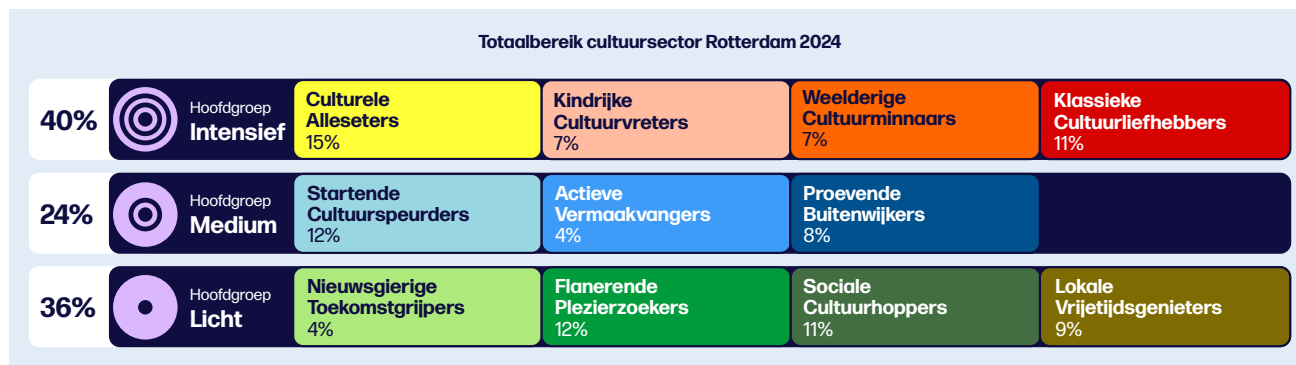


Het publiek in beeld: bereik van de Rotterdamse cultuursector in 2024

Samen zoveel mogelijk Rotterdammers bereiken

Rotterdam
Festivals

Wie bezoekt kunst & cultuur? Wie juist niet, of nog weinig? Om hier meer inzicht in te krijgen en kunst- & cultuurparticipatie te stimuleren, heeft Rotterdam Festivals het Culturele Doelgroepenmodel ontwikkeld. Jaarlijks ontvangen instellingen individueel inzicht over hun bereik en om de zoveel tijd wordt er een overkoepelend beeld geschetst. Hieronder een paar uitkomsten van de analyse van de sector over het jaar 2024. Kijk voor het hele rapport op de website van Rotterdam Festivals.



Publieksbereik van de Rotterdamse cultuursector

Elke doelgroep uit het Culturele Doelgroepenmodel is vertegenwoordigd onder het Rotterdamse cultuurpubliek. Het meeste publiek komt uit Hoofdgroep *Intensief* (40%), gevolgd door Hoofdgroep *Licht* (36%) en Hoofdgroep *Medium* (24%). De *Culturele Alleseters* vormen de grootste Culturele Doelgroep en de *Actieve Vermaakvangers* en *Nieuwsgierige Toekomstgrippers* de kleinste groepen onder het cultuurpubliek.

Verdeling bezoekers versus inwoners

Wanneer we het cultuurpubliek vergelijken met de aanwezigheid van de verschillende Culturele Doelgroepen in Rotterdam, zien we dat het bereik overeenkomt met wat op basis van het Culturele Doelgroepenmodel en kijkend naar de hoofdgroepen 'te verwachten' is. Uitzondering hierop zijn de *Actieve Vermaakvangers* uit Hoofdgroep *Medium*. Deze groep is oververtegenwoordigd, wat betekent dat zij meer voorkomen onder het publiek dan dat ze in de stad aanwezig zijn. De sterkst oververtegenwoordigde groep is de *Weelderige Cultuurminnaars* en de sterkst ondervertegenwoordigde groep is de *Lokale Vrijtijdsgenieters*. Wanneer we streven naar een bereik dat aansluit bij de verdeling van inwoners, valt met name in Hoofdgroep *Licht* nog een verschil te overbruggen. Er zijn in de sector ontwikkelingen gaande, maar verdere inzet hierop blijft gewenst.

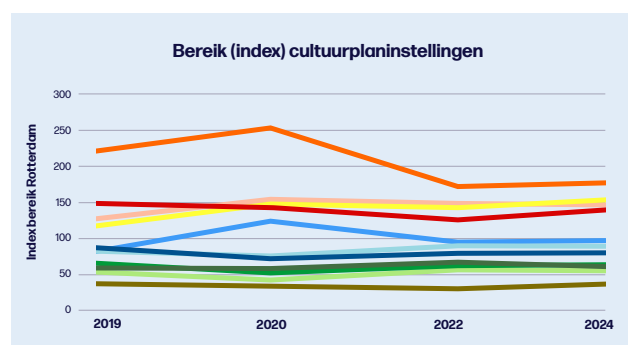
Cultuurplaninstellingen, instellingen

buiten het cultuurplan & culturele lokale initiatieven

De verschillende cultuuraanbieders laten in basis elk een ander bereik zien. Als je kijkt naar hun bereik samen dan zijn alle Culturele Doelgroepen minimaal bij één van hen normaal of oververtegenwoordigd. Uitzondering hierop zijn de *Nieuwsgierige Toekomstgrippers*; zij zijn bij alle drie de cultuuraanbieders ondervertegenwoordigd. Bij de cultuurplaninstellingen komt deze groep relatief het meest voor. Bij de lokale initiatieven vormen de *Lokale Vrijtijdsgenieters* de grootste groep. De *Flanerende Plezierzoekers* zien we het vaakst bij organisaties buiten het cultuurplan, terwijl bij de cultuurplaninstellingen de *Culturele Alleseters* de grootste groep zijn.

Bereik cultuurplaninstellingen 2024 versus 2022

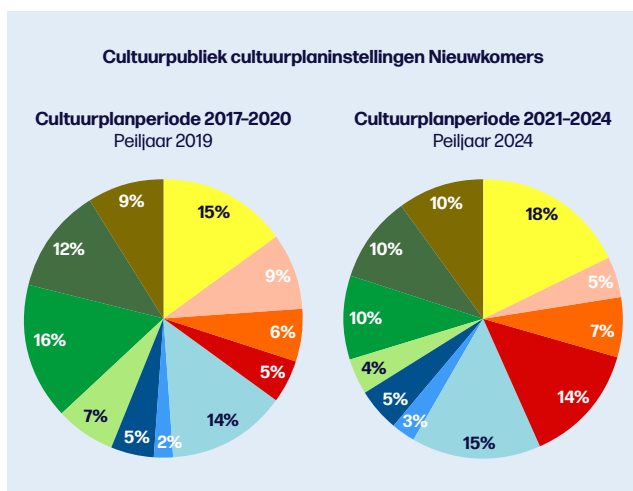
Wanneer we het bereik van de cultuurplaninstellingen in de loop der tijd bekijken, zien we dat de verschillende doelgroepen dichterbij elkaar komen in 2024 in vergelijking met 2022. De verschillen tussen de hoofdgroepen blijven weliswaar zichtbaar, maar de afstand tussen de groep met de hoogste en de laagste index is sinds 2019 kleiner geworden. Op doelgroepniveau hebben de *Lokale Vrijtijdsgenieters* al jaren



de laagste index, al is in 2024 hun vertegenwoordiging ten opzichte van 2022 licht toegenomen.

Cultuurplaninstellingen Nieuwkomers

De organisaties die in 2021 voor het eerst in het cultuurplan kwamen ('nieuwkomers') laten een ander bereik zien dan de nieuwkomers uit de cultuurplanperiode d  rvoor (2017-2020). De keuze voor organisaties in het cultuurplan beïnvloeden het bereik en de samenstelling van het publiek, maar omdat nieuwkomers vaak kleinere organisaties zijn en veelal aanvankelijk minder bezoekers trekken, is hun effect op het totale bereik niet altijd direct zichtbaar, ook gezien hun verhouding tot het totaal aantal instellingen en bezoekers.



Bekijk het hele rapport hier:



Meer weten over de gebruikte definities / terminologie?



Het Culturele Doelgroepenmodel^{  }

De segmentatiemethode speciaal voor de culturele sector geeft onder meer inzicht in:

- levensfase;
 - demografie (locatie, leeftijd);
 - socio-economische kenmerken (opleiding, inkomen);
 - media- en internetgebruik;
 - (culturele) interesses en gedrag;
- van huidig publiek en/of (potentiële) doelgroepen.

Werken aan meer of nieuw publiek

Inzicht helpt culturele organisaties en makers bij het maken van keuzes op het gebied van beleid zoals bij programmering, marketing en communicatie. Hoe beter je jouw publiek kent, hoe beter je ze weet te vinden, verleiden en vasthouden.

Zelf aan de slag met het Culturele Doelgroepenmodel of meer weten?



Culturele Alleseters

Kindrijke Cultuurvreter

Weelderige Cultuurminnaars

Klassieke Cultuurliefhebbers

Startende Cultuurspeurders

Actieve Vermaakvangers

Proevende Buitenwijkers

Nieuwsgierige Toekomstgrippers

Flanerende Plezierzoekers

Sociale Cultuurhoppers

Lokale Vrijtijdsgenietters

Publiek & Impact

Met het Publiek & Impact Dashboard kunnen culturele organisaties gemakkelijk publieksonderzoek uitvoeren en de effecten van cultuurbezoek meten. Daarnaast biedt het dashboard de mogelijkheid om losse analyses te doen met het Culturele Doelgroepenmodel. Dit levert waardevolle inzichten, benchmarks en een gedeelde taal binnen de cultuursector op. Organisaties met culturele activiteiten in Rotterdam kunnen kosteloos gebruikmaken van het dashboard. Direct aan de slag? Ga naar de site voor meer info of vraag een inlog aan via impact@rotterdamfestivals.nl.

Doe zelf eenvoudig publieksonderzoek (van waardering tot impact) en maak Culturele Doelgroepanalyses:



Rotterdam Festivals ondersteunt en promoot festival- en culturaanbod dat past bij het DNA van de stad: rauw, internationaal en ondernemend. Samen met creatieve festivalorganisatoren en cultuurmakers zorgt de organisatie ervoor dat Rotterdam die interessante metropool blijft, waar altijd wat bijzonders te beleven is.

Rotterdam Festivals staat midden in het culturele landschap, weet wat er speelt en signaleert trends als eerste. Rotterdam Festivals werkt aan een sterke data-ge  informeerde sector met een breed publiek en impact onder andere middels onderzoek, kennisdeling, tools en advies. Vanuit die kennis- en expertiserol ondersteunt Rotterdam Festivals culturele organisaties en adviseert het Rotterdamse bestuur over de culturele invulling van de openbare ruimte en over Rotterdam als culturele en festivalstad.

Contact

impact@rotterdamfestivals.nl
publieksbereik@rotterdamfestivals.nl

www.rotterdamfestivals.nl
www.cultureledoelgroepenmodel.nl

Culturele Doelgroepenmodel^{  }