

Rotterdam Festivals Meet-up 3 april 2025 – LantarenVenster

Verslag deelsessie 'Impact meten met het Publiek & Impact Dashboard'

Tijdens de Rotterdam Festivals Meet-up stond het onderwerp 'Impact meten met het Publiek & Impact Dashboard' op het programma. Impact en het meten ervan is een onderwerp dat steeds belangrijker wordt in de culturele sector. Wat is impact, waarom is het belangrijk en welke eerste stappen kun je nemen? Leer hoe je publiek in kaart brengt, en hoe je de impact van jouw culturele activiteiten inzichtelijk maakt met het dashboard.

Mariska van Elsen (hoofd Cultuurparticipatie, Onderzoek & Expertise bij Rotterdam Festivals) modereerde de sessie. Lianne Meeder (Onderzoek & Expertise bij Rotterdam Festivals) legde uit hoe Rotterdam Festivals samen met culturele organisaties bezig is met impactmeting. Pieter Brouwer (CEO Cigarbox) liet het Publiek & Impact Dashboard zien en lichtte een en ander toe. Vincent Sturkenboom (manager Marketing & Development, Concertgebouw de Doelen) vertelde meer over impact meten bij de Doelen en hun ervaring met het Publiek & Impact Dashboard.



Foto's: Nikki Born

Belangrijkste inzichten en adviezen

Wat is impact eigenlijk?

Het **verschil** dat wordt gemaakt in de wereld door **het effect** dat iets heeft op de samenleving (en hoe dat wordt **gewaardeerd**). [volgens Impact Centre Erasmus]

Waarom impact meten in de culturele sector?

Steeds meer makers en instellingen willen data geïnformeerd werken en willen naast weten wie er deelneemt, ook weten de impact is op deelnemers, bezoekers, de stad en de omgeving. Impactmeting geeft culturele organisaties inzicht in de waarde die hun activiteiten toevoegen aan publiek, maatschappij en omgeving. Het biedt concrete input voor beleid, helpt activiteiten en programmering te optimaliseren en dient als middel voor verantwoording aan stakeholders. Ook is er vraag naar overkoepelende inzichten en inzichten op de lange termijn. En meten=weten! Voor een snel inzicht in de beleving en effect van je activiteiten is in samenwerking met Cigarbox het Publiek & Impact Dashboard ontwikkeld. Deze handige tool maakt publieks- en impactonderzoek eenvoudig én snel.

Uit een pilot in 2024 met 25 deelnemers kwamen veel positieve resultaten en reacties en mede met dank aan de gemeente kunnen alle culturele organisaties in 2025 er mee werken.

Wat kan je met het Publiek & Impact Dashboard?

- Publieksonderzoek doen naar onderwerpen die je zelf kiest, met algemene publieksvragen (bv reden van bezoek) of impactvragen (korte en lange termijn);
- Onbepaalde analyses met het Culturele Doelgroepenmodel;
- In real-time inzichten bekijken en rapporteren op verschillende niveaus;
- Inzichten vergelijken met de sector via benchmarks

Het Dashboard is minimaal tot eind 2025 kosteloos te gebruiken voor organisaties met culturele activiteiten in Rotterdam!

Hoe werkt het Publiek & Impact Dashboard?

De vragenlijst kun je helemaal op maat maken, kijkend naar de vragen die bij de betreffende organisatie leven. Daarna deel je de vragenlijst via een link of een QR-code met je publiek (of maak je een print). In het dashboard zie je direct onder meer via grafieken de uitkomsten van de ingevulde vragenlijsten. Los van het creëren en uitzetten van vragenlijsten kan je enkel analyses doen met de Culturele Doelgroepen: zien hoe jouw publiek verdeeld is onder de groepen uit het Culturele Doelgroepenmodel; door postcodes en huisnummer in een apart bestand te uploaden.

Een praktijkvoorbeeld: de Doelen

De Doelen deed mee met de pilot in 2024 en werkt op dit moment met het Publiek & Impact Dashboard. Het onderwerp impact speelde al binnen de organisatie. De pilot met het dashboard sloot precies aan op de eigen activiteiten. De vraag die onderzocht wordt is: welke verandering wil je brengen in de stad en hoe wil je dat bereiken? Momenteel zijn er resultaten van 7 concerten binnen. Tot de zomer meten ze bij een totaal van 24 concerten om te zien of de verandering bereikt wordt:

- Na elk concert/evenement een servicemail voor feedback
- Eigen enquêtes onder bezoekers maar ook makers i.h.k.v. talentontwikkeling

Ondanks de korte meetperiode zijn er al verrassende uitkomsten. De missie van de Doelen is bijdragen aan de verbondenheid in de stad en ontmoeting faciliteren. Dit is verwerkt in de vragenlijst. Bijna de helft van de respondenten geeft aan zich meer verbonden te voelen met de stad en meer verbinding met anderen te ervaren. Dit zijn waardevolle inzichten die onderbouwen dat je als organisatie goed bezig bent. Harde feiten kun je zichtbaar maken, ook bijvoorbeeld in jaarverslagen. Marketing gaat vaak over feiten als leeftijd of bezoekersaantallen, deze tool gaat ook over ervaringen van de bezoekers (waardering). Die data worden ook gebruikt om nieuw programma te maken en kun je beargumenteren waarom je iets wel of niet doet.



Vragen vanuit het publiek

Na de introductie op thema impact en de ervaringen van experts met het Publiek & Informatie Dashboard wil het publiek graag meer weten.

Bijvoorbeeld: hoeveel reacties je nodig hebt bij een impactmeting om bruikbare resultaten te krijgen?

Antwoord: 'Dat hangt af van het aantal bezoekers. Met een activiteit van rond de 50 deelnemers wil je het liefst dat iedereen reageert. Met meer bezoekers is een kleiner percentage voldoende. Het hangt ook af van je doel. Uit een klein onderzoek met minder reacties kun je wel mooie quotes halen voor in je communicatie bijvoorbeeld. Voor representatieve resultaten ('harde' cijfers) is afhankelijk van de hoeveelheid bezoekers/deelnemers een groter aantal respondenten nodig, [zie de steekproef-tabel](#).'

Vraag: wat doe je met data die je live ophaalt, bijvoorbeeld via interviews op locatie? En kun je ook andere onderzoeksdata integreren in het dashboard?

Antwoord: 'Je kunt vanuit het dashboard een vragenlijst uitprinten en die op papier laten invullen als mensen dat prettiger vinden. De resultaten kun je dan zelf invoeren in het dashboard. Alle beschikbare data in Excel kun je samenvoegen met andere data. Externe data van andere onderzoeken importeren is iets lastiger, maar als de vraagstelling identiek is kunnen de resultaten wel geüpload worden.'

Vraag: Is impactmeting heel anders is dan regulier publieksonderzoek en of dit het traditionele Beerda onderzoek vervangt?

Antwoord: 'De basis is niet heel anders als regulier publieksonderzoek. In het dashboard kun je publieksonderzoek aanvullen met impact vragen (korte en langere termijn). Je kunt je resultaten vergelijken via de benchmark en relatief snel inzicht krijgen in wat je wilt weten. En er zit een koppeling in met de Culturele Doelgroepen. In principe ligt het aan je eigen vraag: wat wil je weten? Dat bepaalt uiteindelijk het onderzoek dat je nodig hebt, de methode die het beste daarbij past.'

Vraag: de Doelen doet veel onderzoek, worden mensen niet enquête-moe?

Antwoord: bij de Doelen is er gemiddeld 8 à 10% respons en er is nog geen daling zien. 'Onze bezoekers willen juist graag meepraten en hun feedback geven. Het voordeel van het dashboard is dat alles gestandaardiseerd is en alle methodes beproefd en betrouwbaar zijn. Bij eigen onderzoek staat de vraagstelling altijd ter discussie.'

Vraag: wie wordt eigenlijk eigenaar van de data?

Antwoord: 'De data blijft van de betreffende organisatie. Rotterdam Festivals mag die data op individueel niveau niet delen met anderen en kan er wel overkoepelend inzichten uit halen en overkoepelend impact zichtbaar maken. Dat is in het kader van kennisdeling.'

Tip uit het publiek: graag gemakkelijker (door bijv. te klikken op betreffende doelgroep) inzicht in uitkomsten per doelgroep!

Afsluiting

- Het Publiek & Impact Dashboard geeft je inzicht in het bereik en effect van je culturele activiteiten
- Resultaten van een metingen kun je goed gebruiken voor effectievere inzet van bijvoorbeeld programmering of marketing & communicatie
- Dankzij de gemeente Rotterdam kunnen culturele organisaties minimaal tot eind 2025 kosteloos gebruikmaken van het Publiek & Impact Dashboard!
- Bepaal vooraf goed wat je wil weten, kijk wat er al onderzocht is, wat je met de uitkomsten gaat doen en pas de onderzoeksvragen hierop aan
- Rotterdam Festivals kan je verder helpen met het opzetten van een impactmeting, met organisaties meedenken indien gewenst.
- Mail impact@rotterdamfestivals.nl voor vragen en/of een inlog tot het dashboard