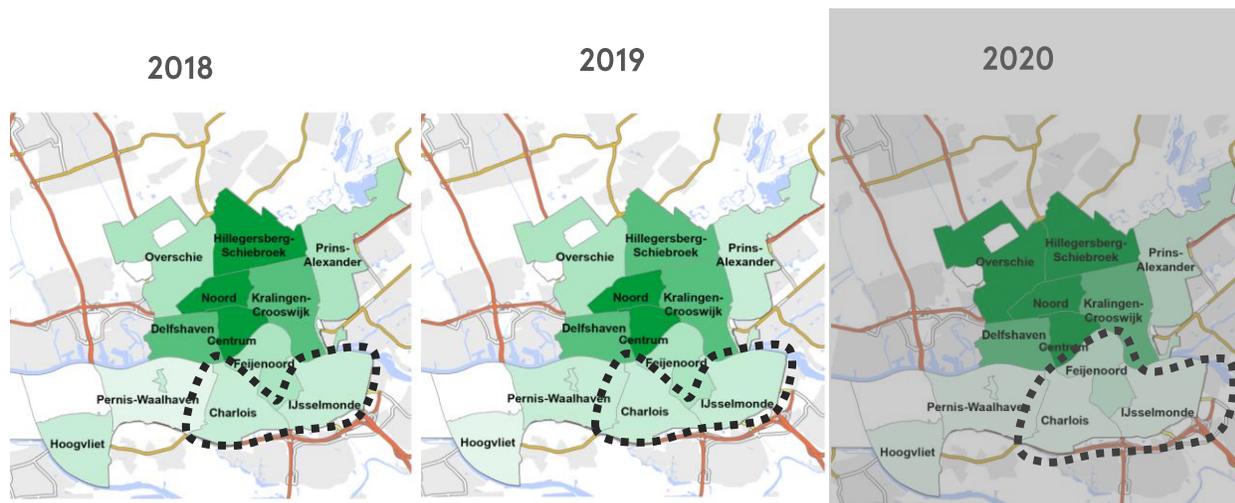
	Charlois	IJsselmonde	Prins Alexander
Culturele Alleseters	15	34	52
Kindrijke Cultuurvreter	123	75	79
Weelderige Cultuurminnaars	7	42	214
Klassieke Cultuurliedhebbers	34	84	134
Startende Cultuurspeurders	151	55	38
Actieve Vermaakvangers	48	170	175
Proevende Buitenwijkers	73	206	170
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	196	92	67
Flanerende Plezierzoekers	149	118	63
Sociale Cultuurhoppers	80	98	97
Lokale Vrijetijdsgenieters	127	129	136

- **PERCENTAGES:** hoofdgroep Licht komt relatief het vaakst voor in Charlois (65%), gevolgd door IJsselmonde (58%) en Prins Alexander (50%).
- **INDEXCIJFERS:** in Charlois is er een oververtegenwoordiging van de meeste doelgroepen binnen hoofdgroep Licht: Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers en Lokale Vrijetijdsgenieters. In de andere hoofdgroepen zijn de volgende groepen oververtegenwoordigd: de Kindrijke Cultuurvreter en de Startende Cultuurspeurders. In IJsselmonde wonen vooral veel Lokale Vrijetijdsgenieters maar ook Proevende Buitenwijkers en Actieve Vermaakvangers. In Prins Alexander is het publiek het meest divers, waarbij er een oververtegenwoordiging is van meerdere doelgroepen: Weelderige Cultuurminnaars, Klassieke Cultuurliedhebbers, Actieve Vermaakvangers, Proevende Buitenwijkers en Lokale Vrijetijdsgenieters.

BEREIK PUBLIEK PER WIJK INGEZOOMD: CHARLOIS & IJSSELMONDE

Vrijwel alle buurten in de grote wijken met ondervertegenwoordiging in Zuid laten een ondervertegenwoordiging zien.

Bereik geografisch gezien – Buurten binnen Charlois & IJsselmonde



- **INDEXCIJFERS:**
In 2019 laten de buurten Oud Charlois en Wielewaal een normale vertegenwoordiging zien in 2019. In 2018 was dit alleen Oud Charlois. Deze buurt is de tweede grootste buurt in Charlois.
- Binnen de wijk IJsselmonde laten alle buurten een ondervertegenwoordiging zien in alle jaren.

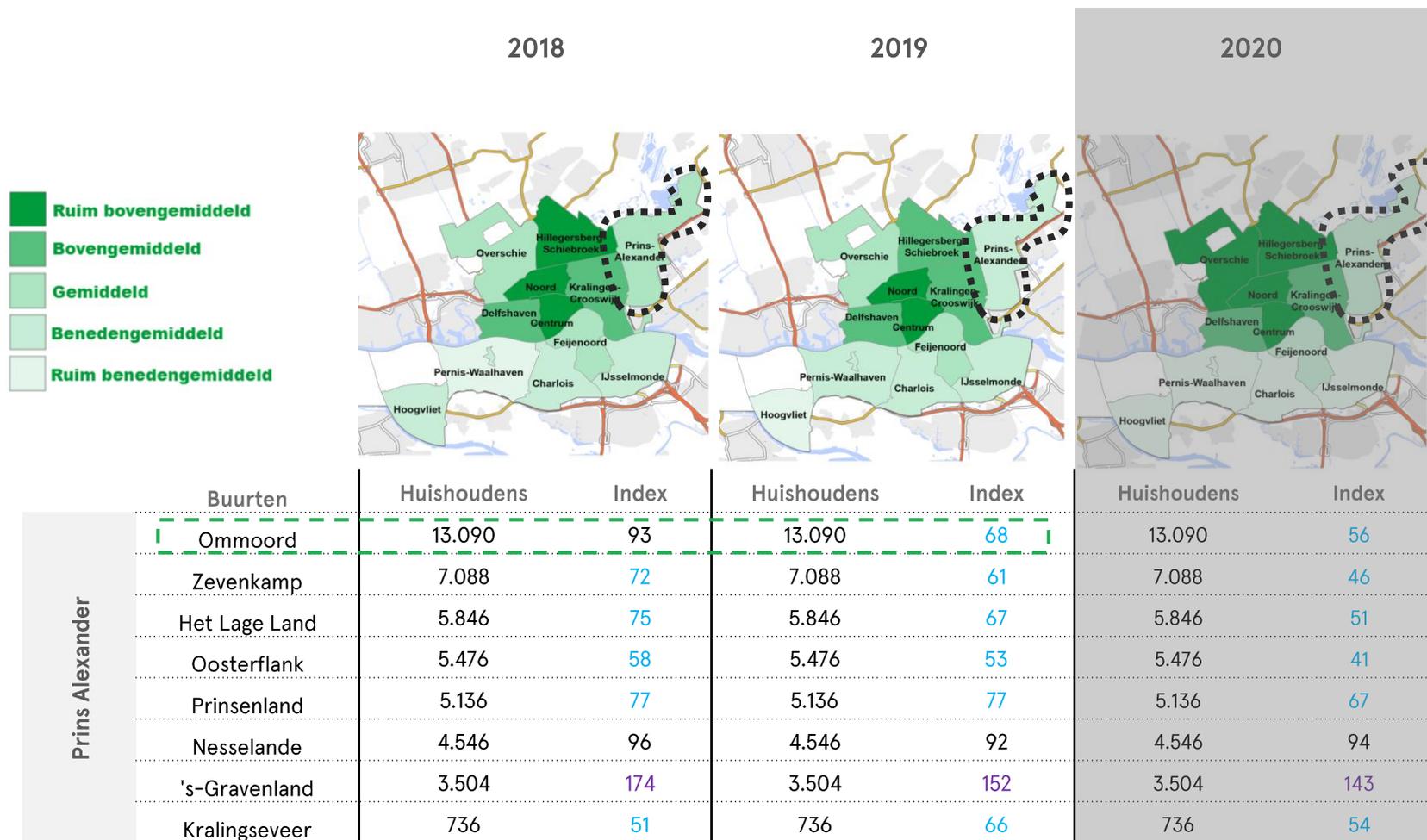


Buurten		Huishoudens	Index	Huishoudens	Index	Huishoudens	Index
Charlois	Zuidwijk	6.685	64	6.685	60	6.685	31
	Oud Charlois	6.618	85	6.618	88	6.618	78
	Carnisse	5.994	49	5.994	60	5.994	46
	Tarwewijk	5.980	48	5.980	62	5.980	47
	Pendrecht	5.548	46	5.548	44	5.548	34
	Heijplaat	818	44	818	48	818	42
	Zuidplein	740	67	740	50	740	71
	Zuiderpark	440	34	440	56	440	35
	Wielewaal	357	63	357	89	357	41
	Charlois Zuidrand	130	68	130	51	130	87
IJsselmonde	Groot IJsselmonde	13.857	54	13.857	52	13.857	36
	Lombardijen	6.592	62	6.592	47	6.592	36
	Beverwaard	4.855	44	4.855	44	4.855	27
	Oud IJsselmonde	2.721	67	2.721	78	2.721	54

BEREIK PUBLIEK PER WIJK INGEZOOMD: PRINS ALEXANDER

De daling in cultuurbereik in buurt Ommoord verklaard grotendeels waarom Prins Alexander als wijk ging van normale vertegenwoordiging in 2018 naar ondervertegenwoordiging in 2019.

Bereik geografisch gezien – Buurten binnen Prins Alexander



- INDEXCIJFERS:** buiten Ommoord zijn de andere grotere buurten die bijdragen aan de ondervertegenwoordiging Zevenkamp, Het Lage Land, Oosterflank en Prinseland.

Daarentegen is de grotere buurt Nesselande normaal vertegenwoordigd en 's-Gravenland al jaren oververtegenwoordigd.



rotterdam
festivals!

VERVOLG

[→ Naar inhoudsopgave](#)

WAT STAAT ER ONDER MEER OP DE PLANNING

Naast de jaarlijkse individuele analyses werken we samen met de culturele organisaties aan het verhogen van de datakwaliteit. Verder gaan we om nog beter in kaart te brengen wie we met de cultuursector bereiken ook onderzoeken wie de bezoekers zijn van het cultuuraanbod in de wijken en van instellingen binnen de kunst- en cultuursector die geen cultuurplaninstellingen zijn. De uitkomsten hiervan worden in de tweejaarlijkse analyse in 2023 meegenomen. Verder is een model zoals het Culturele Doelgroepenmodel eigenlijk altijd in ontwikkeling. We voorzien het doorlopend van actuele data (kleinschalig op de achtergrond) en werken aan het verrijken van het Culturele Doelgroepenmodel.

IN TIJD

- Voorjaar 2022: Individuele analyses over het jaar 2021
- 2022: Verder verrijken Culturele Doelgroepenmodel
- Heel 2022: Diverse kennissessies
- Heel 2022: Data verzameling bij een aantal wijkinitiatieven (cultuuraanbod)
- Heel 2022: Data verzameling bij een aantal culturele organisaties die niet cultuurplaninstellingen zijn
- In 2023: Overkoepelende analyse over 2022; dan ook inzicht over de cultuurplaninstellingen in de huidige cultuurplanperiode. Inclusief analyse wijkinitiatieven en andere culturele organisaties.
- In 2023: Individuele analyses over het jaar 2022



rotterdam
festivals!

BIJLAGE 1. VOORBEELDEN INSTELLINGEN HOOG BEREIK IN HOOFDGROEP LICHT

[→ Naar inhoudsopgave](#)

VOORBEELDEN INSTELLINGEN MET EEN HOOG BEREIK IN HOOFDGROEP LICHT 1/2

T.b.v. samenwerken en/of kennisdeling

Uit de analyses blijkt dat hoofdgroep Licht een ondervertegenwoordiging laat zien onder het cultuurbereik in Rotterdam en dat er op dit vlak groei mogelijk is. Daarom geven we op de volgende pagina's per type instelling een paar voorbeelden van instellingen die doelgroepen binnen de hoofdgroep Licht relatief goed weten te bereiken. Mocht je als instelling een van deze groepen willen bereiken, kan je in gesprek gaan met de betreffende organisatie met het oog op samenwerken en/of kennisdelen.

In Rotterdam hebben we in de culturele sector met elkaar afgesproken dat we samen alle Rotterdammers willen bereiken. Iedere instelling heeft hier zijn eigen rol in. Geen concurrentie maar samenwerken. Als instelling een sterk merk bouwen met een eigen positionering voor een aantal gekozen doelgroepen. Niet alle organisaties dienen dus hoofdgroep Licht te bereiken, alleen indien dit past bij de organisatie en de doelen.

Podia en Festivals

Podia

Voorbeelden van Podia die in 2018 en 2019 relatief veel aan hoofdgroep Licht bijdragen:

- WORM (met name Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers)
- Theater Zuidplein (met name Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers)
- Baroeg (met name Sociale Cultuurhoppers en Flanerende Plezierzoekers)
- Bird (met name Nieuwsgierige Toekomstgrijpers)

Festivals (CPI)

Voorbeelden van Festivals die in 2018 en 2019 relatief veel aan Licht bijdragen:

- De Nieuwe Lichting (met name Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers)
- Metropolis (met name Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers)

VOORBEELDEN INSTELLINGEN MET EEN HOOG BEREIK IN HOOFDGROEP LICHT 2/2

T.b.v. samenwerken en/of kennisdeling

Galeries, Gezelschappen, Musea en Zelf Actief

Galeries laten in 2019 een ondervetegenwoordiging zien op de gehele hoofdgroep Licht. Deze categorie is relatief klein. Binnen deze categorie valt vooral Roodkapje op qua bereik in hoofdgroep Licht in zowel 2018 als 2019 (veruit vaker Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, maar ook wel Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers). Uiteraard zijn er meerdere galeries die hoofdgroep Licht bereiken, echter is dit niet consistent elk jaar het geval geweest.

Gezelschappen

Aantal voorbeelden die in 2019 hoofdgroep Licht bereiken:

- Maas theater en dans (vooral Flanerende Plezierzoekers)
- Rotterdams Wijktheater (vooral Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers en Lokale Vrijetijdsgenieters)

Musea

Voorbeelden van musea die in 2019 en 2020 relatief veel bijdragen aan doelgroepen binnen hoofdgroep Licht zijn:

- Maritiem Museum (met name Flanerende Plezierzoekers)
- Villa Zebra (ook met name Flanerende Plezierzoekers)
- Chabot Museum (met name Lokale Vrijetijdsgenieters)

Zelf Actief

Voorbeelden van instellingen die in 2018 en 2019 relatief veel bereik laten zien binnen Licht zijn:

- Hiphop In Je smoel (vooral Nieuwsgierige Toekomstgrijpers en Flanerende Plezierzoekers)
- House of Urban Arts (vooral Sociale Cultuurhoppers)
- Popunie (vooral Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers en Nieuwsgierige Toekomstgrijpers)
- HipHopHuis (vooral Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers)



rotterdam
festivals!

BIJLAGE 2. CULTURELE DOELGROEPENMODEL / CULTURELE DOELGROEPEN

[→ Naar inhoudsopgave](#)

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 speciaal voor de culturele sector 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 de frequentie en het 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, check [hier](#) de digitale brochure om meer te weten over de verschillende Culturele Doelgroepen of neem contact op met onderzoek@rotterdamfestivals.nl.

OVERZICHT CULTURELE DOELGROEPEN

Kunst & Cultuurgebruik*	SUBGROEPEN	18 - 25	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65 - 80+	GEMIDDELD		
Intensief	11% Culturele Alleseters Allesproevende, hippe stadsvogels zonder kinderen	*							39,3	
	6% Kindrijke Cultuurvreter Hippe ouders met jonge kinderen			*	*			39,5		
	3% Weelderige Cultuurminnaars Welgestelde, statusgevoelige cultuurliefhebbers					*	*	55,8		
	7% Klassieke Cultuurliefhebbers Fijnproevende kunstbewonderaars op leeftijd						*	*	*	71,1
Medium	11% Startende Cultuurspeurders Avontuurlijke starters en studenten met een budget	*	*	*				31,1		
	2% Actieve Vermaakvangers Bezige bijtjes met en zonder kinderen met een voorkeur voor populaire uitjes				*			36,9		
	8% Proevende Buitenwijkers Bewoners in de randen van de stad zonder, of met oudere kinderen die gaan voor gezelligheid					*	*	*	53,7	
Licht	6% Nieuwsgierige Toekomstgrijpers Stadse jongelingen met een minimaal inkomen maar grote dromen	*	*	*				24,3		
	14% Flanerende Plezierzoekers Mensen met en zonder kinderen met een brede smaak qua uitgaan maar weinig middelen				*	*	*		35,8	
	14% Sociale Cultuurhoppers Relaxte middelbaren zonder strakke planning					*	*	*	*	54
	17% Lokale Vrijtijdsgenietters Gepensioneerden met een traditionele smaak binnen eigen cultuur							*	75,1	

• Kijkend naar de frequentie en het gebruik van het huidige Kunst & Culturaanbod

► De percentages representeren de aanwezigheid in de stad Rotterdam

* De sterretjes geven aan welke leeftijden het vaakst voorkomen

Stadse Alleseters



Algemeen: Leeftijd <60 jaar – gemiddeld 39,3 jaar, geen kinderen, hoger opgeleid, vooral boven modaal inkomen
Veel bezochte festivals: Architectuur Film Festival Rotterdam, Poetry International, Vrije Volk Festival, Rotterdam Art Week, Cameretten
Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: A Tale of a Tub, Rotown, Kunstinstituut Melly, WORM, BIRD

Kindrijke Cultuurvreters



Algemeen: Leeftijd <55 jaar – gemiddeld 39,5 jaar, jonge kinderen, hoger opgeleid, vooral boven modaal inkomen
Veel bezochte festivals: A Festival DownTown, Welkom Thuis Straattheater Festival, (010) Says It All, Rotterdam Chinese New Year, Circusstad Festival
Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: Villa Zebra, Maritiem Museum, Stichting Circus, Rotjeknor, Maas Theater, Dans Podium, Studio de Bakkerij

Weelderige Cultuurminnaars



Algemeen: Leeftijd 45 jaar tot 70 jaar – gemiddeld 55,8 jaar, gezin met oudere kinderen, hoger opgeleid, vooral 2 keer boven modaal inkomen
Veel bezochte festivals: Daken Dagen Rotterdam, Architectuur Maand, Left of the Dial, Nacht van de Kaap, Gergiev Festival
Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: Theater Rotterdam, Kunsthal, Theater Walhalla, SKVR, Luxor Theater

Klassieke Cultuurliefhebbers



Algemeen: Leeftijd >55 – gemiddeld 71,1 jaar, vaak gepensioneerd, kinderen uit huis, hoger opgeleid, vooral boven modaal inkomen
Veel bezochte festivals: Gergiev Festival, Operadagen Rotterdam, Jazz International, Architectuur Film Festival Rotterdam, Art Rotterdam Week
Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: Rotterdams Philharmonisch Orkest, Het Nieuwe Instituut, Chabot Museum, Sinfonia, Lantarenvenster

Hoofdgroep
Intensief

Startende Cultuurspeurders



Algemeen: Leeftijd <45 jaar – gemiddeld 31,1 jaar, geen kinderen, middelbaar/hoger opgeleid, beneden modaal/modaal
Veel bezochte festivals: Expedition Festival, Museumnacht, BIRDFest, Arab Film Festival, A Day at the Park
Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: Roodkapje, WORM, A Tale of a Tub, Hiphop In Je Smoel

Actieve Vermaakvangers



Algemeen: Leeftijd <55 jaar – gemiddeld 36,9 jaar, gezin met jonge kinderen, hoger opgeleid, vooral boven modaal inkomen
Veel bezochte festivals: A Day at the Park, Nacht van de Kaap, Boothstock Festival, Circusstad Festival
Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: Circus Rotjeknor, Jeugdtheater Hofplein, Luxor Theater, Het Bibliotheek theater, Xcusiv Rotterdam

Proevende Buitenwijkers



Algemeen: Leeftijd 40 tot 70 jaar – gemiddeld 53,7 jaar, vaak gepensioneerd, kinderen uit huis, vooral middelbaar opgeleid, vooral boven modaal inkomen
Veel bezochte festivals: Boothstock Festival, Rotterdam Zingt, Kingsland, Animecon, Baroeg Open Air
Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: Theater Zuidplein, Poppodium Baroeg Rotterdam, Westerbioscoop, Luxor Theater, Rotown

Hoofdgroep
Medium

Nieuwsgierige Toekomstgrijpers



Algemeen: Leeftijd <30 jaar - gemiddeld 24,3 jaar, geen kinderen, praktisch – middelbaar opgeleid, vooral beneden modaal inkomen

Veel bezochte festivals: A Festival DownTown, Rotterdam Street Culture Weekend, BIRDFest, Architectuur Film Festival Rotterdam, Left of the Dial

Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: HipHopHuis, House of Urban Arts, WORM, Popunie, BIRD

Flanerende Plezierzoekers



Algemeen: Leeftijd <45 jaar - gemiddeld 35,8 jaar, gezinnen (met jonge kinderen), alleenstaand of samen zonder kinderen, vooral praktisch – middelbaar opgeleid, vooral beneden modaal tot modaal inkomen

Veel bezochte festivals: Get Loose Festival, Eendrachtfestival, Woordnacht, A Day at the Park, Metropolis Festival

Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: Villa Zebra, House of Urban Arts, Pathé, Maritiem Museum

Sociale Cultuurhoppers



Algemeen: Leeftijd 45 jaar tot 65 jaar - gemiddeld 54 jaar, Alleenstaand of samen zonder kinderen en anders gezin met tiener kinderen, praktisch – middelbaar opgeleid, vooral beneden modaal tot modaal inkomen

Veel bezochte festivals: Reggae Rotterdam, Rotterdam Unlimited, Rotterdam Zingt, Get Loose Festival, A Day at the Park

Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: Xclusiv, Popunie, Pathé, Maritiem Museum, Bibliotheek Rotterdam

Lokale Vrijtijdsgenieters



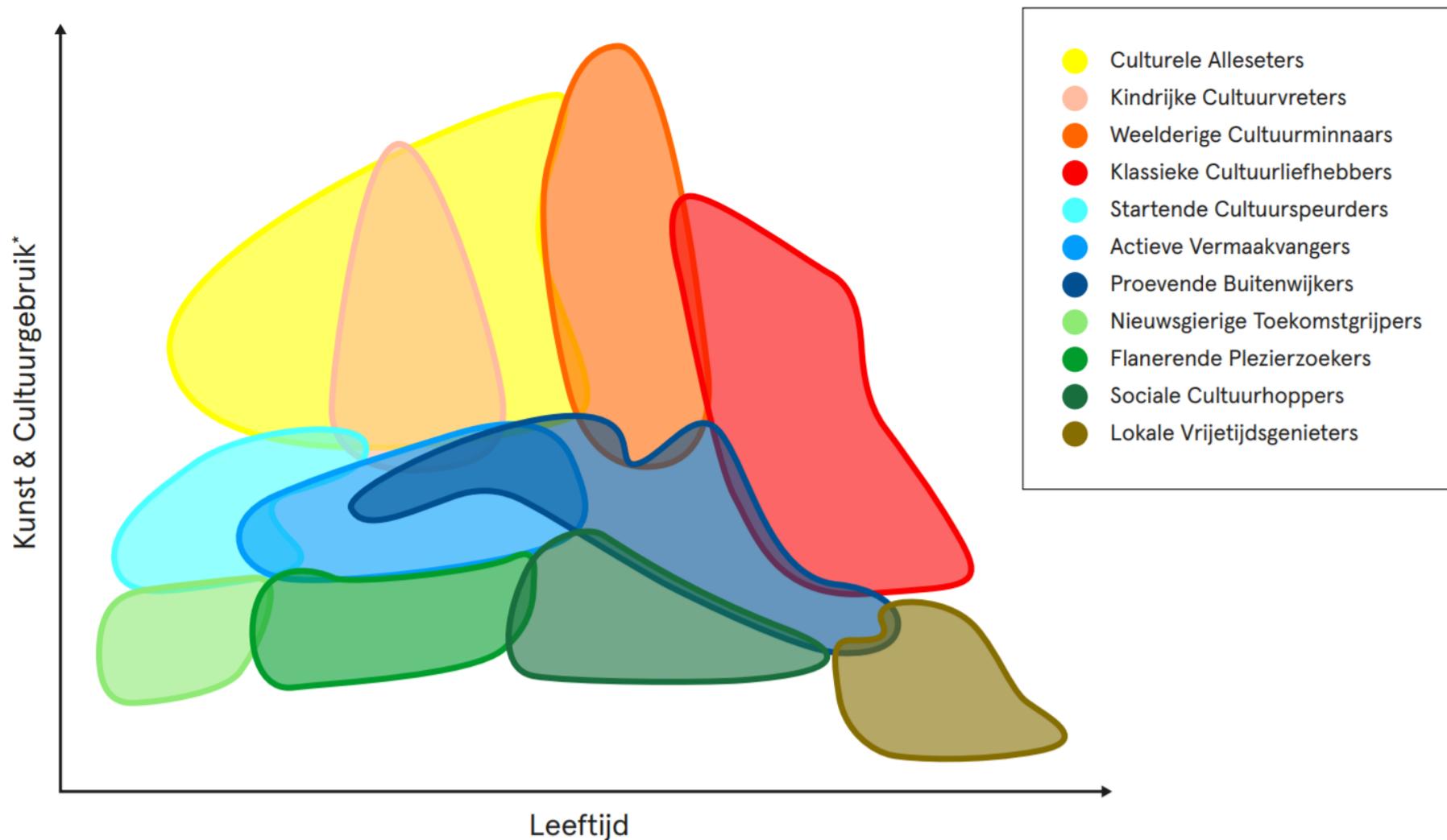
Algemeen: Leeftijd >65 jaar - gemiddeld 75,1 jaar, vaak gepensioneerd, kinderen uit huis, vooral praktisch opgeleid, vooral beneden modaal tot modaal inkomen

Veel bezochte festivals: Ze gaan relatief weinig naar festivals, een voorbeeld is Rotterdam Zingt

Veel bezochte Cultuurplaninstellingen in 2019: Stichting Romeo, Chabot Museum, LantarenVenster, Rotterdams Wijktheater, Feyenoord Museum

Hoofdgroep
Licht

CULTURELE DOELGROEPEN - TEN OPZICHTE VAN ELKAAR



*Kijkend naar de frequentie en diversiteit van het huidige model

MEER INFORMATIE

Mariska van Elsen

Hoofd Cultuurparticipatie / Onderzoek & Expertise

Mariska@rotterdamfestivals.nl

+ 31 10 433 25 11

Damla Gecmen

Senior Medewerker Onderzoek

Damla@rotterdamfestivals.nl

+ 31 10 433 25 11

Eva Lemstra

Medewerker Onderzoek

Eva@rotterdamfestivals.nl

+ 31 10 433 25 11

rotterdam
festivals!

uit AGENDA
RDAM

Rotterdam Festivals coördineert het evenementenbeleid in Rotterdam en stimuleert de cultuurparticipatie van Rotterdammers. Wij realiseren een karakteristiek festivalaangebod en een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam.

ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.



CONTACT

info@rotterdamfestivals.nl