Publieksonderzoek Bereik cultuursector Rotterdam

Overkoepelende analyse onder bezoekers
met het Culturele Doelgroepenmodel©

Jaar 2019 / 2020 / 2022 / 2024

Rotterdam Festivals

Culturele Doelgroepenmodel©

December 2025

Inleiding

De cultuursector draagt gezamenlijk de verantwoordelijkheid om een zo breed en divers mogelijk publiek te bereiken. Met het motto ‘samen zoveel mogelijk Rotterdammers bereiken’ heeft iedere culturele instelling daarin een eigen rol. Vanuit deze gezamenlijke ambitie werken we aan het vergroten en verdiepen van het publieksbereik.

Om de ontwikkeling van dit bereik te kunnen volgen, monitort Rotterdam Festivals de voortgang en brengt het in kaart welk publiek kunst & cultuur bezoekt. Dit gebeurt met behulp van het door Rotterdam Festivals ontwikkelde Culturele Doelgroepenmodel©. Jaarlijks ontvangen culturele organisaties een individuele rapportage over hun publieksbereik en eens in de zoveel tijd wordt er een uitgebreide overkoepelende analyse gemaakt.

Met deze overkoepelende analyse willen we beter inzicht krijgen in welke doelgroepen worden bereikt, welke (nog) niet en waar kansen liggen. Om steeds nauwkeuriger te kunnen beantwoorden wie we als hele culturele sector bereiken, wordt de dataverzameling stap voor stap uitgebreid. Dit rapport biedt inzicht in het publieksbereik in 2024 en ondersteunt instellingen, de gemeente en partners bij het maken van beleidskeuzes.

In deze overkoepelende analyse wordt er onder meer gekeken naar vragen zoals:

- Welke Culturele Doelgroepen worden er 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? En wat zien we als het bereik van 2024 vergelijken met eerdere jaren?
- Welke Culturele Doelgroepen bezoeken de activiteiten van de cultuurplaninstellingen gesplitst op de nieuwkomers (instromers), doorgroeiers, ‘gevestigde’ instellingen (structureel) en de RCB? Zorgen instromers voor additioneel bereik?
- Wat is het bereik van de lokale initiatieven en de anders gefinancierde instellingen?
- Wat is het bereik in vergelijking met Utrecht en Den Haag, waar ze soortgelijk onderzoek doen?
- Welke instellingen hebben de verschillende Culturele Doelgroepen veel bezocht?

Inhoudsopgave

INLEIDING

- Onderzoeksopzet en methode
- Leeswijzer

SAMENVATTING

AANBEVELINGEN

GRAFIEKEN Totaalbereik

- Totaalbereik 2024
- Totaalbereik 2024 versus 2022
- Totaalbereik Rotterdam, Regio Rijnmond, Nederland
- Totaalbereik Rotterdam versus Den Haag en Utrecht
- Totaalbereik gesplitst naar cultuurplaninstellingen, instellingen buiten het cultuurplan & lokale culturele initiatieven

GRAFIEKEN Bereik cultuurplaninstellingen

- Bereik cultuurplaninstellingen 2024
- Bereik cultuurplaninstellingen door de jaren heen
- Bereik cultuurplaninstellingen naar type instelling
- Bereik cultuurplaninstellingen naar toetreden cultuurplan
- Bereik cultuurplaninstellingen op wijk- / buurtniveau

GRAFIEKEN Bereik lokale culturele initiatieven

GRAFIEKEN Bereik culturele organisaties buiten het cultuurplan

BIJLAGEN

- Bijlage 1. Veel bezochte organisaties per Culturele Doelgroep
- Bijlage 2. Gebruikte indeling organisaties
- Bijlage 3. Culturele Doelgroepenmodel
- Bijlage 4. Meer informatie

Rotterdam Festivals

Onderzoeksopzet en methode

Data

- Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van publieksdata van de cultuurplaninstellingen (over de jaren 2019, 2022 en 2024), lokale culturele initiatieven (over het jaar 2022 en 2024) en een aantal culturele organisaties buiten het cultuurplan (over het jaar 2022 en 2024) in Rotterdam.
- We vergelijken de publieksdata van de cultuurplaninstellingen uit de jaren 2019, 2022 en 2024.
  Dit zijn in 2019 deels andere organisaties dan in 2022 en 2024 doordat het een andere cultuurplanperiode betreft (vanaf 2021).
- De organisaties die we in deze tweejaarlijkse overkoepelende analyses benoemen als 'Nieuwkomers' en 'Doorgroeiers' veranderen per cultuurplanperiode (zie ook leeswijzer).
- Om het 'type' publiek in kaart te brengen is het Culturele Doelgroepenmodel gebruikt.
- Bij het analyseren van de data is alles in verhouding met het bereik van de betreffende organisatie(s) meegewogen. Zo weegt een klein initiatief minder mee in het totale bereik dan bijvoorbeeld een groot festival.

Interpretatie

We rapporteren op percentages en op indexcijfers. In de leeswijzer is terug te lezen hoe de indexcijfers moeten worden geïnterpreteerd.

Veldwerk / Steekproefomvang - 'n'

Cultuurplaninstellingen

- 2019: 59 - 76% van het totaal aantal cultuurplaninstellingen
- 2022: 82 - 87% van het totaal aantal cultuurplaninstellingen
- 2024: 79 - 84% van het totaal aantal cultuurplaninstellingen

Het jaarlijks aanleveren van data door de cultuurplaninstellingen is verplicht.
Uitzonderingen zijn onder meer instellingen die geen publiek ontvangen of enkel publiek in schoolverband (educatie).
In 2024 is het aantal cultuurplaninstellingen iets lager dan in 2022 door een opgeheven instelling en twee vrijstellingen.

Totaalbereik

- 2024: 347 - Bestaande uit bezoekersdata van cultuurplaninstellingen (79), culturele organisaties buiten het cultuurplan (24) en lokale culturele initiatieven (244). Onder meer in samenwerking met Cultuur Concreet zijn er data verwerkt van lokale initiatieven. De data zijn gewogen meegenomen.

Rotterdam Festivals

Leeswijzer

Leeswijzer 1/2

Afkortingen en definities

Bereik	De percentages en grafieken zijn op basis van het bereik in Rotterdam (niet Regio Rijnmond of heel Nederland), tenzij anders aangegeven. Het gaat over de daadwerkelijke bezoekers van de activiteiten van de betreffende organisaties. Bezoekers worden in deze analyses 1 keer meegenomen. Er wordt dus niet meegenomen hoe vaak ze geweest zijn, maar of ze zijn geweest.
CPI	Afkorting voor cultuurplaninstelling.
Cultuurplaninstelling	Culturele organisatie in Rotterdam die gedurende vier jaar een jaarlijks vast subsidiebedrag ontvangt.
Hoofdgroepen	De 11 Culturele Doelgroepen vallen in drie hoofdgroepen: *Intensief*, *Medium* en *Licht*. De hoofdgroep waar de doelgroepen onder vallen is gebaseerd op het gebruik van kunst- & cultuuraanbod. Voor meer informatie over de Culturele Doelgroepen en onder welke hoofdgroepen deze vallen, zie bijlage of www.cultureledoelgroepenmodel.nl.
(Hoofd)groep bereikt zoals verwacht	Wanneer wordt aangegeven dat de (hoofd)groepen worden bereikt 'zoals verwacht bij de betreffende groep', wordt bedoeld dat Hoofdgroep *Intensief* is oververtegenwoordigd, Hoofdgroep *Medium* normaal vertegenwoordigd en Hoofdgroep *Licht* ondervertegenwoordigd.
Indeling organisaties	Er is een lijst opgenomen met de organisaties waarvan data zijn verwerkt in het onderzoek. Zie overzicht.
Indeling / toetreding organisaties in cultuurplan	**Nieuwkomers**: Organisaties die voor het eerst in het huidige cultuurplan zitten. In 2024 zijn dit organisaties die toetraden in 2021. In 2019 en 2020 zijn dit de organisaties die zijn toegetreden in 2017.
	Doorgroeiers: Organisaties die toetraden in de vorige cultuurplanperiode. In 2024 zijn dit organisaties die toetraden in 2017. In 2019 en 2020 zijn dit de organisaties die zijn toegetreden in 2013.
	CPI*: organisaties die al meer dan twee cultuurplanperiodes in het cultuurplan zitten. In 2024 zijn dit organisaties die voor 2017 toetraden. In 2019 en 2020 zijn dit organisaties die zijn toegetreden voor 2013.
	RCB: Rotterdamse Culturele Basis.
Indexcijfers	Met een indexcijfer 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 is afhankelijk van de grootte van de bereikte groep én de aanwezigheid in het gebied. Ook dit laatste kan veranderen in de loop der tijd.
Jaartallen	Wegens corona was 2020 geen representatief jaar. Daarom is 2020 aangegeven met een grijs blok. De nadruk ligt bij het beschrijven van de resultaten op de vergelijking tussen 2022 en 2024.
Type organisaties	Festivals, Galeries/Expositieruimtes, Gezelschappen, Musea, Podia, Zelf actief.
Vertegenwoordiging	Een index van rond de 100 (in zwart aangegeven) geeft aan dat een Culturele Doelgroep 'normaal vertegenwoordigd' is. Met andere woorden: het bereik van deze groep is (ongeveer) even groot als hun aandeel als je kijkt naar de aanwezigheid van deze groep in het vergeleken gebied.
	Een index boven de 119 (in paars aangegeven) geeft aan dat een Culturele Doelgroep 'oververtegenwoordigd' is. De groep komt dus meer / vaker voor in het publiek / deelnemers dan dat zij aanwezig zijn in het betreffende gebied.
	Een index onder de 80 (in blauw aangegeven) geeft aan dat een Culturele Doelgroep 'ondervertegenwoordigd' is. Dit betekent dat de betreffende groep minder aanwezig is onder het publiek / deelnemers dan dat zij aanwezig zijn in het betreffende gebied.
Zelf Actief	Culturele organisaties die activiteiten aanbiedt waar mensen zelf kunst en cultuur kunnen beoefenen zoals zingen, dansen, muziek maken, e.d.

Het rapport kan op verschillende manieren gelezen worden:

- Voor de snelle lezer zijn er de samenvatting & de aanbevelingen.
- Voor meer verdieping zijn de grafieken los te bekijken.

Rotterdam Festivals

Leeswijzer 2/2

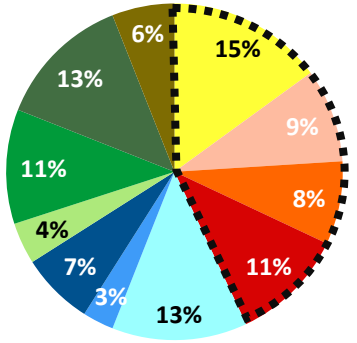
Grafieken en tabellen

Veelal worden naast procentuele verhoudingen ook indexcijfers weergegeven (op dezelfde sheet of een sheet erna).

PERCENTAGES
De cirkeldiagrammen met percentages laten zien hoe de Culturele Doelgroepen zich tot elkaar verhouden. Een zwarte stippellijn benadrukt soms specifieke onderdelen, zoals het bereik van de grootste groep of de grootste hoofdgroep.

INDEXCIJFERS
De indexcijfers laten zien hoe de Culturele Doelgroepen zijn vertegenwoordigd ten opzichte van hun aanwezigheid in het gebied. We onderscheiden een oververtegenwoordiging (>119), normale vertegenwoordiging (80–119) en een ondervertegenwoordiging (<80).
We bekijken onder meer of dit veranderd is en vergelijken de cijfers met de ‘verwachte verdeling’.
Wanneer wordt aangegeven dat doelgroepen worden bereikt ‘zoals verwacht’, betekent dit: Hoofdgroep *Intensief* oververtegenwoordigd, *Medium* normaal vertegenwoordigd en *Licht* ondervertegenwoordigd.
Afwijkingen t.o.v. de ‘te verwachte’ vertegenwoordiging worden gemarkeerd met een blauwe stippellijn.

Verschillen in 2024 ten opzichte van 2022 in bereik op indexniveau worden aangegeven als het verschil 5 of meer hoger (+) of lager (-) is.



Culturele Alleseters	171
Actieve Vermaakvangers	70
Lokale Vrijetijdsgenieters	37

	2022	2024	
Culturele Alleseters	160	171	+
Actieve Vermaakvangers	69	70	
Lokale Vrijetijdsgenieters	42	35	-

Rotterdam Festivals

Samenvatting

Samenvatting 1/2

In Rotterdam willen we als cultuursector gezamenlijk zoveel mogelijk Rotterdammers bereiken. Om deze ambitie te monitoren en om de sector diverse inzichten te verschaffen, brengt Rotterdam Festivals onder meer in kaart welke Culturele Doelgroepen er worden bereikt en welke (nog) niet. Om de zoveel jaar kijken we naar het overkoepelende beeld en delen we de belangrijkste bevindingen.

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* (15%) vormen de grootste Culturele Doelgroep en de *Actieve Vermaakvangers* en *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* met 4% 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* (index 204) en de sterkst ondervertegenwoordigde groep is de *Lokale Vrijetijdsgenieters* (index 50). 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 Toekomstgrijpers*; zij zijn bij alle drie de cultuuraanbieders ondervertegenwoordigd. Bij de cultuurplaninstellingen komt deze groep relatief het meest voor (index 77). Bij de lokale initiatieven vormen de *Lokale Vrijetijdsgenieters* 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 Rotterdam, Regio Rijnmond, Nederland
Als we kijken naar het bereik in de stad Rotterdam in vergelijking met de regio en heel Nederland vallen een aantal zaken op. In Rotterdam vormen de *Culturele Alleseters* de grootste groep (15%). Vanuit Regio Rijnmond komen veel *Proevende Buitenwijkers* (23%) en *Klassieke Cultuurliefhebbers* (20%). En deze laatstgenoemde groep is ook de grootste als we kijken naar heel Nederland (16%).

Bereik Rotterdam versus Den Haag en Utrecht
Als we de uitkomsten van de onderzoeken in Den Haag en Utrecht vergelijken met die van Rotterdam, zien we dat in alle drie de steden het bereik op Hoofdgroep *Intensief* het hoogst is in vergelijking met de andere hoofdgroepen. We zien echter wel verschil in de verdeling: procentueel gezien is het bereik op Hoofdgroep *Licht* in Rotterdam groter in vergelijking met Den Haag en Utrecht, waar het bereik op *Intensief* groter is.

Samenvatting 2/2

EEN VERDIEPING IN DE CULTUURPLANINSTELLINGEN

Bereik cultuurplaninstellingen in de loop der tijd
Wanneer we het bereik vanaf 2019 bekijken, zien we dat de doelgroepen in 2024 dichter bij elkaar liggen dan in 2019. De verschillen tussen de hoofdgroepen blijven zichtbaar, maar de afstand tussen de groep met de hoogste en de laagste index is sinds 2019 kleiner geworden. Dit komt vooral door een daling van de index bij de *Weelderige Cultuurminnaars*: van 267 in 2019 naar 211 in 2024. De *Lokale Vrijetijdsgenieters* laten al jaren de laagste index zien (46 in 2024), al is hun vertegenwoordiging in 2024 ten opzichte van 2022 licht toegenomen (in 2022 was dit 37). Wat verder opvalt, is dat de *Sociale Cultuurhoppers* van een normale vertegenwoordiging in 2022 (84) zijn gegaan naar een ondervertegenwoordiging in 2024 (71). Kijkend naar hoofdgroepniveau daalt Hoofdgroep *Intensief* met 1%, stijgt Hoofdgroep *Medium* met 1% en blijft Hoofdgroep *Licht* gelijk.

Cultuurplaninstellingen - Type instellingen
Wanneer we naar het bereik van de cultuurplaninstellingen per type kijken (Musea, Podia, Festivals, ed), dan zien we een aantal overeenkomsten maar ook verschillen. Zo is bijvoorbeeld bij vier van de zes type organisaties de *Culturele Alleseters* de grootste Culturele Doelgroep. Bij ‘Galeries/Expositieruimtes’ zien we een andere Culturele Doelgroep als grootste groep, te weten de *Startende Cultuurspeurders*. En bij de ‘Gezelschappen’ is dit de *Klassieke Cultuurliefhebbers*.

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 dáárvoor (2017-2020). Nieuwkomers in het cultuurplan van 2017–2020 laten een relatief hoog bereik binnen de Hoofdgroep *Licht* zien. Zeker ook kijkend naar het totale bereik van de sector. De keuze voor organisaties in het cultuurplan beïnvloedt 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.

Aanbevelingen

Een aantal aanbevelingen voor culturele organisaties 1/2

1. Gebruik je eigen data én vergelijk met het stedelijk totaalbeeld
Maak actief gebruik van de individuele analyses die je ontvangt en leg deze naast het overkoepelende beeld van de sector. Dit kan je helpen om gerichter strategieën te ontwikkelen en kansen te signaleren. Stel daarbij vragen zoals:

- Hoe verhoudt mijn publieksbereik zich tot dat van de sector als geheel?
- Welke doelgroepen bereik ik nog nauwelijks en waar liggen kansen?
- Welke doelgroepen zijn sterk vertegenwoordigd in mijn verzorgingsgebied en benut ik dat volledig?
- Wie bevindt zich in de wijk waar je gevestigd bent? En in welke wijken bevinden 'jouw' doelgroepen zich veel? Onderzoek of wijkgericht of buiten-de-deur-programmering (satellietprogrammering, pop-ups, community partnerships) kansen biedt.
- Hoe doe ik het ten opzichte van vergelijkbare instellingen ('concullega's')?
- Zijn er verschillen in publieksbereik tussen verschillende gebieden (Rotterdam, Regio Rijnmond, Nederland)?
- Welke trends en ontwikkelingen in het stedelijk totaalbeeld zijn relevant voor mijn eigen strategie?

Nog geen analyse? Neem contact op met Rotterdam Festivals om er een te laten maken.

2. Zet gericht in op doelgroepen waar bij jou én in de stad kansen liggen

- *Lokale Vrijetijdsgenieters* blijven de sterkst ondervertegenwoordigde doelgroep. Bekijk of en hoe hun behoeften passen bij jouw missie. Lage reisbereidheid betekent: buurtgericht aanbod werkt. De dashboards laten bovendien zien in welke wijken ze wonen.
- *Culturele Alleseters* en *Startende Cultuurspeurders*: bereik je deze groepen in Rotterdam al goed? Overweeg uitbreiding in Regio Rijnmond. Op overkoepelend niveau zien we een hoger bereik onder de bezoekers uit Rotterdam dan uit de regio. Dit kan potentie aangeven.
- Jonge doelgroep de *Startende Cultuurspeurders*: de 'Galeries/Expositieruimtes' weten deze groep veel te bereiken. Samenwerking kan helpen deze groep te bereiken.
- Jonge gezinnen zoals de *Kindrijke Cultuurvreters* en de *Actieve Vermaakvanger*: Bereik je de ene groep goed, onderzoek dan of jouw aanbod ook aansluit bij andere groepen (bijvoorbeeld in dezelfde levensfase).
- *Actieve Vermaakvangers* en de *Weelderige Cultuurminnaars:* Tijdens de coronaperiode bleek cultuurbezoek voor hen een aantrekkelijk alternatief, doordat veel andere activiteiten gesloten waren. Dit wijst op blijvende potentie om deze groepen te bereiken, zeker via specifieke vormen van aanbod.
- *Lokale Vrijetijdsgenieters*: Deze groep is in de stad veel aanwezig, maar wordt door de cultuurplaninstellingen nog niet optimaal bereikt. Is dit een groep die je graag meer wilt verwelkomen? Bekijk hoe lokale culturele initiatieven deze groep bereiken en wat je hiervan kunt leren of toepassen in jouw eigen aanbod.
- Culturele Doelgroepen uit Hoofdgroep *Licht*: de nieuwkomers in het cultuurplan 2017-2020 laten een hoog bereik binnen Hoofdgroep *Licht* zien. Kennisdelen of samenwerken met deze organisaties kan helpen om deze Culturele Doelgroepen te bereiken.

Rotterdam Festivals

Een aantal aanbevelingen voor culturele organisaties 2/2

3. Maak scherpe keuzes in doelgroepen en creëer intern draagvlak

- Kies bewust welke doelgroepen je wilt bedienen en investeer daar langdurig en consistent in, zodat publieksopbouw structureel kan groeien.
- Focus in de eerste instantie op één specifieke Culturele Doelgroep bij het uitbreiden naar nieuwe publieksgroepen.
- Verdiep je in de Culturele Doelgroepen: onderzoek hun gedrag en behoeften en bepaal in hoeverre dit aansluit bij jouw aanbod, missie en visie. Denk aan alle stappen in de klantreis en houd rekening met toegankelijk en laagdrempelig aanbod.
- Het effectief bereiken van nieuwe publieksgroepen vraagt organisatie brede aanpassingen in marketing, communicatie, hospitality, programmering en partnerships. Alle aspecten moeten aansluiten bij de behoeften van de doelgroep. Creëer intern draagvlak en zorg dat de hele organisatie begrijpt *waarom* en *voor wie* er keuzes worden gemaakt.
- Monitor en evalueer regelmatig of de gekozen focusgroepen effectief worden bereikt en stuur bij waar nodig. Gebruik hierbij concrete data en feedback van bezoekers om zowel interne afstemming als publieksbereik duurzaam te verbeteren.

4. Werk data-geïnformeerd en investeer in continu leren

- Verzamel structureel data over je publiek en specifiek de Culturele Doelgroep: wie bezoekt je, wanneer kopen ze tickets, etc.
- Combineer je eigen data met stedelijke inzichten en sectorbrede benchmarks om een volledig beeld te krijgen van publieksbereik en kansen.
- Koppel eventueel publieksdata aan CRM- of ticketingsystemen voor diepere analyses.
- Indien je experimenteert met specifieke programma's voor (voor jou) nieuwe Culturele Doelgroepen, onderzoek dan wat de resultaten zijn per programma.
- Investeer in het continu leren van je team: deel kennis, organiseer trainingen en workshops, en stimuleer data-geïnformeerde besluitvorming op alle niveaus. Zo groeit de organisatie in capaciteit én effectiviteit om nieuwe en bestaande doelgroepen te bereiken.

5. Zoek samenwerking en leer van anderen

- Gebruik Bijlage 1 om te zien per Culture Doelgroep welke festivals & cultuurplaninstellingen deze groep veel bezoekt. Zoek contact met organisaties die een Culturele Doelgroep al veel weten te bereiken en die jij ook wilt aantrekken.
- Werk samen met instellingen die dezelfde doelgroepen aantrekken of willen aantrekken. Sectoroverstijgende samenwerking kan bijzonder effectief zijn, bijvoorbeeld een combinatie van museumbezoek en theateravond.

Handvatten en inspiratie

Kijk op www.cultureledoelgroepenmodel.nl voor praktische handvatten of neem contact op met Rotterdam Festivals; wij denken graag mee over publieksstrategie en impact.

Rotterdam Festivals

Een aantal aanbevelingen voor het overkoepelende bereik 1/2

1. Faciliteer groei in Hoofdgroep *Licht*

Wanneer wordt gestreefd naar een publieksbereik dat beter aansluit bij de verdeling van inwoners, valt met name binnen Hoofdgroep *Licht* nog terrein te winnen. Publieksopbouw in deze groepen vraagt tijd, continuïteit en passende randvoorwaarden. Beleidsmakers kunnen dit stimuleren door:

- Publieksbereik expliciet mee te wegen in subsidie- en cultuurplankeuzes, waarbij zowel huidig als potentieel bereik wordt meegenomen;
- Nieuwkomers en kleinere organisaties die relatief veel publiek uit Hoofdgroep *Licht* bereiken, ruimte, middelen en meerjarige ondersteuning te bieden zodat zij duurzaam kunnen doorgroeien;
- Cultuurplaninstellingen de ruimte te geven om, passend bij hun missie en visie, gericht te investeren in (nieuwe) doelgroepen zonder dat dit ten koste gaat van hun basispubliek.
- Lokale culturele initiatieven structureel te ondersteunen, vooral gericht op de *Lokale Vrijetijdsgenieters*. Zij laten een relatief hoog bereik zien op deze doelgroep uit Hoofdgroep *Licht;*
- In kaart te brengen in welke wijken Hoofdgroep *Licht* sterk aanwezig is, maar laag participeert. Onderzoek per wijk de behoeften en sluit daar in beleid en aanbod op aan. Houd hierbij rekening met de reisbereidheid: is deze laag? Stimuleer dan lokaal aanbod zodat drempels tot deelname minimaal blijven.

2. Stimuleer aanbodontwikkeling voor *Lokale Vrijetijdsgenieters*

Deze doelgroep is zowel structureel ondervertegenwoordigd als sterk aanwezig in de stad.

- Ondersteun instellingen bij het ontwikkelen van relevant, laagdrempelig aanbod voor deze doelgroep.

3. Investeer tijd in het bereiken van nieuwe publieksgroepen

- Publiek dat weinig cultuurervaring heeft, vraagt om extra inspanning.
- Het effect van nieuwkomers op het totale publieksbereik is niet altijd direct zichtbaar. Vaak gaat het om kleinere organisaties die aanvankelijk minder bezoekers trekken. Hun aandeel is veelal relatief klein, zowel qua aantal nieuwkomers als qua bezoekers in vergelijking met bestaande organisaties in het cultuurplan. Daardoor duurt het langer voordat hun bijdrage zichtbaar wordt in de overkoepelende cijfers.
- Verandering vereist structurele aanpassingen in de sector én binnen de organisaties zelf (directie, teams, bedrijfsvoering). Dit omvat het aanpassen van zowel mentaliteit als randvoorwaarden om nieuw publiek effectief te bereiken, en dit kost tijd.

4. Bewaak een evenwichtig stedelijk publieksbereik

- Hoofdgroepen *Intensief* en *Medium* vormen een trouwe basis van het culturele publiek; te veel focus op Hoofdgroep *Licht* kan leiden tot verschraling van aanbod voor deze groepen.
- Langjarige datamonitoring is noodzakelijk om verschuivingen tijdig te signaleren.

5. Stimuleer en ondersteun data-geïnformeerd werken

- Blijf instellingen faciliteren in het verzamelen en interpreteren van publieksdata.
- Houd datalevering een structureel onderdeel van het cultuurbeleid.
- Zorg voor blijvende ondersteuning van tools zoals het Culturele Doelgroepenmodel en het Publiek & Impact Dashboard.

Rotterdam Festivals

Een aantal aanbevelingen voor het overkoepelende bereik 2/2

6. Zorg voor blijvende stedelijke inzichten en kennisdeling
- Voorzie instellingen van actuele inzichten in publiek, trends en behoeften.
- Faciliteer structureel onderzoek zodat het totaalbeeld scherp blijft.
- Creëer ruimte voor sectorbrede kennisdeling, leerprogramma's en samenwerkingen.

7. Blijf sectorbrede samenwerking, onderzoek en professionalisering stimuleren
- Continue samenwerking tussen instellingen, disciplines en wijken versterkt het totale publieksbereik.
- Stimuleer interdisciplinaire en wijkgerichte coalities die nieuwe publieksgroepen aantrekken.
- Faciliteer programma's die kennisdeling, onderzoek en gezamenlijke initiatieven mogelijk maken.

8. Stimuleer cultuurparticipatie in de wijken waar deze nog laag is
- Investeer in wijkgerichte cultuurinitiatieven en partnerschappen, zodat ook in ondervertegenwoordigde gebieden publieksgroepen bereikt worden en cultuurparticipatie duurzaam groeit.
- Richt speciale aandacht op wijken in de Gemeente Rotterdam waar ondervertegenwoordiging het grootst is; Prins Alexander, IJsselmonde Charlois, Hoogvliet, Rozenburg, Hoek van Holland en Pernis-Waalhaven.
- Breng per wijk de behoeften in kaart en stem beleid en aanbod hierop af.
- Creëer randvoorwaarden voor toegankelijk en laagdrempelig aanbod, bijvoorbeeld via betaalbaarheid, nabijheid, samenwerking met lokale partners en communicatie op maat.

Rotterdam Festivals

Totaalbereik 2024

Grafieken

Totaalbereik 2024

Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam (bezoekers) door cultuurplaninstellingen, instellingen buiten het cultuurplan en lokale culturele initiatieven

Wat is het bereik van de kunst- en cultuursector, en in hoeverre sluit dit aan bij de aanwezigheid van de Culturele Doelgroepen in de stad?

De sector als geheel bereikt alle Culturele Doelgroepen, waarbij de *Culturele Alleseters* de grootste groep is die wordt bereikt en de *Actieve Vermaakvangers* en *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* de kleinste.

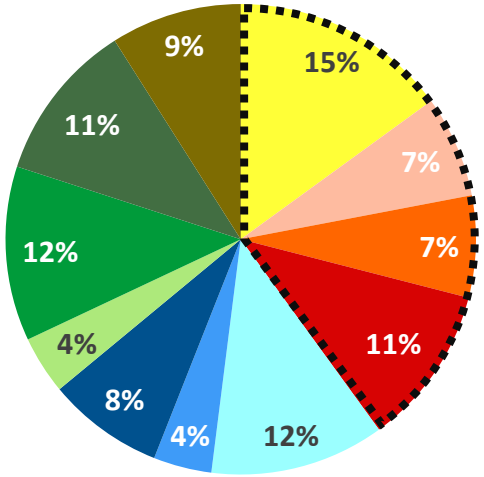
Hoofdgroep *Intensief* zien we het vaakst terug onder de bezoekers (40%), hierna volgt Hoofdgroep *Licht* (36%) en tot slot Hoofdgroep *Medium* (24%).

Vergeleken met de aanwezigheid in Rotterdam is het publieksbereik ‘zoals verwacht’, met als uitzondering 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* (index 204) en de sterkst ondervertegenwoordigde groep is de *Lokale Vrijetijdsgenieters* (index 50). Wanneer we streven naar een bereik dat overeenkomt met de verdeling van inwoners, is er met name bij Hoofdgroep *Licht* nog iets te overbruggen.

Cultuurpubliek in Rotterdam: %

Als sector worden alle Culturele Doelgroepen bereikt. Als je kijkt naar de verhouding tussen de groepen dan is de *Culturele Alleseters* (15%) de grootste groep die we als cultuursector in Rotterdam bereiken en zijn de *Actieve Vermaakvangers* en de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* de kleinste groepen (beide 4%). Kijkend naar de hoofdgroepen zien we dat *Intensief* het meest vertegenwoordigd is bij de bezoekers (40%), gevolgd door *Licht* (36%) en ten slotte *Medium* (24%).

Verdeling bezoekers 2024



n= 347

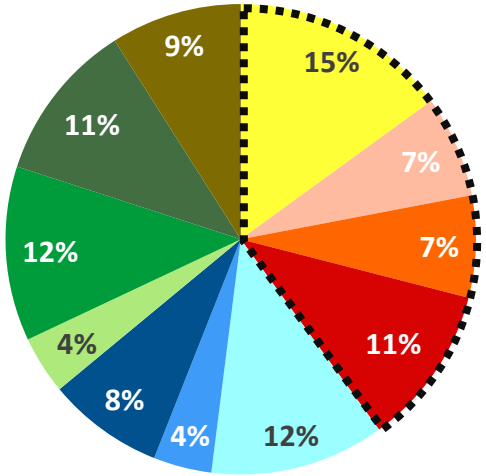
Verdeling 2024 / van groot naar klein:

15%	Culturele Alleseters
12%	Startende Cultuurspeurders Flanerende Plezierzoekers
11%	Klassieke Cultuurliefhebbers Sociale Cultuurhoppers
9%	Lokale Vrijetijdsgenieters
8%	Proevende Buitenwijkers
7%	Kindrijke Cultuurvreters Weelderige Cultuurminnaars
4%	Actieve Vermaakvangers Nieuwsgierige Toekomstgrijpers

Cultuurpubliek vergeleken met de inwoners van Rotterdam: %

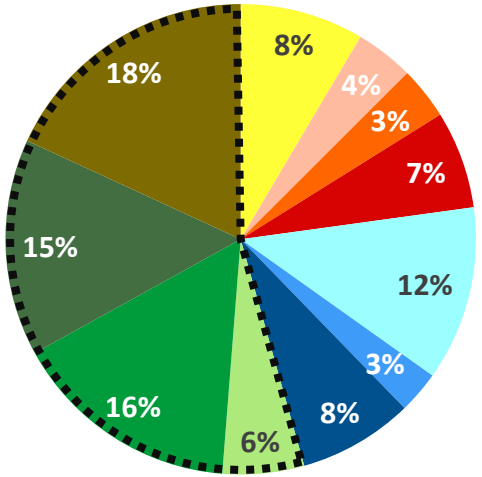
Als je de procentuele verdeling van de bezoekers vergelijkt met de procentuele verdeling van de aanwezigheid in de stad is het verschil bij Hoofdgroep *Intensief* +18%, bij Hoofdgroep *Medium* is +1% en Hoofdgroep *Licht* -19%. De grootste verschillen zien we bij de Culturele Doelgroepen *Culturele Alleseters* (+7%) en *Lokale Vrijetijdsgenieters* (-9%).

Verdeling bezoekers 2024



n= 347

Verdeling inwoners Rotterdam 2024



Verschil verdeling bezoekers t.o.v. aanwezigheid in Rotterdam:

+7%	Culturele Alleseters
+4%	Weelderige Cultuurminnaars Klassieke Cultuurliefhebbers
+3%	Kindrijke Cultuurvreters
+1%	Actieve Vermaakvangers
-2%	Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
-4%	Flanerende Plezierzoekers Sociale Cultuurhoppers
-9%	Lokale Vrijetijdsgenieters

Rotterdam Festivals

Cultuurpubliek vergeleken met de inwoners van Rotterdam: index

De Culturele Doelgroepen worden in basis bereikt 'zoals verwacht' kijkend naar de hoofdgroepen waar ze zich in bevinden. Uitzondering hierop zijn de *Actieve Vermaakvangers*, die een oververtegenwoordiging (index 120) laten zien terwijl zij in Hoofdgroep *Medium* zitten. In Hoofdgroep *Licht* is bij de *Lokale Vrijetijdsgenieters* de index het laagst.

Bezoekers 2024

	Index
Culturele Alleseters	175
Kindrijke Cultuurvreters	174
Weelderige Cultuurminnaars	204
Klassieke Cultuurliefhebbers	165
Startende Cultuurspeurders	103
Actieve Vermaakvangers	120
Proevende Buitenwijkers	102
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	73
Flanerende Plezierzoekers	73
Sociale Cultuurhoppers	76
Lokale Vrijetijdsgenieters	50
	n=347

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Totaalbereik 2024 versus 2022

Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam (bezoekers)

Is het bereik van de kunst- en cultuursector in 2024 veranderd ten opzichte van 2022? En hoe verhoudt dit bereik zich tot de aanwezigheid van de Culturele Doelgroepen in de stad Rotterdam?

Zowel in 2024 als in 2022 is de *Culturele Alleseters* de grootste Culturele Doelgroep die wordt bereikt. Als je de procentuele verdeling van de bezoekers in 2024 vergelijkt met 2022 zien we een aantal kleine verschuivingen: de Hoofdgroep *Intensief* blijft gelijk, de Hoofdgroep *Medium* is 1% hoger en de Hoofdgroep *Licht* is 1% lager dan in 2022.

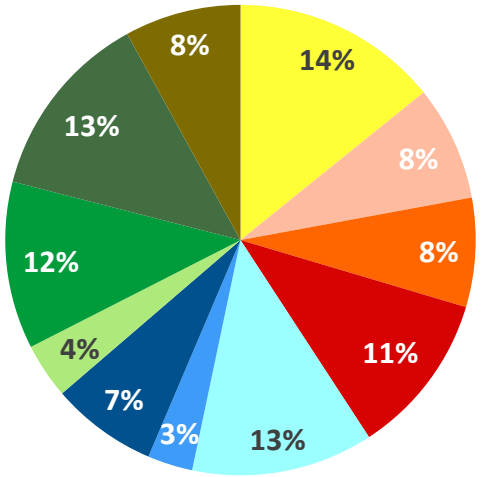
Bij vergelijking van het publieksbereik met de aanwezigheid in Rotterdam zien we in 2024 ten opzichte van 2022 een hogere index bij de *Culturele Alleseters, Kindrijke Cultuurvreters, Klassieke Cultuurliefhebbers* en *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*, en een lagere index bij de *Sociale Cultuurhoppers*.

** Vanwege afrondingsverschillen tellen de percentages in 2022 bij elkaar op tot 101%, waardoor de verschillen in 2024 niet optellen tot 100%.*

Cultuurpubliek Rotterdam 2024 versus 2022: %

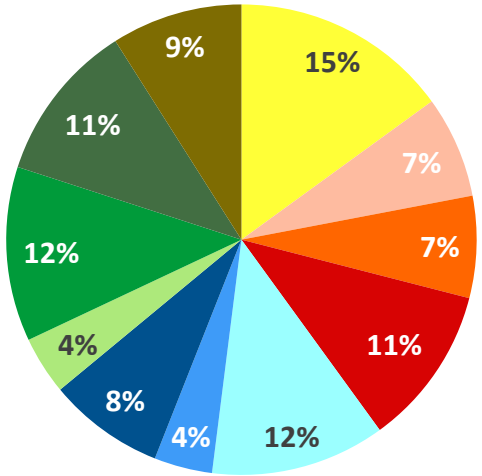
Als je de procentuele verdeling van de bezoekers in 2024 vergelijkt met 2022* zien we een aantal kleine verschuivingen: de Hoofdgroep *Intensief* blijft gelijk, de Hoofdgroep *Medium* is 1% hoger en de Hoofdgroep *Licht* is 1% lager dan in 2022. Het grootste verschil zien we bij de *Sociale Cultuurhoppers* uit Hoofdgroep *Licht*; deze groep is in 2024 2% lager dan in 2022.**

Verdeling bezoekers 2022*



n= 322

Verdeling bezoekers 2024



n= 347

Veranderingen 2024 t.o.v. 2022:**

+1%	Culturele Alleseters
-1%	Kindrijke Cultuurvreters
-	Weelderige Cultuurminnaars
-	Klassieke Cultuurliefhebbers
-	Startende Cultuurspeurders
-	Actieve Vermaakvangers
+1%	Proevende Buitenwijkers
-	Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
-	Flanerende Plezierzoekers
-2%	Sociale Cultuurhoppers
+1%	Lokale Vrijetijdsgenieters

** Vanwege afrondingsverschillen tellen de percentages in 2022 bij elkaar op tot 101%.*
*** 'Veranderingen 2024 t.o.v. 2022' zijn berekend op basis van de niet-afgeronde percentages*

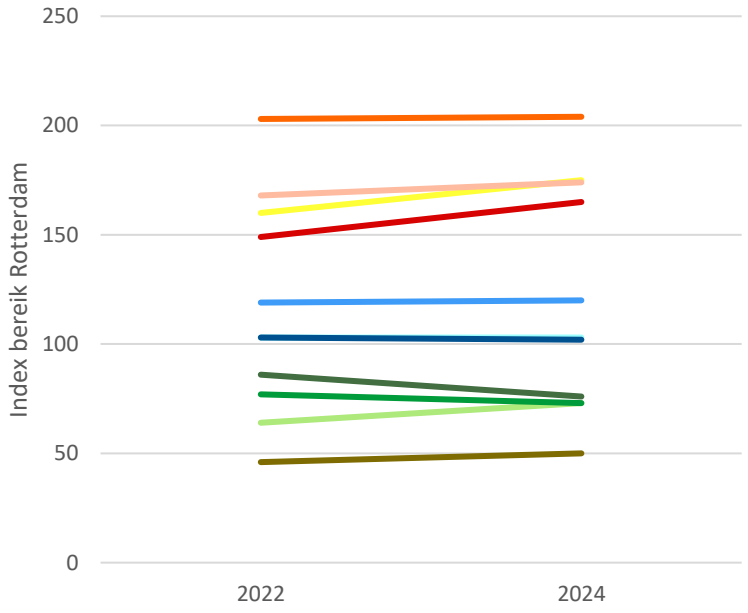
Rotterdam Festivals

Cultuurpubliek Rotterdam 2024 versus 2022: index

Bij het vergelijken van het publieksbereik met de aanwezigheid in de stad zien we in 2024 enkele kleine verschillen ten opzichte van 2022. De *Culturele Alleseters, Kindrijke Cultuurvreters, Klassieke Cultuurliefhebbers* en de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* hebben een hogere index, wat aangeeft dat deze groepen in 2024 relatief meer bereikt zijn dan in 2022. De *Sociale Cultuurhoppers* worden daarentegen minder bereikt dan in 2022 (in vergelijking hun aanwezigheid in de stad).

Bezoekers 2024 ten opzichte van 2022

	2022	2024	
Culturele Alleseters	160	175	+
Kindrijke Cultuurvreters	168	174	+
Weelderige Cultuurminnaars	203	204	
Klassieke Cultuurliefhebbers	149	165	+
Startende Cultuurspeurders	103	103	
Actieve Vermaakvangers	119	120	
Proevende Buitenwijkers	103	102	
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	64	73	+
Flanerende Plezierzoekers	77	73	
Sociale Cultuurhoppers	86	76	-
Lokale Vrijetijdsgenieters	46	50	
	n=322	n=347	



Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Totaalbereik 2024

Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam, Regio Rijnmond & Nederland

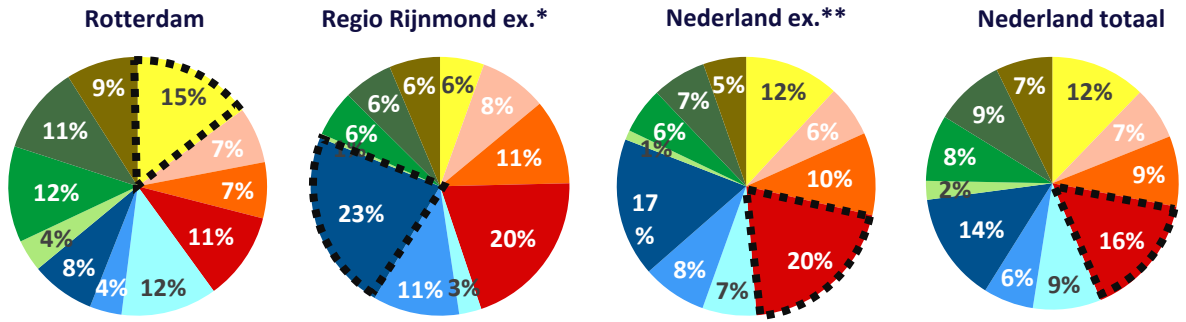
Wat is het publieksbereik in de verschillende gebieden (Rotterdam, Regio Rijnmond en in Nederland), en welke opvallende verschillen zijn er zichtbaar?

In Rotterdam is de grootste Culturele Doelgroep die wordt bereikt de *Culturele Alleseters*. In de Regio Rijnmond gaat het om de *Proevende Buitenwijkers.* Zowel in de 'rest van Nederland' als in geheel Nederland vormen de *Klassieke Cultuurliefhebbers* de grootste groep.

Het verschil in bereik per gebied kan interessante inzichten geven. Zo is bij de *Culturele Alleseters* (de grootste groep die bereikt is in Rotterdam) de index het laagst in Regio Rijnmond exclusief Rotterdam, wat erop kan wijzen dat er in deze regio potentie is om deze groep meer te bereiken. Een vergelijkbaar beeld zien we bij de *Startende Cultuurspeurders;* de index in Regio Rijnmond ex. Rotterdam is aanzienlijk lager dan in de andere gebieden. Daarentegen is de index voor de *Actieve Vermaakvangers* juist hoog in Regio Rijnmond exclusief Rotterdam, terwijl deze in de andere gebieden aanzienlijk lager ligt.

Cultuurpubliek Rotterdam / Regio Rijnmond ex. / Nederland

In Rotterdam vormen de *Culturele Alleseters* de grootste groep (15%). Vanuit Regio Rijnmond ex. Rotterdam komen veel *Proevende Buitenwijkers* (23%) en *Klassieke Cultuurliefhebbers* (20%) naar het culturele aanbod in Rotterdam. Deze laatstgenoemde groep is ook de grootste als je kijkt naar het bereik in heel Nederland (16%).



	Index	Index	Index	Index
Culturele Alleseters	175	120	177	182
Kindrijke Cultuurvreters	174	180	165	169
Weelderige Cultuurminnaars	204	190	164	148
Klassieke Cultuurliefhebbers	165	122	120	96
Startende Cultuurspeurders	103	73	119	148
Actieve Vermaakvangers	120	132	95	77
Proevende Buitenwijkers	102	118	88	73
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	73	48	109	185***
Flanerende Plezierzoekers	73	60	64	91
Sociale Cultuurhoppers	76	65	74	95
Lokale Vrijetijdsgenieters	50	38	42	55

*Regio Rijnmond exclusief Rotterdam
**Nederland exclusief Regio Rijnmond en Rotterdam
***In vergelijking met Rotterdam is de groep Nieuwsgierige Toekomstgrijpers in Nederland relatief van beperkte omvang. Dit heeft tot gevolg dat de index van de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers in de bovenstaande tabel een vertekend beeld kan geven.

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Vanuit de verschillende gebieden is er een onderscheid in aantrekkingskracht:
De *Actieve Vermaakvangers* en de *Proevende Buitenwijkers* komen, in vergelijking met hun aanwezigheid in het betreffende gebied, relatief vaak uit Regio Rijnmond ex., terwijl de *Startende Cultuurspeurders* relatief minder vaak uit Regio Rijnmond ex. komen.

Binnen Nederland ex. Regio Rijnmond zien we de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* relatief vaak.

Wanneer we naar heel Nederland kijken, zien we in vergelijking met het 'te verwachte bereik' onder meer binnen Hoofdgroep *Medium* een oververtegenwoordiging bij de *Startende Cultuurspeurders*. En in Hoofdgroep *Licht* zijn de *Sociale Cultuurhoppers* en *Flanerende Plezierzoekers* normaal vertegenwoordigd. Ook is bij de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* een oververtegenwoordiging te zien, echter dit beeld is enigszins vertekend omdat het bereik binnen Rotterdam hierin is meegenomen.

→ naar inhoudsopgave

Totaalbereik 2024

Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam in vergelijking met Den Haag en Utrecht

Totaalbereik 2024 vergelijking met andere steden - samenvattend

Ook in Den Haag en Utrecht wordt een overkoepelend beeld geschetst van het bereik in de betreffende stad met de Culturele Doelgroepen. Wat zijn de overeenkomsten en verschillen als je de onderzoeksresultaten uit de verschillende steden bekijkt?

Bij zowel Utrecht, Rotterdam als Den Haag zien we dat procentueel gezien het bereik op Hoofdgroep *Intensief* het hoogst is in vergelijking met de andere hoofdgroepen.

Je ziet wel verschil in de verdeling: procentueel gezien is het bereik op Hoofdgroep *Licht* in Rotterdam groter dan in Den Haag en Utrecht, waar het bereik op *Intensief* groter is. Ook zijn de indexen binnen de Hoofdgroep *Licht* het hoogst in Rotterdam.

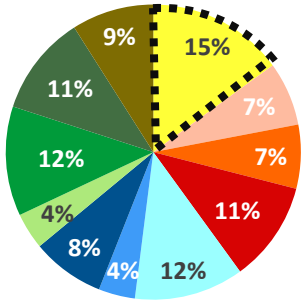
Voor Rotterdam en Utrecht maken de *Culturele Alleseters* de grootste groep uit onder bezoekers, in Den Haag zijn dit de *Klassiek Cultuurliefhebbers*.

Bij alle drie de steden is de index van de *Weelderige Cultuurminnaars* het hoogst. Binnen Utrecht zien we de sterkste ondervertegenwoordiging op de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* en binnen Den Haag en Rotterdam is de sterkste ondervertegenwoordiging te zien op de *Lokale Vrijetijdsgenieters.*

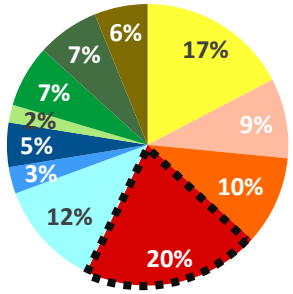
Cultuurpubliek Rotterdam, Den Haag en Utrecht *

In Rotterdam (15%) en Utrecht (27%) zijn de *Culturele Alleseters* de grootse groep onder het publiek. In Den Haag zijn dit de *Klassieke Cultuurliefhebbers* (20%). Rotterdam laat met 36% meer bereik op Hoofdgroep *Licht* zien dan Utrecht (15%) en Den Haag (22%).

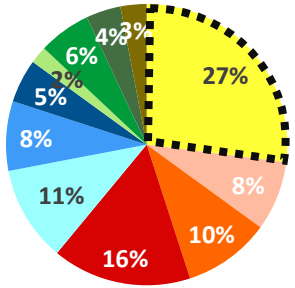
Rotterdam



Den Haag



Utrecht



	Index	Index	Index
Culturele Alleseters	175	159	139
Kindrijke Cultuurvreters	174	137	138
Weelderige Cultuurminnaars	204	199	168
Klassieke Cultuurliefhebbers	165	157	140
Startende Cultuurspeurders	103	94	74
Actieve Vermaakvangers	120	124	114
Proevende Buitenwijkers	102	109	105
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	73	50	41
Flanerende Plezierzoekers	73	51	53
Sociale Cultuurhoppers	76	66	52
Lokale Vrijetijdsgenieters	50	40	44
	n=347	n=60	n=104

INDEXEN:
We zien in Rotterdam en Den Haag een oververtegenwoordiging op de *Actieve Vermaakvangers* uit Hoofdgroep *Medium*. En Utrecht heeft anders dan de andere steden een ondervertegenwoordiging op de *Startende Cultuurspeurders*.

Alle steden laten de sterkste oververtegenwoordiging op de *Weelderige Cultuurliefhebbers* zien.

De laagste ondervertegenwoordiging is voor Rotterdam en Den Haag op de *Lokale Vrijetijdsgenieters*. In Utrecht zijn dit de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*.

* Een vergelijking tussen uitkomsten uit onderzoeken naar het bereik binnen de eigen stad. Utrecht en Rotterdam onderzochten het kalenderjaar 2024. Den Haag heeft een andere periode qua dataverzameling nl: Q4 2023 t/m Q3 2024

Totaalbereik 2024

Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam (bezoekers) gesplitst naar cultuurplaninstellingen, instellingen buiten het cultuurplan & lokale culturele initiatieven

In hoeverre verschilt het bereik tussen lokale culturele initiatieven, cultuurplaninstellingen en organisaties buiten het cultuurplan, ook in relatie tot de aanwezigheid van de doelgroepen in Rotterdam?

De lokale culturele initiatieven, de cultuurplaninstellingen en de culturele organisaties buiten het cultuurplan 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 Toekomstgrijpers*; deze groep is bij alle drie de cultuuraanbieders ondervertegenwoordigd. Bij de cultuurplaninstellingen komt deze groep relatief het meest voor (index 77).

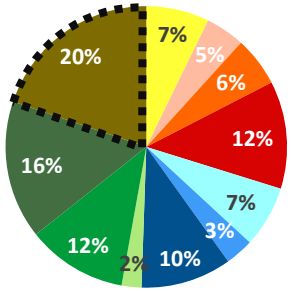
Bij de lokale initiatieven vormen de *Lokale Vrijetijdsgenieters* de grootste groep. De *Flanerende Plezierzoekers* zien we het vaakst bij organisaties buiten het cultuurplan, en bij de cultuurplaninstellingen zijn de *Culturele Alleseters* de grootste groep.

Wanneer we naar de Hoofdgroep *Licht* kijken, zien we bij zowel de lokale initiatieven als de culturele organisaties buiten het cultuurplan een normale vertegenwoordiging op de *Sociale Cultuurhoppers*. Verder laten de culturele organisaties buiten het cultuurplan een normale vertegenwoordiging zien bij de *Flanerende Plezierzoekers*. En bij de lokale initiatieven zien we een normale vertegenwoordiging bij de *Lokale Vrijetijdsgenieters*.

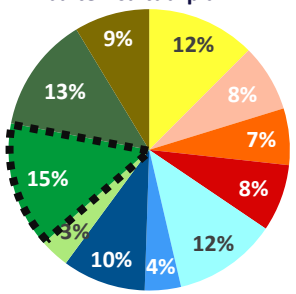
Cultuurpubliek verschillende cultuuraanbieders in Rotterdam

Als je kijkt naar het bereik van de cultuurplaninstellingen, de culturele organisaties buiten het cultuurplan en de lokale initiatieven samen, zijn alle groepen bij ten minste één van deze organisaties normaal of oververtegenwoordigd. Uitzondering hierop zijn de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*; deze groep laat bij alle drie de type organisaties een ondervertegenwoordiging zien. Bij de cultuurplaninstellingen zien we bij deze groep de hoogste index (77).

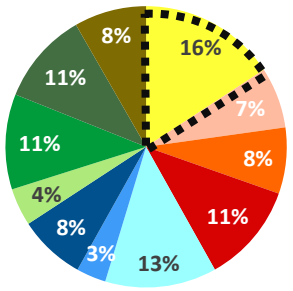
Lokale initiatieven



Culturele organisaties buiten cultuurplan



Cultuurplaninstellingen



	Index	Index	Index
Culturele Alleseters	85	147	186
Kindrijke Cultuurvreters	113	194	175
Weelderige Cultuurminnaars	158	181	211
Klassieke Cultuurliefhebbers	185	115	171
Startende Cultuurspeurders	59	99	107
Actieve Vermaakvangers	112	143	118
Proevende Buitenwijkers	132	121	97
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	41	60	77
Flanerende Plezierzoekers	73	93	70
Sociale Cultuurhoppers	107	89	71
Lokale Vrijetijdsgenieters	109	48	46
	n= 244	n= 24	n= 79

PERCENTAGES:
Bij de lokale initiatieven is de *Lokale Vrijetijdsgenieters* de grootste groep. De *Flanerende Plezierzoekers* zien we bij de culturele organisaties buiten het cultuurplan het meeste terug. De *Culturele Alleseters* is de grootste groep kijkend naar het bereik van de cultuurplaninstellingen.

INDEXEN:
Wanneer we kijken naar het bereik binnen Hoofdgroep *Licht*, zien we bij zowel de lokale initiatieven als de culturele organisaties buiten het cultuurplan een normale vertegenwoordiging onder de *Sociale Cultuurhoppers*. Daarnaast is er bij de lokale initiatieven ook sprake van een normale vertegenwoordiging onder de *Lokale Vrijetijdsgenieters.* Bij de organisaties buiten het cultuurplan zien we een normale vertegenwoordiging onder de *Flanerende Plezierzoekers*.

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Rotterdam Festivals

Cultuurplaninstellingen

Grafieken

Cultuurplaninstellingen 2024

Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam (bezoekers)

Welke Culturele Doelgroepen worden er bereikt en welke worden er minder bereikt door de cultuurplaninstellingen? Ook in verhouding met de aanwezigheid van de doelgroepen in de stad Rotterdam.

De cultuurplaninstellingen bereiken alle Culturele Doelgroepen waarbij de *Culturele Alleseters* de grootste groep is die bereikt wordt en de *Actieve Vermaakvangers* de kleinste groep. Hoofdgroep *Intensief* is kijkend naar het bereik bij elkaar 42%, Hoofdgroep *Medium* 24% en Hoofdgroep *Licht* 34%.

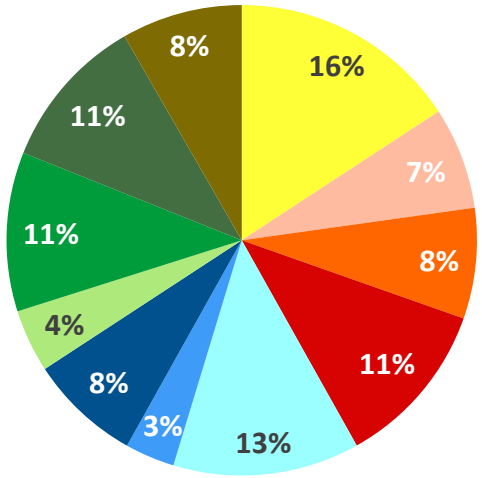
In vergelijking met de aanwezigheid in Rotterdam komen er meer bezoekers uit Hoofdgroep *Intensief* (+18%) en *Medium* (+1%) *en* minder uit Hoofdgroep *Licht (-21%)*.

De sterkst oververtegenwoordigde groep is de *Weelderige Cultuurminnaars* en de sterkst ondervertegenwoordigde groep is de *Lokale Vrijetijdsgenieters*.

Cultuurpubliek in Rotterdam: %

Alle Culturele Doelgroepen worden bereikt door de cultuurplaninstellingen. Hoofdgroep *Intensief* is bij elkaar 42%, Hoofdgroep *Medium* 24% en Hoofdgroep *Licht* 34%. Als je kijkt naar de verhouding tussen de groepen dan is de *Culturele Alleseters* de grootste groep die de cultuurplaninstellingen in Rotterdam met elkaar bereiken en de *Actieve Vermaakvangers* de kleinste groep.

Verdeling bezoekers 2024



n= 79

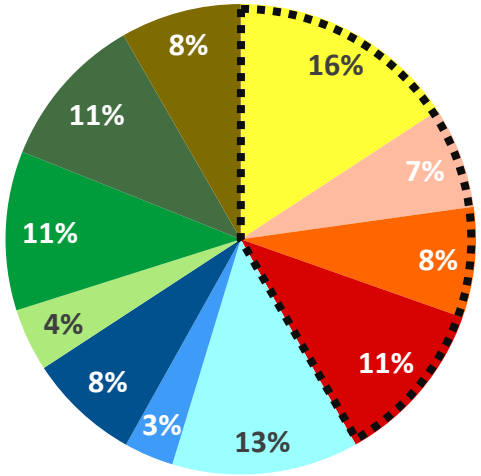
Bezoekers 2024 / van groot naar klein:

16%	Culturele Alleseters
13%	Startende Cultuurspeurders
11%	Klassieke Cultuurliefhebbers Sociale Cultuurhoppers Flanerende Plezierzoekers
8%	Lokale Vrijetijdsgenieters Proevende Buitenwijkers Weelderige Cultuurminnaars
7%	Kindrijke Cultuurvreters
4%	Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
3%	Actieve Vermaakvangers

Cultuurpubliek vergeleken met de inwoners van Rotterdam: %

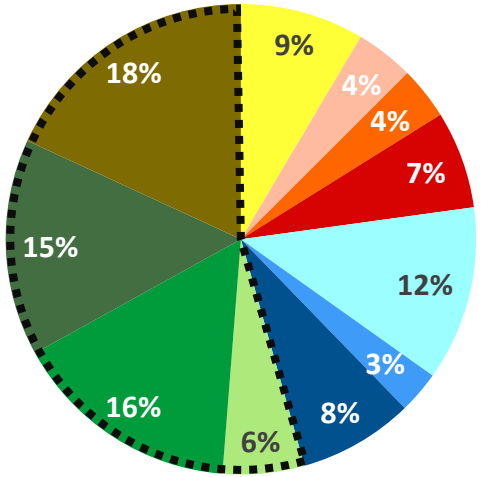
Als je de verdeling van de bezoekers van de cultuurplaninstellingen vergelijkt met de verdeling van de aanwezigheid van de Culturele Doelgroepen in Rotterdam, is het verschil bij Hoofdgroep *Intensief* +18%, bij Hoofdgroep *Medium* +1% verschil en bij Hoofdgroep *Licht* -21%.

Verdeling bezoekers 2024



n= 79

Verdeling inwoners Rotterdam 2024*



Kijkend naar de procentuele verhouding van de Culturele Doelgroepen onder bezoekers van de cultuurplaninstellingen, zien we dat de *Weelderige Cultuurminnaars* het meest (twee keer zo hoog) worden bereikt vergeleken met hun aanwezigheid in Rotterdam. Ook de andere groepen uit Hoofgroep *Intensief* komen meer voor onder de bezoekers in 2024 versus de aanwezigheid in Rotterdam.

Verder is er een groot verschil te zien bij de *Lokale Vrijetijdsgenieters* uit Hoofdgroep *Licht*. Zij zijn procentueel veel minder groot kijkend naar het cultuurpubliek in vergelijking met de inwoners in Rotterdam.

** Vanwege afrondingsverschillen tellen de percentages inwoners Rotterdam 2024 bij elkaar op tot 102%*

Cultuurpubliek vergeleken met de inwoners van Rotterdam: index

De Culturele Doelgroepen worden door de cultuurplaninstellingen bereikt 'zoals verwacht' kijkend naar de hoofdgroepen waar zij in zitten. Hoofdgroep *Intensief* wordt meer bereikt dan dat ze aanwezig zijn in Rotterdam. Bij Hoofdgroep *Medium* is het bereik ongeveer even groot als hun aanwezigheid in het gebied. Hoofdgroep *Licht* zien we naar verhouding onder bezoekers minder terug in vergelijking met hun aanwezigheid.

Bezoekers 2024

	Index
Culturele Alleseters	186
Kindrijke Cultuurvreters	175
Weelderige Cultuurminnaars	211
Klassieke Cultuurliefhebbers	171
Startende Cultuurspeurders	107
Actieve Vermaakvangers	118
Proevende Buitenwijkers	97
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	77
Flanerende Plezierzoekers	70
Sociale Cultuurhoppers	71
Lokale Vrijetijdsgenieters	46
	n= 79

Binnen Hoofdgroep *Intensief* zien we de *Weelderige Cultuurminnaars* naar verhouding met hun aanwezigheid in Rotterdam het meeste terug onder de bezoekers. In Hoofdgroep *Medium* zijn dit de *Actieve Vermaakvangers* en binnen Hoofdgroep *Licht* zijn dit, ondanks een ondervertegenwoordiging, de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers.*

In Hoofdgroep *Licht* zien we bij alle groepen een ondervertegenwoordiging waarbij de *Lokale Vrijetijdsgenieters* het minst aanwezig onder de bezoekers in vergelijking met hun aanwezigheid in Rotterdam (minder dan de helft). De andere groepen in Hoofdgroep *Licht* laten een hogere vertegenwoordiging zien in vergelijking met de *Lokale Vrijetijdsgenieters*.

Rotterdam Festivals

Cultuurplaninstellingen
Kijkend naar de ontwikkeling in tijd:
2019 - 2020 – 2022 - 2024

Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam (bezoekers)

Wat voor ontwikkelingen zien we in de loop der jaren bij het bereik van de cultuurplaninstellingen?

Wanneer we het bereik vanaf 2019 bekijken, zien we dat de doelgroepen in 2024 dichter bij elkaar liggen dan in 2019. De verschillen tussen de hoofdgroepen blijven zichtbaar, maar de afstand tussen de groep met de hoogste en de laagste index is sinds 2019 kleiner geworden. Dit komt vooral door een daling van de index bij de *Weelderige Cultuurminnaars*: van 267 in 2019 naar 211 in 2024.

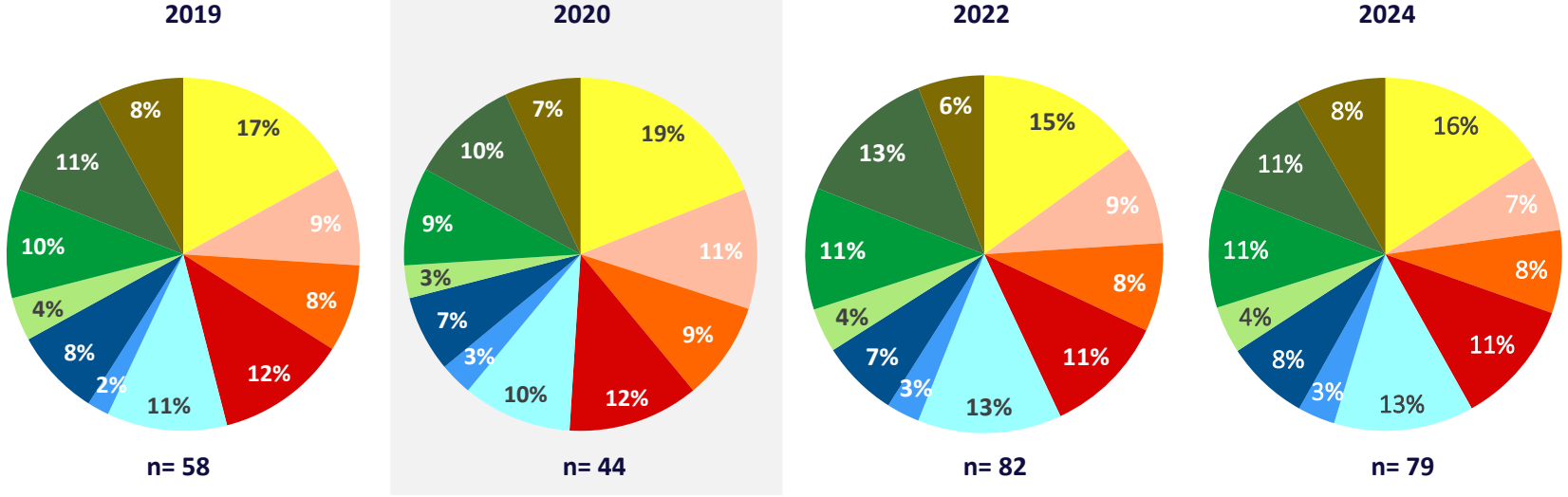
Kijkend op hoofdgroepniveau daalt Hoofdgroep *Intensief* met 1%, stijgt Hoofdgroep *Medium* met 1% en blijft Hoofdgroep *Licht* gelijk.

De *Lokale Vrijetijdsgenieters* laten al jaren de laagste index zien (46 in 2024), al is hun vertegenwoordiging in 2024 ten opzichte van 2022 licht toegenomen (in 2022 was dit 37). Wat verder opvalt, is dat de *Sociale Cultuurhoppers* van een normale vertegenwoordiging in 2022 (84) zijn gegaan naar een ondervertegenwoordiging in 2024 (71).

Cultuurpubliek in Rotterdam: %

In 2024 is er in het bereik van de cultuurplaninstellingen een kleine verschuiving te zien ten opzichte van 2022, waarbij het bereik van Hoofdgroep *Licht* gelijk blijft. Het bereik op Hoofdgroep *Medium* is toegenomen met 1% en het bereik op Hoofdgroep *Intensief* is gedaald met 1%.

Bezoekers



Verschil bereik per Culturele Doelgroep in 2024 in vergelijking met 2019 & 2022:

	Vs. 2019	Vs. 2022
Culturele Alleseters	-1%	+1%
Kindrijke Cultuurvreters	-2%	-2%
Weelderige Cultuurminnaars		
Klassieke Cultuurliefhebbers	-1%	
Startende Cultuurspeurders	+2%	
Actieve Vermaakvangers	+1%	
Proevende Buitenwijkers		+1%
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers		
Flanerende Plezierzoekers	+1%	
Sociale Cultuurhoppers		-2%
Lokale Vrijetijdsgenieters		+2%

Cultuurpubliek versus de aanwezigheid in Rotterdam: index

Al is er in vergelijking met 2019 een daling te zien de *Weelderige Cultuurminnaars* zijn alle jaren het sterkst vertegenwoordigd; deze groep wordt in vergelijking met hun aanwezigheid in Rotterdam het meest bereikt. De *Lokale Vrijetijdsgenieters* laten de sterkste ondervertegenwoordiging zien over alle jaren, al zit er een lichte stijging in ten opzichte van 2022. Zij worden in vergelijking met hun aanwezigheid in Rotterdam het minst bereikt.

	2019	2020	2022	2024	
Culturele Alleseters	155	173	171	186	+
Kindrijke Cultuurvreters	150	183	176	175	
Weelderige Cultuurminnaars	267	300	206	211	+
Klassieke Cultuurliefhebbers	171	171	151	171	+
Startende Cultuurspeurders	100	91	110	107	
Actieve Vermaakvangers	100	150	113	118	+
Proevende Buitenwijkers	100	88	96	97	
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	67	50	70	77	+
Flanerende Plezierzoekers	71	64	76	70	-
Sociale Cultuurhoppers	79	71	84	71	-
Lokale Vrijetijdsgenieters	47	41	37	46	+
	n= 59	n= 45	n= 82	n= 79	

INDEXCIJFERS - 2024 versus 2022:
De *Sociale Cultuurhoppers* gaan van een normale vertegenwoordiging in 2022 (84) naar een ondervertegenwoordiging in 2024 (71).

Daarnaast zien we in 2024 in vergelijking met 2022 een stijging van 5 of meer op de index van:
- de *Culturele Alleseters;*
- de *Weelderige Cultuurminnaars;*
- de *Klassieke Cultuurliefhebbers;*
- de *Actieve Vermaakvangers*;
- de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers;*
- de *Lokale Vrijetijdsgenieters.*

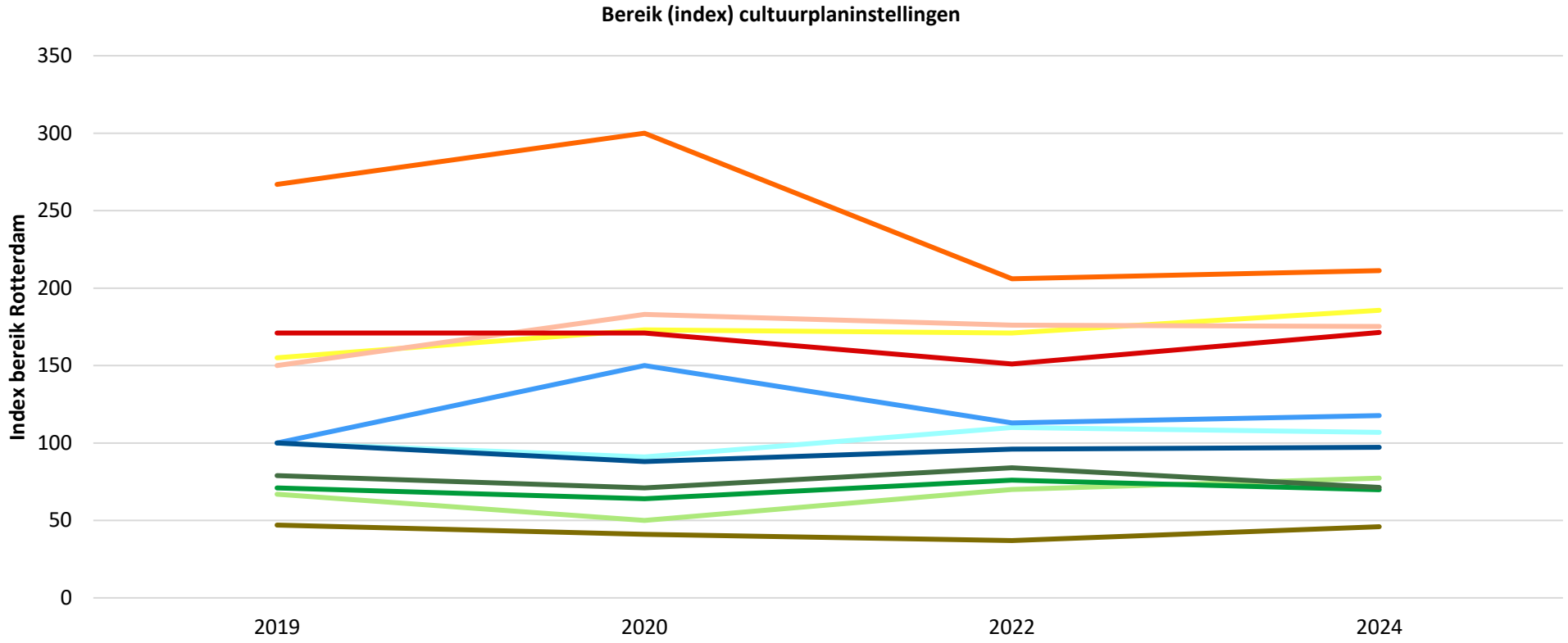
De *Flanerende Plezierzoekers* en *Sociale Cultuurhoppers* hebben een lagere indexscore vergeleken met 2022.

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Rotterdam Festivals

Cultuurpubliek versus de aanwezigheid in Rotterdam: index

Wanneer we het bereik vanaf 2019 bekijken, zien we dat de doelgroepen in 2024 dichter bij elkaar liggen dan in 2019. De verschillen tussen de hoofdgroepen blijven zichtbaar, maar de afstand tussen de groep met de hoogste en de laagste index is sinds 2019 kleiner geworden.
De *Culturele Alleseters*, *Weelderige Cultuurminnaars* en *Klassieke Cultuurliefhebbers* laten tussen 2022 en 2024 een stijging in indexcijfer zien. Dit zie je ook, al is het in mindere mate, gebeuren bij de *Actieve Vermaakvangers* uit Hoofdgroep *Medium*. Je ziet dat in Hoofdgroep *Licht* de *Sociale Cultuurhoppers* en de *Flanerende Plezierzoekers* iets dalen, terwijl de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* en de *Lokale Vrijetijdsgenieters* een stijging laten zien.



Cultuurplaninstellingen
Kijkend naar type instelling
Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam (bezoekers)

Zien we verschillen / overeenkomsten in het bereik van de Culturele Doelgroepen kijkend naar Podia, Festivals, Musea, Gezelschappen, Galeries/Expositieruimtes of Zelf Actief?

En wat zijn de ontwikkelingen per type organisatie door de jaren heen?

Bij vier van de zes type organisaties, is de *Culturele Alleseters* de grootste Culturele Doelgroep procentueel gezien. Bij Galeries/Expositieruimtes is de *Startende Cultuurspeurders* de grootste groep. Bij Gezelschappen is de *Klassieke Cultuurliefhebbers* de grootste groep.

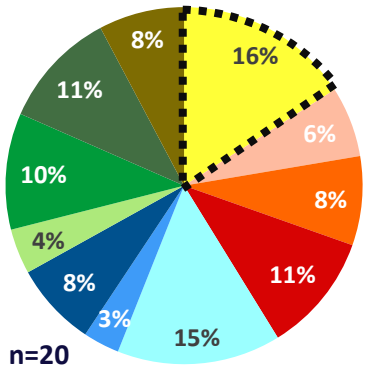
Als je kijkt naar de indexen in 2024 zijn er overeenkomsten te zien met 2022. Echter laten vooral de Galeries/Expositieruimtes en Zelf Actief een ander bereik zien dan de andere typen en ‘dan verwacht’. Bij alle type organisaties zijn de *Culturele Alleseters* oververtegenwoordigd en de *Lokale Vrijetijdsgenieters* ondervertegenwoordigd.

In de loop der tijd zie je bij bepaalde type organisaties zaken veranderen qua bereik (index). Zo zien we bijvoorbeeld bij de Galeries/Expositieruimtes in 2024 vergeleken met 2022 een toename op de drie jongste Culturele Doelgroepen. De Gezelschappen laten onder meer een toename zien op twee doelgroepen uit Hoofdgroep *Medium*. Bij Zelf Actief zien we in 2024 onder andere een veel hoger bereik op de *Kindrijke Cultuurvreters*. Bij Musea zit er een verschil in bereik bij de *Actieve Vermaakvangers*. En bij Festivals zien we op alle vlakken verschuivingen plaatsvinden.

Cultuurpubliek per type instelling: % verdeling

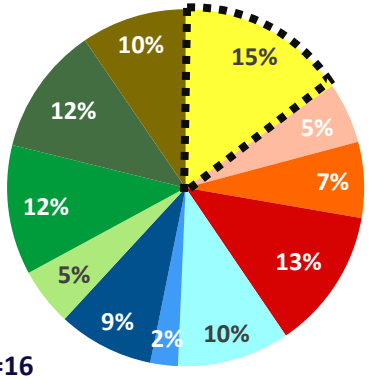
Bij vier van de zes type organisaties zijn de *Culturele Alleseters* de grootste groep. Tegelijkertijd zijn er ook verschillen in bereik tussen de groepen. Zo is bij de 'Galeries/expositieruimtes' de *Startende Cultuurspeurders* de grootste groep en bij de 'Gezelschappen' is dit de *Klassieke Cultuurliefhebbers.* Hoofdgroep *Licht* zien we het meest terug bij 'Galeries/Expositieruimtes' en 'Festivals'.

Podia



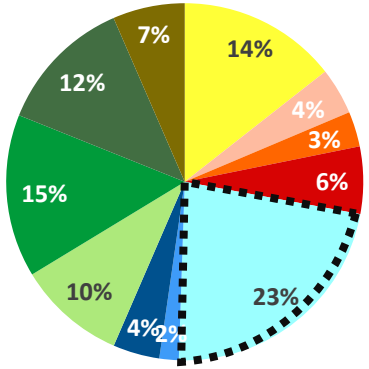
n=20

Festivals



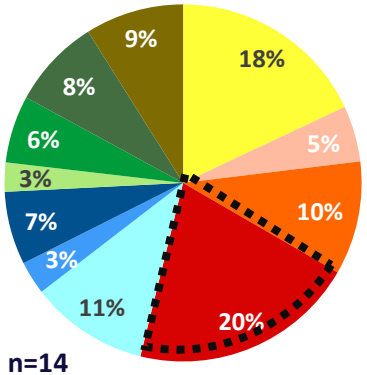
n=16

Galeries/Expositieruimtes



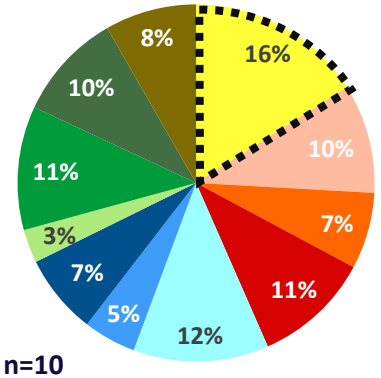
n=9

Gezelschappen



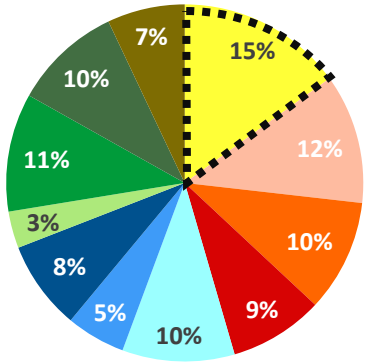
n=14

Musea



n=10

Zelf Actief



n=10

Rotterdam Festivals

Cultuurpubliek per type instelling: index

De *Culturele Alleseters* zijn bij alle typen instellingen oververtegenwoordigd. Hoewel we bij verschillende typen instellingen jongere groepen terugzien, is er bij de 'Galeries/Expositieruimtes' sprake van oververtegenwoordiging in alle drie de jongste doelgroepen. Wanneer we naar alle typen instellingen kijken, is op één groep na elke Culturele Doelgroep bij één van hen normaal of oververtegenwoordigd. De uitzondering vormen de *Lokale Vrijetijdsgenieters*; zij zijn bij vrijwel alle typen instellingen sterk ondervertegenwoordigd en worden, vergeleken met hun aanwezigheid in de gemeente Rotterdam, het minst bereikt.

	Podia	Festivals	Galeries / Expositie…	Gezelschappen	Musea	Zelf actief
Culturele Alleseters	188	181	170	212	188	177
Kindrijke Cultuurvreters	159	138	106	127	247	294
Weelderige Cultuurminnaars	224	191	88	285	192	282
Klassieke Cultuurliefhebbers	161	191	91	306	158	127
Startende Cultuurspeurders	124	85	189	89	102	85
Actieve Vermaakvangers	114	86	60	104	165	185
Proevende Buitenwijkers	96	110	53	84	92	102
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	73	94	175	47	54	60
Flanerende Plezierzoekers	67	75	94	39	71	68
Sociale Cultuurhoppers	72	78	83	55	65	66
Lokale Vrijetijdsgenieters	43	53	36	49	46	39
	n=20	n=16	n=9	n=14	n=10	n=10

OPVALLENDE ZAKEN T.O.V. HET 'TE VERWACHTEN' BEREIK IN HOOFDGROEPEN

Podia: oververtegenwoordiging op de *Startende Cultuurspeurders.*

Festivals: normale vertegenwoordiging op de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers.*

Galeries/Expositieruimtes: normale vertegenwoordiging bij *de Flanerende Plezierzoekers* & *de Sociale Cultuurhoppers* plus een oververtegenwoordiging bij de *Startende Cultuurspeurders* en de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*. Verder is er een ondervertegenwoordiging bij de *Actieve Vermaakvangers* en de *Proevende Buitenwijkers.*

Musea: oververtegenwoordiging bij de *Actieve Vermaakvangers*.

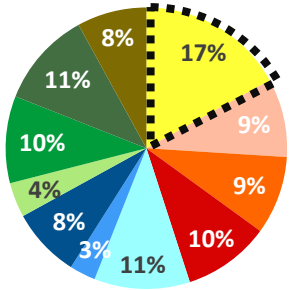
Zelf Actief: oververtegenwoordiging bij de *Actieve Vermaakvangers.*

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

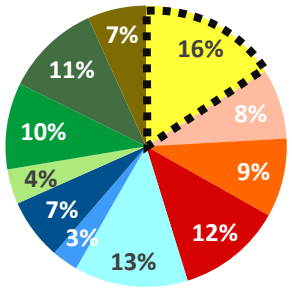
Cultuurpubliek Podia

Al neemt de index sinds 2019 af, de *Weelderige Cultuurminnaars* is elk jaar het sterkst vertegenwoordigd onder het publiek in vergelijking met hun aanwezigheid in het gebied. Verder valt op dat de *Startende Cultuurspeurders* in 2024 een oververtegenwoordiging laten zien, terwijl zij in zowel 2019 als 2022 een normale vertegenwoordiging hadden. De *Culturele Alleseters* vormen al jaren de grootste groep met 16%, maar in 2024 worden zij nipt gevolgd door de *Startende Cultuurspeurders* met 15%.

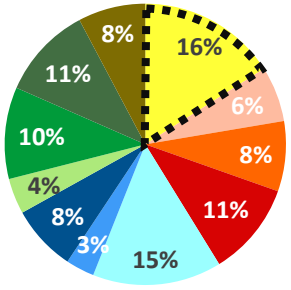
2019



2022



2024



	Index	Index	Index	
Culturele Alleseters	155	175	188	+
Kindrijke Cultuurvreters	150	161	159	
Weelderige Cultuurminnaars	300	239	224	-
Klassieke Cultuurliefhebbers	143	164	161	
Startende Cultuurspeurders	100	108	124	+
Actieve Vermaakvangers	150	116	114	
Proevende Buitenwijkers	100	98	96	
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	67	72	73	
Flanerende Plezierzoekers	71	70	67	
Sociale Cultuurhoppers	79	74	72	
Lokale Vrijetijdsgenieters	48	39	43	
	n=15	n=21	n=20	

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
De grootste procentuele veranderingen in bereik zijn zichtbaar bij de *Kindrijke Cultuurvreters* (-2%) en de *Startende Cultuurspeurders* (+2%).

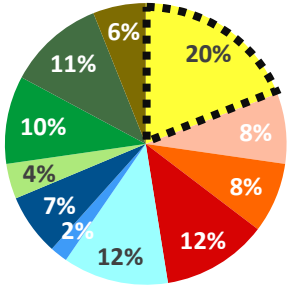
INDEXEN - 2024 versus 2022:
Los van de oververtegenwoordiging in 2024 van de *Startende Cultuurspeurders* laten we groepen indexen zien ‘zoals verwacht’ bij de betreffende hoofdgroep.

Opvallend ten opzichte van de ‘te verwachte vertegenwoordiging’

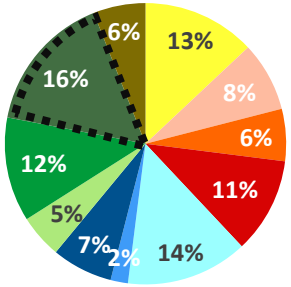
Cultuurpubliek Festivals

Als we kijken naar 2024 versus 2022 zien we enkele veranderingen bij het cultuurpubliek van de Festivals in het cultuurplan. De grootste groep is van de *Sociale Cultuurhoppers* in 2022 terug naar de *Culturele Alleseters* in 2024, zoals dit ook in 2019 het geval was. Daarnaast is de normale vertegenwoordiging van de *Sociale Cultuurhoppers* in 2022 veranderd naar een ondervertegenwoordiging in 2024.

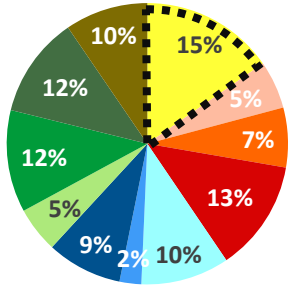
2019



2022



2024



	Index	Index	Index	
Culturele Alleseters	180	148	181	+
Kindrijke Cultuurvreters	135	173	138	-
Weelderige Cultuurminnaars	227	157	191	+
Klassieke Cultuurliefhebbers	161	144	191	+
Startende Cultuurspeurders	113	117	85	-
Actieve Vermaakvangers	83	83	86	
Proevende Buitenwijkers	87	105	110	+
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	69	85	94	+
Flanerende Plezierzoekers	72	78	75	
Sociale Cultuurhoppers	78	104	78	-
Lokale Vrijetijdsgenieters	37	34	53	+
	n=14	n=15	n=16	

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
De grootste procentuele veranderingen qua bereik zien we bij de *Sociale Cultuurhoppers* (-4%), *Kindrijke Cultuurvreters* (-3%), *Culturele Alleseters* (+2%), de *Lokale Vrijetijdsgenieters* (+4%) en de *Klassieke Cultuurliefhebbers* (+2%).

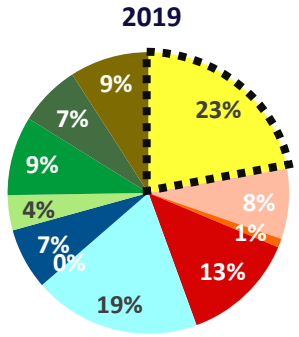
INDEXCIJFERS - 2024 versus 2022:
Wat opvalt is dat de *Kindrijke Cultuurvreters* flink gedaald zijn qua index, waar de rest van Hoofdgroep *Intensief* juist stijgt.

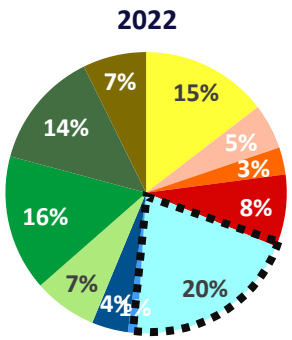
Binnen Hoofdgroep Licht zien we de grootste veranderingen bij de *Sociale Cultuurhoppers* (die verschuiven van een normale vertegenwoordiging naar ondervertegenwoordiging), en bij de *Lokale Vrijetijdsgenieters*, wwarbij de index stijgt van 34 in 2022 naar 53 in 2024.

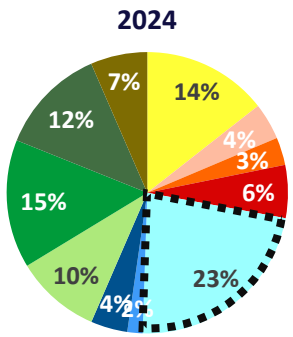
Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Cultuurpubliek Galeries/Expositieruimtes

De grootste groep bij de Galeries/Exposities is in zowel 2022 als 2024 de *Startende Cultuurspeurders* (in 2024 +3% t.o.v. 2022). Verder valt op dat de jongste groep uit Hoofdgroep *Licht* de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* gestegen is met 3%. Bij de Galeries/Exposities zien we zowel in 2024 als in 2022 bij negen van de elf Culturele Doelgroepen een ander bereik 'dan verwacht'.







	Index	Index	Index	
Culturele Alleseters	207	162	170	+
Kindrijke Cultuurvreters	128	115	106	-
Weelderige Cultuurminnaars	38	93	88	-
Klassieke Cultuurliefhebbers	170	112	91	-
Startende Cultuurspeurders	178	161	189	+
Actieve Vermaakvangers	16	56	60	
Proevende Buitenwijkers	84	62	53	-
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	76	127	175	+
Flanerende Plezierzoekers	68	103	94	-
Sociale Cultuurhoppers	52	87	83	
Lokale Vrijetijdsgenieters	49	40	36	
	n=7	n=10	n=9	

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
De grootste procentuele veranderingen qua bereik zien we bij de *Startende Cultuurspeurders* (+3%) en *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* (+3%).

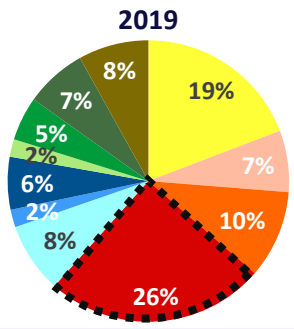
INDEXCIJFERS - 2024 versus 2022:
De indexen zijn vooral bij de jongste Culturele Doelgroepen per hoofdgroep licht gestegen, te weten; de *Culturele Alleseters, Startende Cultuurspeurders* en *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*.

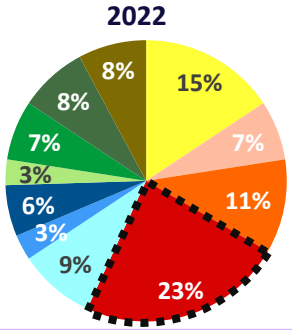
Drie van de vier indexen in Hoofdgroep *Intensief* nemen af ten opzichte van 2022. Dit is ook het geval bij de *Proevende Buitenwijkers* en de *Flanerende Plezierzoekers.*

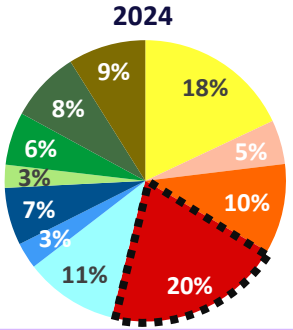
Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Cultuurpubliek Gezelschappen

Net als in voorgaande jaren vormen in 2024 de *Klassieke Cultuurliefhebbers* de grootste Culturele Doelgroep bij de Gezelschappen, al is hun aandeel iets afgenomen van 26% in 2019 naar 20% in 2024. In vergelijking met 2019 zien we in 2024 bij vier groepen een verandering in vertegenwoordiging. Ten opzichte van 2022 valt op dat de *Startende Cultuurspeurders* in 2024 zijn verschoven van een ondervertegenwoordiging naar een normale vertegenwoordiging.







	Index	Index	Index	
Culturele Alleseters	175	178	212	+
Kindrijke Cultuurvreters	118	140	127	-
Weelderige Cultuurminnaars	276	291	285	-
Klassieke Cultuurliefhebbers	333	316	306	-
Startende Cultuurspeurders	78	76	89	+
Actieve Vermaakvangers	77	98	104	+
Proevende Buitenwijkers	77	89	84	-
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	42	50	47	
Flanerende Plezierzoekers	39	46	39	-
Sociale Cultuurhoppers	48	49	55	+
Lokale Vrijetijdsgenieters	47	44	49	+
	n=11	n=16	n=14	

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
De grootste procentuele veranderingen qua bereik zien we bij de *Culturele Alleseters* (+3%) en de *Klassieke Cultuurliefhebbers* (-3%).

INDEXCIJFERS – 2024 versus 2022:
De indexen zijn gestegen bij de *Culturele Alleseters, Startende Cultuurspeurders, Actieve Vermaakvangers, Sociale Cultuurhoppers* en *Lokale Vrijetijdsgenieters.*

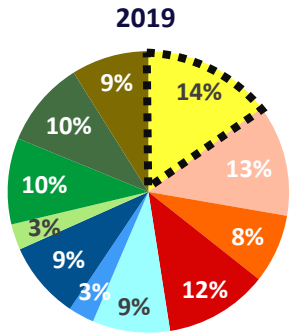
Hoewel de *Klassieke Cultuurliefhebbers* nog steeds de grootste groep zijn, daalt de index licht ten opzichte van 2022. Ook bij de *Kindrijke Cultuurvreters* ***en*** *Weelderige Cultuurminaars* uit Hoofdgroep *Intensief* daalt de index.

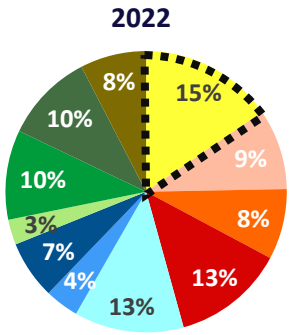
De *Flanerende Plezierzoekers* hebben een lagere index dan in 2022. Zij worden door de Gezelschappen naar verhouding het minst bereikt.

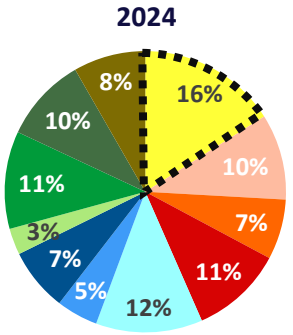
Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Cultuurpubliek Musea

We zien dat het museumpubliek nagenoeg gelijk gebleven is als we 2024 met 2022 vergelijken. De grootste groep is net als voorgaande jaren de *Culturele Alleseters.* De meest opvallende verandering is te zien bij de index van de *Kindrijke Cultuurvreters* en *Actieve Vermaakvangers* waar we een toename zien.







	Index	Index	Index	
Culturele Alleseters	141	175	188	+
Kindrijke Cultuurvreters	210	200	247	+
Weelderige Cultuurminnaars	219	216	192	-
Klassieke Cultuurliefhebbers	158	168	158	-
Startende Cultuurspeurders	80	106	102	
Actieve Vermaakvangers	112	150	165	+
Proevende Buitenwijkers	116	95	92	
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	52	51	54	
Flanerende Plezierzoekers	74	70	71	
Sociale Cultuurhoppers	73	67	65	
Lokale Vrijetijdsgenieters	49	43	46	
	n=7	n=10	n=10	

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
De grootste procentuele verandering qua bereik zien we bij de *Klassieke Cultuurliefhebbers* (-2%).

INDEXCIJFERS - 2024 versus 2022:
De index van de *Culturele Alleseters, de Kindrijke Cultuurvreters* en de *Actieve Vermaakvangers* zijn gestegen ten opzichte van 2022.

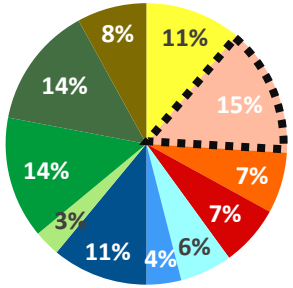
De indexen van de *Weelderige Cultuurminnaars* en *Klassieke Cultuurliefhebbers* dalen tov 2022, al laten beide groepen nog steeds een oververtegenwoordiging zien.

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

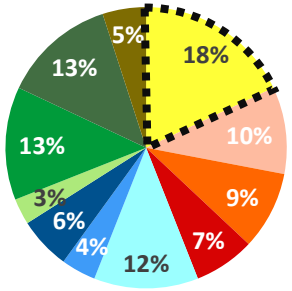
Cultuurpubliek Zelf Actief

Ten opzichte van 2022 zien we, net als in voorgaande jaren, bij de *Lokale Vrijetijdsgenieters* de laagste vertegenwoordiging, al ligt de index in 2024 wel een stuk hoger. In 2024 zijn er veel veranderingen zichtbaar in de indexen ten opzichte van 2022. Daarbij zien we in 2024, op één uitzondering na, een vertegenwoordiging 'zoals verwacht'. De uitzondering hierop vormt de *Actieve Vermaakvangers*.

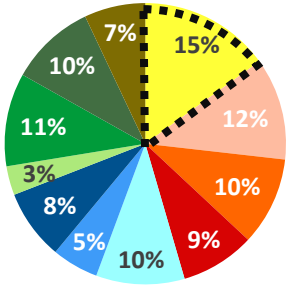
2019



2022



2024



	Index	Index	Index	
Culturele Alleseters	100	204	177	-
Kindrijke Cultuurvreters	250	205	294	+
Weelderige Cultuurminnaars	233	242	282	+
Klassieke Cultuurliefhebbers	100	94	127	+
Startende Cultuurspeurders	55	102	85	-
Actieve Vermaakvangers	200	145	185	+
Proevende Buitenwijkers	138	91	102	+
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	50	51	60	+
Flanerende Plezierzoekers	100	87	68	-
Sociale Cultuurhoppers	100	87	66	-
Lokale Vrijetijdsgenieters	47	27	39	+
	n=6	n=11	n=10	

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
De grootste groep bij Zelf Actief is zowel in 2024 als in 2022 de *Culturele Alleseters,* al is het percentage 3% lager in 2024 ten opzichte van 2022. Ook de *Sociale Cultuurhoppers* laten een lager percentage zien in 2024 (-3%).

INDEXCIJFERS- 2024 versus 2022:
De *Klassieke Cultuurliefhebbers* gaan van een normale vertegenwoordiging in 2022 naar een oververtegenwoordiging in 2024.

De *Flanerende Plezierzoekers* en *Sociale Cultuurhoppers* gaan van een normale vertegenwoordiging in 2022 naar een ondervertegenwoordiging in 2024.

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Rotterdam Festivals

Cultuurplaninstellingen
Kijkend naar toetreden cultuurplan
Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam (bezoekers)

Welke Culturele Doelgroepen bezoeken de activiteiten van de cultuurplaninstellingen gesplitst op nieuwkomers (instromers), doorgroeiers (doorstromers), CPI* en de RCB?

Zorgen nieuwe cultuurplaninstellingen voor additioneel bereik van nog niet veel bereikte Culturele Doelgroepen zoals bijvoorbeeld Hoofdgroep Licht?

In 2024 zien we bij de nieuwkomers, CPI* en de RCB als grootste groep de *Culturele Alleseters*. Dit is in lijn met het totaalbereik als je naar alle cultuurplaninstellingen samen kijkt. De doorgroeiers hebben als enige als grootste groep de *Startende Cultuurspeurders*. Daarnaast laten zij in vergelijking met de andere groepen het hoogste percentage zien op Hoofdgroep *Licht*.

De organisaties die in 2021 voor het eerst in het cultuurplan kwamen (‘nieuwkomers’) laten een ander bereik zien dan de nieuwkomers uit de cultuurplanperiode dáárvoor (2017-2020). Nieuwkomers in het cultuurplan van 2017–2020 laten een relatief hoog bereik binnen de Hoofdgroep *Licht* zien.

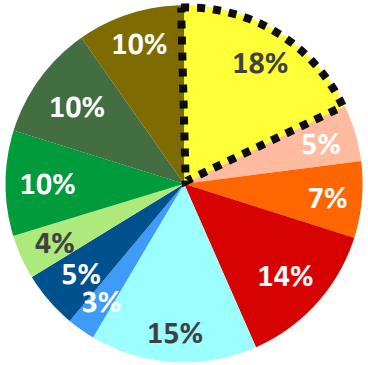
Vrijwel alle Culturele Doelgroepen laten bij minimaal één van de groepen een normale vertegenwoordiging of oververtegenwoordiging zien. De grote uitzondering hierop zijn de *Lokale Vrijetijdsgenieters*; zij zijn overal ondervertegenwoordigd.

*In de leeswijzer wordt toegelicht waar de verschillende termen voor staan.

Cultuurpubliek op basis van toetreden cultuurplan**

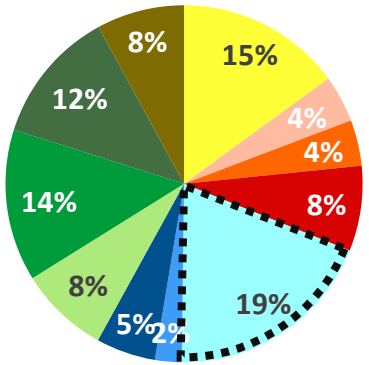
In 2024 zien we bij de nieuwkomers, CPI* en de RCB als grootste groep de *Culturele Alleseters*. Dit is in lijn met het totaalbereik als je naar alle cultuurplaninstellingen samen kijkt. De doorgroeiers hebben als enige als grootste groep de *Startende Cultuurspeurders.* Daarnaast laten zij in vergelijking met de andere groepen het hoogste percentage zien op Hoofdgroep *Licht*.

Nieuwkomers



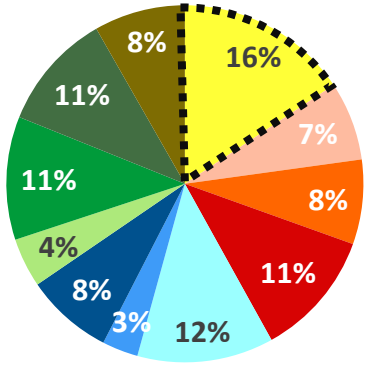
n=13

Doorgroeiers



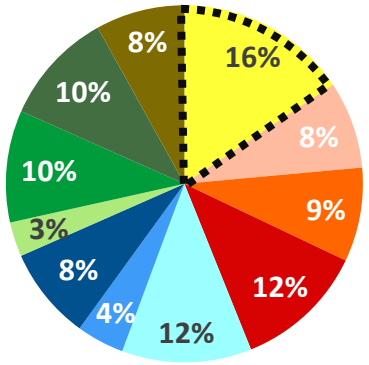
n=12

CPI*



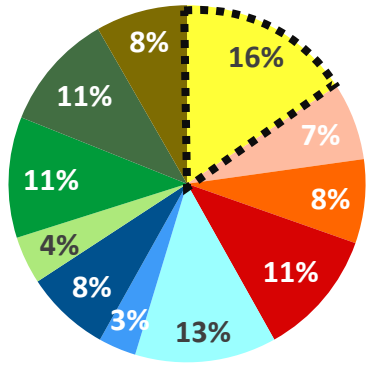
n=46

RCB



n=8

Totaalbereik



***In de leeswijzer wordt toegelicht waar de verschillende termen voor staan. Nieuwkomers zijn organisaties die in het betreffende jaar voor het eerst in het cultuurplan zitten. Zitten organisaties voor de 2e keer in het cultuurplan noemen we ze doorgroeiers. Zitten ze voor de 3e keer (of meer) in het cultuurplan en zijn ze geen RCB, dan vallen ze onder CPI**

Rotterdam Festivals

Cultuurpubliek op basis van toetreden cultuurplan**

Vrijwel alle Culturele Doelgroepen laten bij minimaal één van de groepen een normale vertegenwoordiging of oververtegenwoordiging zien. De grote uitzondering hierop zijn de *Lokale Vrijetijdsgenieters*; zij zijn overal ondervertegenwoordigd. Met name de doorgroeiers laten een ander bereik zien dan de andere en 'dan verwacht'. Zo laten zij onder meer een oververtegenwoordiging zien bij de *Startende Cultuurspeurders* en de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*, en een normale vertegenwoordiging bij de *Flanerende Plezierzoekers* en de *Sociale Cultuurhoppers*.

	Nieuwkomers	Doorgroeiers	CPI*	RCB	Totaal bereik
	Index	Index	Index	Index	Index
Culturele Alleseters	210	176	184	184	186
Kindrijke Cultuurvreters	129	106	179	198	175
Weelderige Cultuurminnaars	192	115	213	237	211
Klassieke Cultuurliefhebbers	202	115	171	177	171
Startende Cultuurspeurders	126	159	103	98	107
Actieve Vermaakvangers	88	83	112	149	118
Proevende Buitenwijkers	66	68	100	106	97
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	72	145	80	56	77
Flanerende Plezierzoekers	61	88	71	65	70
Sociale Cultuurhoppers	70	82	71	69	71
Lokale Vrijetijdsgenieters	54	44	46	45	46
	n=13	n=12	n=46	n=8	n=79

OPVALLENDE ZAKEN T.O.V. HET 'TE VERWACHTEN' BEREIK IN HOOFDGROEP *MEDIUM* & *LICHT*

Nieuwkomers: oververtegenwoordiging op de *Startende Cultuurspeurders* en een ondervertegenwoordiging *Proevende Buitenwijkers.*

Doorgroeiers: oververtegenwoordiging op de *Startende Cultuurspeurders* en de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*.
Een normale vertegenwoordiging op de *Flanerende Plezierzoekers* en de *Sociale Cultuurhoppers*.
Plus een ondervertegenwoordiging op de *Proevende Buitenwijkers.*

CPI*: normale vertegenwoordiging op de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers.*

RCB: oververtegenwoordiging op de *Actieve Vermaakvangers*.

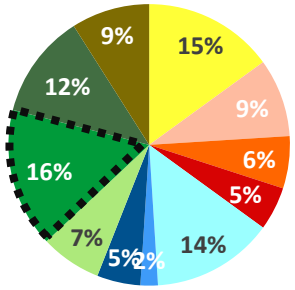
***In de leeswijzer wordt toegelicht waar de verschillende termen voor staan. Nieuwkomers zijn organisaties die in het betreffende jaar voor het eerst in het cultuurplan zitten. Zitten organisaties voor de 2e keer in het cultuurplan noemen we ze doorgroeiers. Zitten ze voor de 3e keer (of meer) in het cultuurplan en zijn ze geen RCB, dan vallen ze onder CPI**

Rotterdam Festivals

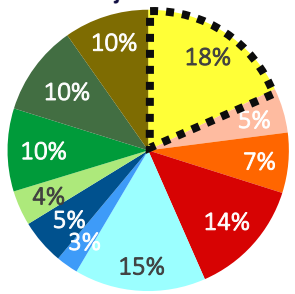
Cultuurpubliek Nieuwkomers*

De organisaties die in 2021 voor het eerst in het cultuurplan kwamen ('nieuwkomers') laten een ander bereik zien dan de nieuwkomers uit de cultuurplanperiode dáárvoor (2017-2020). Nieuwkomers in het cultuurplan van 2017–2020 laten een relatief hoog bereik binnen de Hoofdgroep Licht zien.

Nieuwkomers 2017-2020
Peiljaar 2019



Nieuwkomers 2021-2024
Peiljaar 2024



	Index	Index
Culturele Alleseters	136	210
Kindrijke Cultuurvreters	150	129
Weelderige Cultuurminnaars	200	192
Klassieke Cultuurliefhebbers	71	202
Startende Cultuurspeurders	127	126
Actieve Vermaakvangers	100	88
Proevende Buitenwijkers	62	66
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	117	72
Flanerende Plezierzoekers	114	61
Sociale Cultuurhoppers	86	70
Lokale Vrijetijdsgenieters	53	54
	n=11	n=13

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

PERCENTAGES:
Bij de nieuwkomers in periode 2017-2020 is de grootste groep de *Flanerende Plezierzoekers*, in periode 2021-2024 is dit de *Culturele Alleseters*.

INDEXEN – kijkend naar *Medium* & *Licht*:
Bij de nieuwkomers in periode 2017-2020 valt op dat zij een oververtegenwoordiging laten zien bij de *Startende Cultuurspeurders* en een normale vertegenwoordiging bij de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*, de *Flanerende Plezierzoekers* en de *Sociale Cultuurhoppers.*

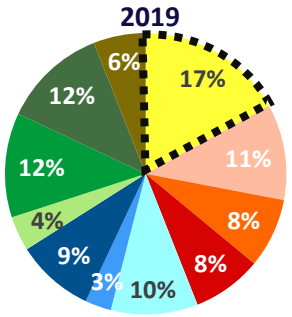
In de periode 2021-2024 zien we t.o.v. het 'verwachte bereik' dat de *Startende Cultuurspeurders* een oververtegenwoordiging laten zien.

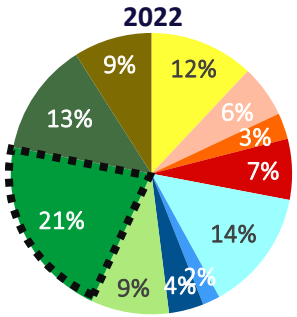
In beide periode laten de *Proevende Buitenwijkers* een ondervertegenwoordiging zien.

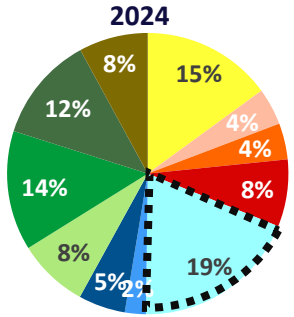
*In 2019 bestonden de nieuwkomers uit instellingen die in 2017 zijn toegetreden in het cultuurplan.
In 2024 zien we het bereik van instellingen die toegetreden zijn in 2021.
De nieuwkomers van 2019 zijn in 2022 doorgeschoven naar de doorgroeiers.*

Cultuurpubliek Doorgroeiers*

In 2024 zien we de *Startende Cultuurspeurders* als grootste groep onder de bezoekers van de doorgroeiers. In 2022 waren dit de *Flanerende Plezierzoekers;* in 2019 de *Culturele Alleseters*. We zien in alle jaren bij de doorgroeiers uitzonderingen op het bereik 'zoals verwacht' (zie de markeringen). Qua vertegenwoordiging zien we een lager bereik op *Licht* in 2024 dan bij de doorgroeiers in 2022.







	Index	Index	Index	
Culturele Alleseters	155	136	176	+
Kindrijke Cultuurvreters	183	122	106	-
Weelderige Cultuurminnaars	267	92	115	+
Klassieke Cultuurliefhebbers	114	90	115	+
Startende Cultuurspeurders	91	114	159	+
Actieve Vermaakvangers	150	65	83	+
Proevende Buitenwijkers	113	61	68	+
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	67	159	145	-
Flanerende Plezierzoekers	86	139	88	-
Sociale Cultuurhoppers	86	87	82	
Lokale Vrijetijdsgenieters	35	51	44	-
	n=9	n=8	n=12	

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

**In 2019 bestonden de doorgroeiers uit instellingen die in 2013 zijn toegetreden in het cultuurplan.*
In 2022 bestaan de doorgroeiers uit organisaties die zijn toegetreden in 2017.
De doorgroeiers van 2019 zijn in 2022 doorgeschoven naar de categorie CPI.*

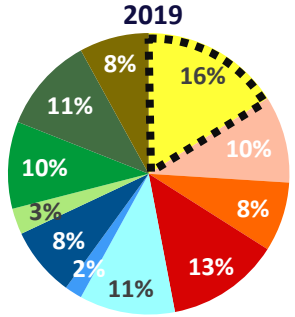
PERCENTAGES:
We zien in de drie jaren verschillende grootste groepen; in 2019 de *Culturele Alleseters*, in 2022 de *Flanerende Plezierzoekers* en in 2024 de *Startende Cultuurspeurders*.

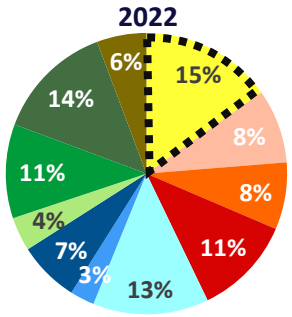
INDEXEN:
In alle jaren zien we verschillende afwijkingen in vertegenwoordiging kijkend naar het 'te verwachte' bereik.

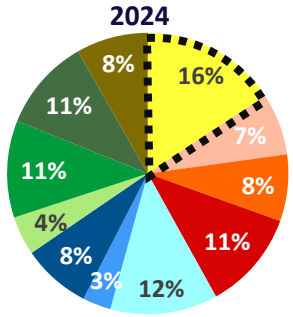
Rotterdam Festivals

Cultuurpubliek CPI*

Zowel in 2019, 2022 en 2024 zien we bij de CPI* de *Culturele Alleseters* als grootste groep onder de bezoekers. De vertegenwoordiging is bij de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* van een ondervertegenwoordiging in 2024 naar een normale vertegenwoordiging gegaan. Verder zien we een verdeling 'zoals verwacht'. De *Sociale Cultuurhoppers* is in 2024 van een normale vertegenwoordiging in 2022 naar een ondervertegenwoordiging gegaan.







	Index	Index	Index	
Culturele Alleseters	145	172	184	+
Kindrijke Cultuurvreters	167	184	179	-
Weelderige Cultuurminnaars	267	209	213	
Klassieke Cultuurliefhebbers	186	151	171	+
Startende Cultuurspeurders	100	110	103	-
Actieve Vermaakvangers	100	109	112	
Proevende Buitenwijkers	100	99	100	
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	50	66	80	+
Flanerende Plezierzoekers	71	73	71	
Sociale Cultuurhoppers	79	90	71	-
Lokale Vrijetijdsgenieters	47	31	46	+
	n=30	n=47	n=46	

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
De grootste procentuele veranderingen qua bereik zien we op de *Sociale Cultuurhoppers* (-3%) en de *Lokale Vrijetijdsgenieters* (+2%).

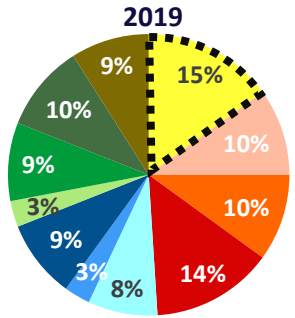
INDEXEN - 2024 versus 2022:
De indexen zijn gestegen bij de *Culturele Alleseters,* de *Klassieke Cultuurliefhebbers* de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* en de *Lokale Vrijetijdsgenieters*.

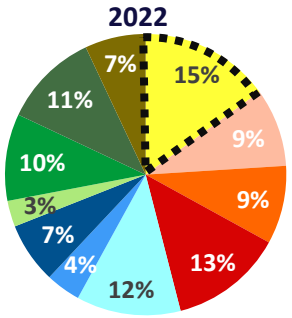
Een daling is te zien bij de *Kindrijke Cultuurvreters,* de *Startende Cultuurspeurders* en de *Sociale Cultuurhoppers.*

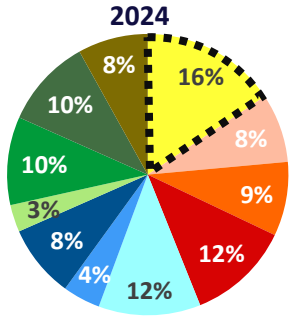
In 2019/2020 bestonden de CPI uit instellingen die voor 2013 zijn toegetreden in het cultuurplan.
In 2022 zien we het bereik van instellingen die toegetreden zijn voor 2017.*

Cultuurpubliek RCB*

De *Culturele Alleseters* zijn ook in 2024 de grootste groep onder bezoekers van de RCB. Qua vertegenwoordiging zien we een beeld 'zoals verwacht', met als uitzondering een oververtegenwoordiging op de *Actieve Vermaakvangers*.







	Index	Index	Index	
Culturele Alleseters	136	173	184	+
Kindrijke Cultuurvreters	167	189	198	+
Weelderige Cultuurminnaars	333	240	237	
Klassieke Cultuurliefhebbers	200	169	177	+
Startende Cultuurspeurders	73	98	98	
Actieve Vermaakvangers	150	146	149	
Proevende Buitenwijkers	113	105	106	
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	50	52	56	
Flanerende Plezierzoekers	64	69	65	
Sociale Cultuurhoppers	71	70	69	
Lokale Vrijetijdsgenieters	53	41	45	
	n=7	n=8	n=8	

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
Ten opzichte van 2022 zien we geen grote veranderingen in percentages in 2024.

INDEXEN - 2024 versus 2022:
De indexen zijn bij de *Culturele Alleseters*, de *Kindrijke Cultuurvreters* en bij de *Klassieke Cultuurliefhebbers* gestegen.

*RCB: Rotterdamse Culturele Basis

Cultuurplaninstellingen
Kijkend naar de wijken / buurten
Bereik Culturele Doelgroepen in Rotterdam (bezoekers)

Hoe is het bereik in de verschillende gebieden (wijken / buurten) in Rotterdam?

Is er een verschil in cultuurparticipatie tussen Rotterdam-Noord en Rotterdam-Zuid?

We zien dat het bereik tussen de gebieden in Rotterdam sterk verschilt. Zo is het bereik t.o.v. het aantal huishoudens in het betreffende gebied het hoogst in Noord (index 166) en het laagste binnen Hoek van Holland (index 20).

De index is in 2024 is in vergelijking met 2022 gedaald in de wijken IJsselmonde, Hoogvliet, Overschie en Rotterdam Centrum.

We zien een hogere index in vergelijking met twee jaar geleden in Charlois, Kralingen-Crooswijk, Noord en Rozenburg.

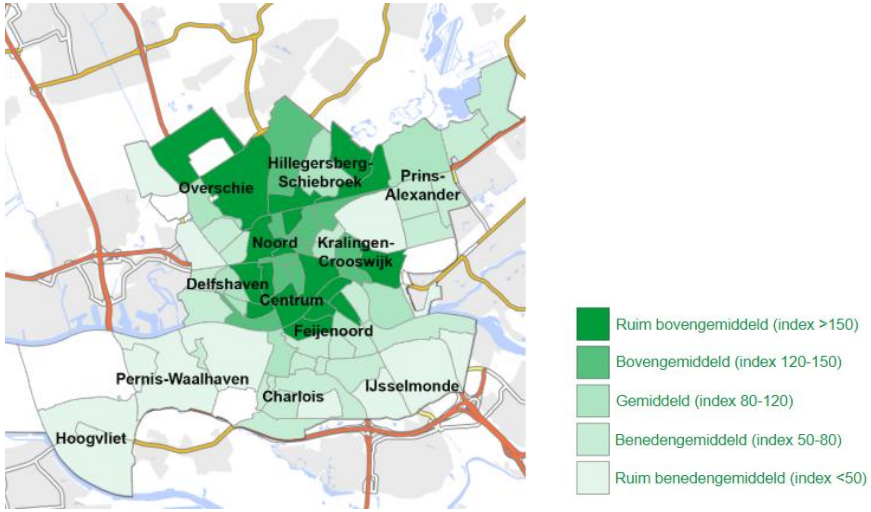
Kijkend naar heel Rotterdam-Noord zien we een oververtegenwoordiging qua bereik en bij heel Rotterdam-Zuid een ondervertegenwoordiging.

Cultuurpubliek per gebied: index

In 2024 komen, in vergelijking met het aantal huishoudens in het betreffende gebied, de meeste cultuurbezoekers uit de wijken/buurten: Noord, Rotterdam Centrum, Hillegersberg-Schiebroek en Delfshaven. De wijken/buurten waar dit het laagst is, zijn Rozenburg, Pernis-Waalhaven en Hoek van Holland.

2024

Wijk	Huishoudens	Index
Prins Alexander	46.373	75
Delfshaven	37.506	137
Feijenoord	37.843	94
Charlois	33.626	67
IJsselmonde	28.473	47
Kralingen-Crooswijk	27.950	120
Noord	27.841	166
Hillegersberg-Schiebroek	20.532	143
Rotterdam Centrum	23.037	161
Hoogvliet	15.958	32
Overschie	9.299	93
Rozenburg	5.828	30
Hoek van Holland	4.901	20
Pernis-Waalhaven	2.299	22



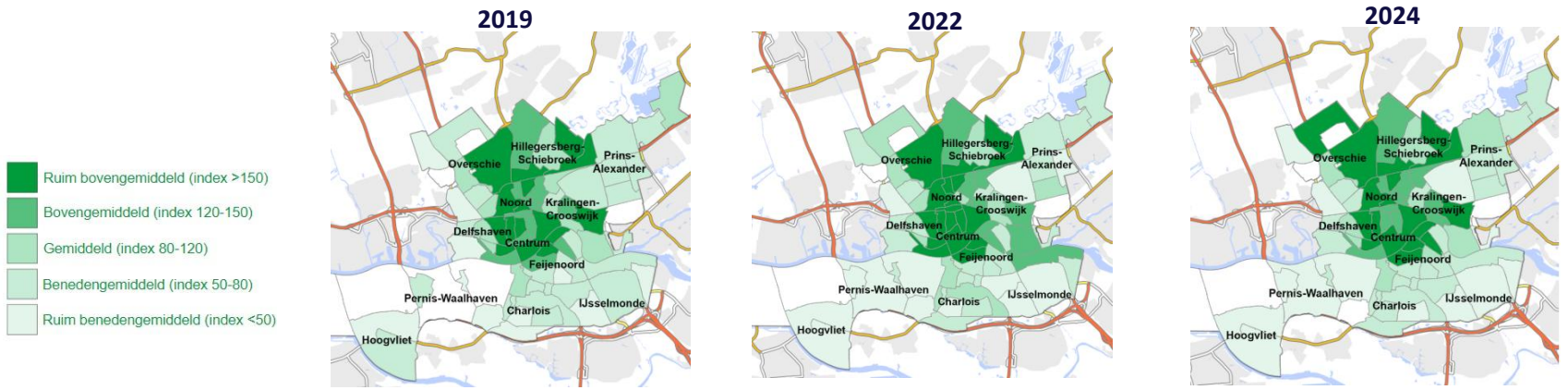
INDEXEN – van hoog naar laag

1.	Noord
2.	Rotterdam Centrum
3.	Hillegersberg-Schiebroek
4.	Delfshaven
5.	Kralingen-Crooswijk
6.	Feijenoord
7.	Overschie
8.	Prins Alexander
9.	Charlois
10.	IJsselmonde
11.	Hoogvliet
12.	Rozenburg
13.	Pernis-Waalhaven
14.	Hoek van Holland

Rotterdam Festivals

Cultuurpubliek per gebied: index

De gebieden in 2024 met een oververtegenwoordiging qua cultuurpubliek zijn grotendeels hetzelfde als in 2022: Delfshaven, Noord, Hillegersberg-Schiebroek, Rotterdam Centrum en Kralingen-Crooswijk. In 2022 had Kralingen-Crooswijk nog een normale verdeling, maar dit gebied laat in 2024 een oververtegenwoordiging zien, net als in 2019.



Wijk	Huishoudens	Index	Huishoudens	Index	Huishoudens	Index	
Prins Alexander	45.422	75	46.434	76	46.373	75	
Delfshaven	36.486	130	37.036	137	37.506	137	
Feijenoord	36.475	85	37.109	94	37.843	94	
Charlois	33.310	63	34.486	62	33.626	67	+
IJsselmonde	28.025	52	29.025	54	28.473	47	-
Kralingen-Crooswijk	27.606	124	28.528	115	27.950	120	+
Noord	27.533	162	27.787	153	27.841	166	+
Hillegersberg-Schiebroek	20.130	147	21.007	143	20.532	143	
Rotterdam Centrum	20.086	178	22.670	182	23.037	161	-
Hoogvliet	15.665	46	16.291	42	15.958	32	-
Overschie	8.813	94	9.058	99	9.299	93	-
Rozenburg	5.813	31	5.855	14	5.828	30	+
Hoek van Holland	4.717	28	4.950	17	4.901	20	
Pernis-Waalhaven	2.273	59	2.320	25	2.299	22	

INDEXEN - 2024 versus 2022

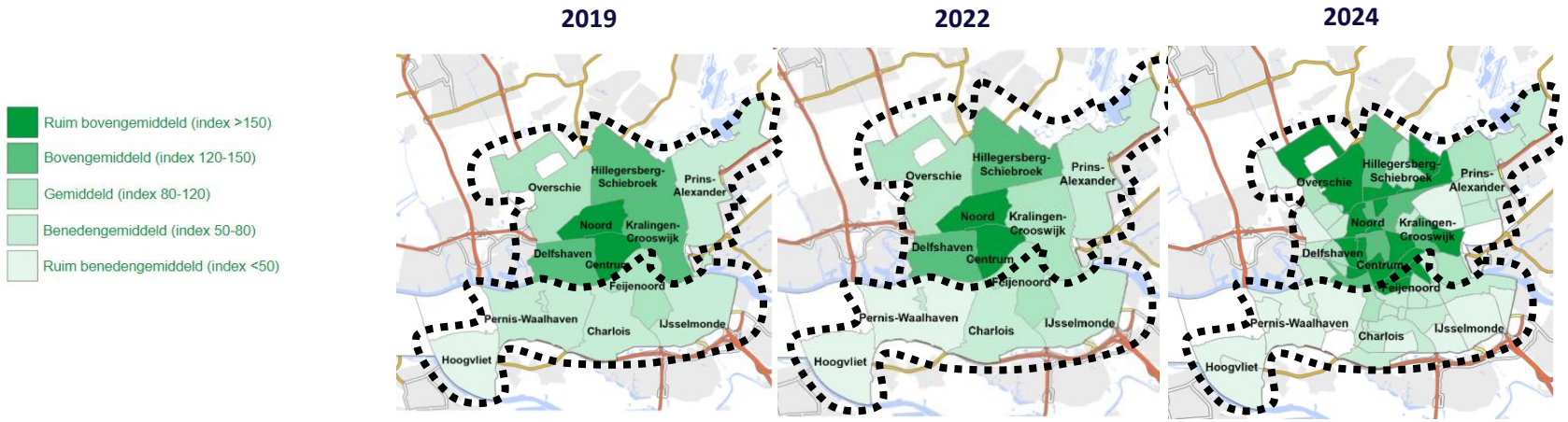
Hoger dan in 2022 (5 of meer):
- Charlois
- Kralingen-Crooswijk
- Noord
- Rozenburg

Lager dan in 2022 (5 of meer):
- IJsselmonde
- Rotterdam Centrum
- Hoogvliet
- Overschie

Kralingen-Crooswijk laat als enige een verandering zien in vertegenwoordiging: van een normale vertegenwoordiging in 2022 naar een oververtegenwoordiging in 2024.

Cultuurpubliek Rotterdam-Noord versus Rotterdam-Zuid

We zien in 2024 een soortgelijk beeld als in 2022 als je kijkt beeld naar het bereik van de Culturele Doelgroepen in Rotterdam Noord en Rotterdam Zuid. Ten opzichte van 2022 is de index in Noord gelijk gebleven en in Zuid licht gedaald.



Rotterdam-Noord vs. Rotterdam-Zuid	Index	Index	Index
Noord (alle wijken)	121	125	125
Zuid (alle wijken)	75	67	66
Zuid (zonder bepaalde wijken*)	73	65	64

In alle jaren is er sprake van oververtegenwoordiging in Noord en ondervertegenwoordiging in Zuid.

Ook in Zuid zonder de bepaalde wijken* zien we een ondervertegenwoordiging. Dit was ook in voorgaande jaren het geval.

*Rotterdam-Zuid (zonder bepaalde wijken): Charlois, IJsselmonde, Feijenoord (exclusief de buurten Kop van Zuid + Entrepot en Noordereiland).

Lokale culturele initiatieven

Grafieken

Wat is het bereik van de lokale initiatieven, en hoe verhoudt dit zich tot de aanwezigheid van de doelgroepen in de stad?

Welke verschillen zijn er tussen 2024 en 2022?

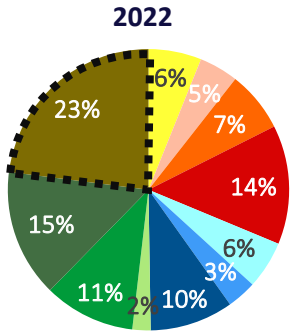
Net als in 2022 is de *Lokale Vrijetijdsgenieters* de grootste groep (20%) onder de bezoekers van de lokale initiatieven.

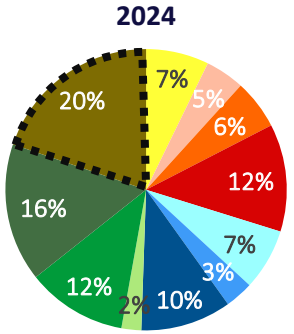
Het bereik is bij meerdere doelgroepen anders dan de ‘te verwachte vertegenwoordiging’ kijkend naar de hoofdgroepen. Zo laten bijvoorbeeld de *Startende Cultuurspeurders (Medium)* een normale vertegenwoordiging en de *Proevende Buitenwijkers* (*Medium*) een oververtegenwoordiging. En in Hoofdgroep *Licht* zien we een normale vertegenwoordiging zowel op de *Sociale Cultuurhoppers* als de *Lokale Vrijetijdsgenieters.*

In 2024, vergeleken met 2022, laten de meeste doelgroepen een vergelijkbare vertegenwoordiging zien. De grootste verschillen zijn zichtbaar bij de *Culturele Alleseters*, die verschuiven van een onder- naar een normale vertegenwoordiging, en bij zowel de *Actieve Vermaakvangers* als de *Lokale Vrijetijdsgenieters*, die van oververtegenwoordiging naar een normale vertegenwoordiging zijn gaan.

Cultuurpubliek in Rotterdam

Bij een vergelijking tussen 2024 en 2022 vallen enkele verschillen op, waarbij vooral opvalt dat zowel de *Actieve Vermaakvangers* als de *Lokale Vrijetijdsgenieters* zijn verschoven van een oververtegenwoordiging naar een normale vertegenwoordiging. Hoewel het percentage iets lager is (-3%), blijft de grootste groep die wordt bereikt met de lokale initiatieven, net als in 2022, de *Lokale Vrijetijdsgenieters*.





	Index 2022	Index 2024	
Culturele Alleseters	68	85	+
Kindrijke Cultuurvreters	96	113	+
Weelderige Cultuurminnaars	188	158	-
Klassieke Cultuurliefhebbers	182	185	
Startende Cultuurspeurders	46	59	+
Actieve Vermaakvangers	130	112	-
Proevende Buitenwijkers	135	132	
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	36	41	+
Flanerende Plezierzoekers	71	73	
Sociale Cultuurhoppers	97	107	+
Lokale Vrijetijdsgenieters	131	109	-
	n=230	n=244	

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
De grootste procentuele veranderingen qua bereik zien we bij de *Lokale Vrijetijdsgenieters* (-3%).

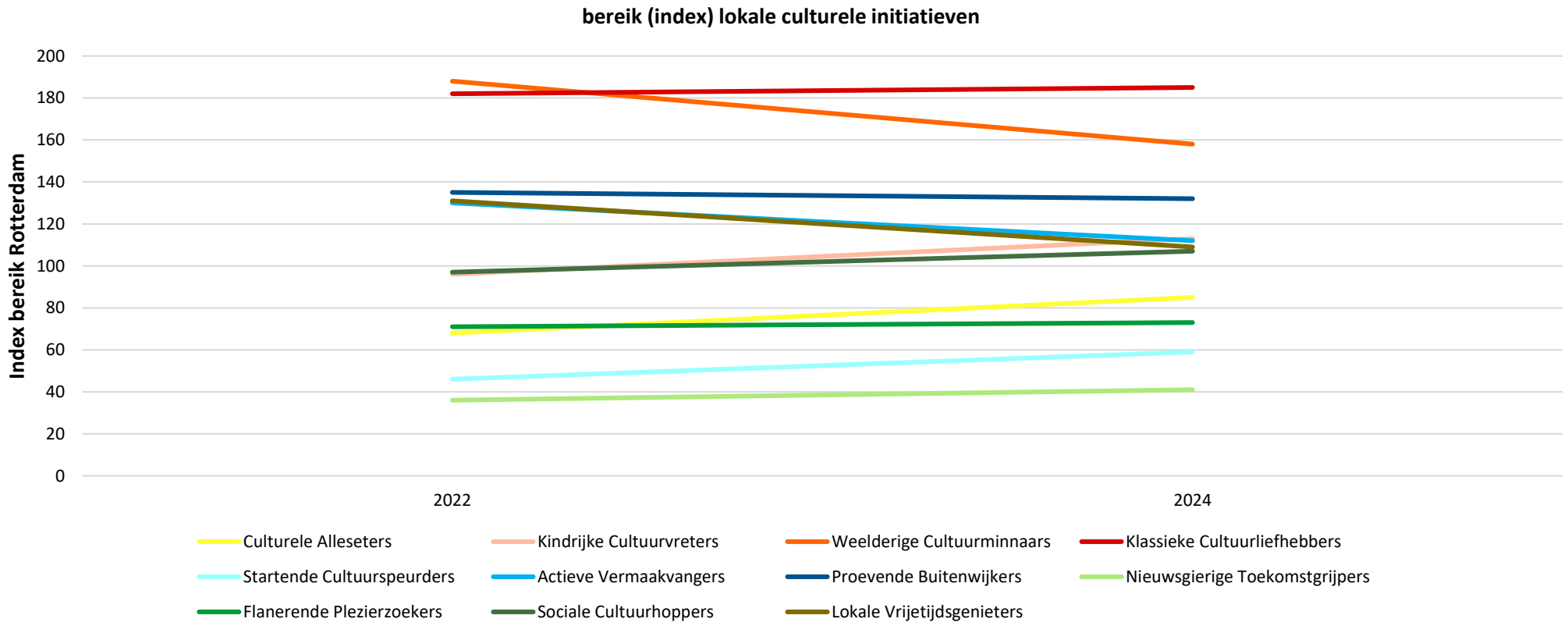
INDEXCIJFERS - 2024 versus 2022:
Ten opzichte van 2022 zien we in 2024 een hogere index bij de *Culturele Alleseters, Kindrijke Cultuurvreters, Startende Cultuurspeurders, Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* en de *Sociale Cultuurhoppers.*

De index van de *Weelderige Cultuurminnaars,* de *Actieve Vermaakvangers* en de *Lokale Vrijetijdsgenieters* is in 2024 lager dan in 2022.

Opvallend ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging'

Cultuurpubliek versus aanwezigheid in Rotterdam: index

Ten opzichte van 2022 zien we in 2024 een stijging van de index bij de *Culturele Alleseters*, *Kindrijke Cultuurvreters*, *Startende Cultuurspeurders*, *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* en de *Sociale Cultuurhoppers*. En een daling bij de index van de *Weelderige Cultuurminnaars*, de *Actieve Vermaakvangers* en de *Lokale Vrijetijdsgenieters.*



Culturele organisaties buiten het cultuurplan

Grafieken

Wat is het bereik van de organisaties buiten het cultuurplan, en hoe verhoudt dit zich tot de aanwezigheid van de doelgroepen in de stad?

Welke verschillen zijn zichtbaar tussen 2024 en 2022?

De grootste doelgroep bij de culturele organisaties buiten het cultuurplan zijn de *Flanerende Plezierzoekers*. In 2022 deelden zij deze positie nog met de *Sociale Cultuurhoppers*.

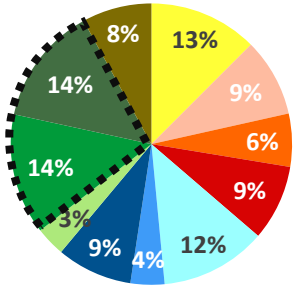
De culturele organisaties buiten het cultuurplan laten bij meerdere groepen een andere vertegenwoordiging zien dan de ‘verwachte verdeling’. Zo is er sprake van een normale vertegenwoordiging onder de *Klassieke Cultuurliefhebbers* (Hoofdgroep *Intensief*), een oververtegenwoordiging onder de *Actieve Vermaakvangers* en de *Proevende Buitenwijkers* (Hoofdgroep *Medium*), en een normale vertegenwoordiging onder de *Flanerende Plezierzoekers* en *Sociale Cultuurhoppers* (Hoofdgroep *Licht*).

De index is in 2024 ten opzichte van 2022 hoger bij de *Culturele Alleseters* en de *Weelderige Cultuurminnaars,* en lager bij de *Actieve Vermaakvangers*.

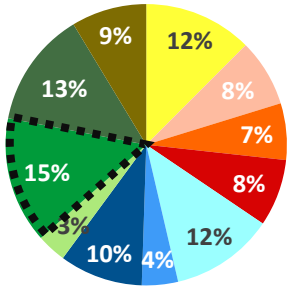
Cultuurpubliek in Rotterdam

De grootste groep onder de bezoekers van de 24 culturele organisaties buiten het cultuurplan zijn de *Flanerende Plezierzoekers* uit Hoofdgroep *Licht*. Zij laten een normale vertegenwoordiging zien wanneer het publieksbereik wordt afgezet tegen hun aanwezigheid in Rotterdam. Ook de *Sociale Cultuurhoppers* uit dezelfde hoofdgroep laten een normale vertegenwoordiging zien. Tussen 2024 en 2022 zijn bij deze organisaties weinig veranderingen zichtbaar.

2022



2024



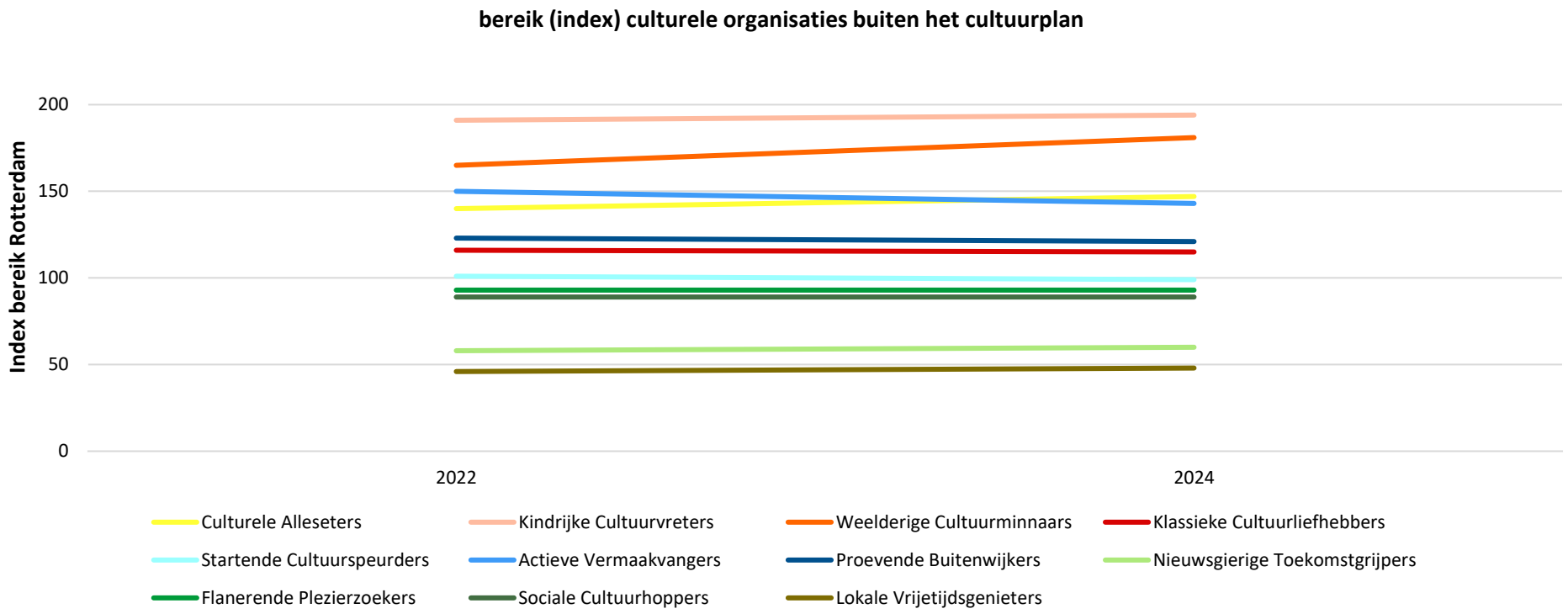
	Index	Index	
Culturele Alleseters	140	147	+
Kindrijke Cultuurvreters	191	194	
Weelderige Cultuurminnaars	165	181	+
Klassieke Cultuurliefhebbers	116	115	
Startende Cultuurspeurders	101	99	
Actieve Vermaakvangers	150	143	-
Proevende Buitenwijkers	123	121	
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	58	60	
Flanerende Plezierzoekers	93	93	
Sociale Cultuurhoppers	89	89	
Lokale Vrijetijdsgenieters	46	48	
	n=10	n=24	

PERCENTAGES - 2024 versus 2022:
Ten opzichte van 2022 zien we geen grote veranderingen in percentages in 2024.

INDEXCIJFERS - 2024 versus 2022:
We zien een stijging op de index van de *Culturele Alleseters* en *Weelderige Cultuurminnaars* ten opzichte van 2022. Daarnaast zien we een daling op de index van de *Actieve Vermaakvangers* in 2024.

Cultuurpubliek versus aanwezigheid in Rotterdam: index

We zien een stijging op de index van de *Culturele Alleseters* en *Weelderige Cultuurminnaars* ten opzichte van 2022. Daarnaast zien we een daling op de index van de *Actieve Vermaakvangers* in 2024.



Bijlage 1.

Veel bezochte organisaties per Culturele Doelgroep

Voorbeelden t.b.v. samenwerking & kennisdeling

In Rotterdam hebben culturele instellingen gezamenlijk afgesproken om zoveel mogelijk Rotterdammers te bereiken. Iedere instelling heeft daarbij een eigen rol. Zo kan elke instelling een sterk merk opbouwen met een duidelijke positionering richting een aantal specifieke doelgroepen.

Op de volgende pagina's vind je per culturele doelgroep enkele voorbeelden van instellingen die deze groep relatief veel weten te bereiken. Als jouw instelling een van deze doelgroepen wil bereiken, kun je contact opnemen met de betreffende organisatie om mogelijkheden voor samenwerking bespreken of kennis te delen.

Uit verschillende analyses blijkt dat de Hoofdgroep *Licht* ondervertegenwoordigd is binnen het culturele bereik in Rotterdam. Op dit gebied is er ruimte voor groei en ontwikkeling.

Culturele organisaties met een oververtegenwoordiging op de *Culturele Alleseters*, o.a.:

Blijdorp Festival, CLUB GEWALT, Conny Jansen Danst, De Dependance, Debatpodium Arminius, Groot Rotterdams Atelier Weekend, Hiphop In Je Smoel, International Film Festival Rotterdam (IFFR), LantarenVenster, Nederlands Fotomuseum, OMI, Oranjebitter, Parade, Poetry International, Rotown Magic, Rotterdamse Dakendagen, Theater Walhalla, Urland

Culturele organisaties met een oververtegenwoordiging op de *Kindrijke Cultuurvreters*, o.a.:

Arab Film Festival, Belasting en Douane Museum, Bibliotheek Rotterdam, Circusstad Rotterdam, de Doelen, Garage Rotterdam, Het Nieuwe Instituut, Islemunda, Jeugdtheater Hofplein, Maas Theater, Mariniers Museum, Maritiem Museum, Natuurhistorisch Museum, SKVR, Studio De Bakkerij, Theater Zuidplein, Villa Zebra, Wereldmuseum Rotterdam

Culturele organisaties met een oververtegenwoordiging *Weelderige Cultuurminnaars*, o.a.:

Conny Jansen Danst, De Doelen, Debatpodium Arminius, Hotel Modern, International Film Festival Rotterdam (IFFR), Jeugdtheater Hofplein, LantarenVenster, LaurensVocaal, Laurenskerk, Luxor, O Festival, Parade, Popunie, Rotown Magic, Rotterdamse Dakendagen, Rotterdams Philharmonisch Orkest, SKVR, Scapino Ballet, Theater Babel, Theater Walhalla

Culturele organisaties met een oververtegenwoordiging op de *Klassieke Cultuurliefhebbers*, o.a.:

Chabot Museum, Conny Jansen Danst, de Doelen, Debatpodium Arminius, Groot Rotterdams Atelier Weekend, Hotel Modern, Jeugdtheater Hofplein, Laurenskerk, O Festival, Office for Metropolitan Information (OMI), Rotterdams Philharmonisch Orkest, Scapino Ballet, Sinfonia, Theater Babel, Theater Rotterdam, Verhalenhuis Belvédère

Hoofdgroep
Intensief

Rotterdam Festivals

Culturele organisaties met een oververtegenwoordiging op de *Startende Cultuurspeurders*, o.a.:

BIRD, Blijdorp Festival, Brutus, TENT / CBK, Dansateliers, De Dependance, De Nieuwe Lichting, Garage Rotterdam, Grounds, HipHopHuis, House of Knowledge, International Architecture Biënnale Rotterdam (IABR), Kunstinstituut Melly, MaMa, Oranjebitter, Roffa Mon Amour, Roodkapje, The Writer's Guide to the Galaxy, WAT WE DOEN, WORM

Culturele organisaties met een oververtegenwoordiging op de *Actieve Vermaakvangers*, o.a.:

Belasting en Douane Museum, Bibliotheek Rotterdam, Bluegrass Festival, Boothstock, Islemunda, Jeugdtheater Hofplein, Laurenskerk, Luxor Theater, Maas theater & dans, Natuurhistorisch Museum Rotterdam, Poetry International, RoMeO, SKVR, Spraakuhloos, Stichting Xclusiv, Studio de Bakkerij, Theater Walhalla, Theater Zuidplein, Villa Zebra, Wereldmuseum Rotterdam

Culturele organisaties met een oververtegenwoordiging op de *Proevende Buitenwijkers*, o.a.:

Baroeg, Bibliotheek Rotterdam, Bluegrass Festival, Circusstad Rotterdam, Cultuur Concreet, Hiphop In Je Smoel, House of Urban Arts, Islemunda, Jeugdtheater Hofplein, Luxor Theater, Metropolis, Natuurhistorisch Museum Rotterdam, Popunie, Reggae Woods Festival, RoMeO, Spraakuhloos, Stichting Xclusiv, Theater Zuidplein, WAT WE DOEN

Hoofdgroep
Medium

Culturele organisaties met een normale of oververtegenwoordiging op de *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*, o.a.:

A Tale of a Tub, Afrikaanderwijk Coöperatief U.A., Arab Film Festival, Baroeg, BIRD, Brutus, TENT / CBK, De Dependance, De Nieuwe Lichting, Garage Rotterdam, Grounds, Hiphop In Je Smoel. HipHopHuis, House of Knowledge, House of Urban Arts, MaMa, Poetry International, Roffa Mon Amour, Roodkapje, Rotterdam Unlimited, Stichting Exclusiv, WORM

Culturele organisaties met een normale of oververtegenwoordiging op de *Flanerende Plezierzoekers*, o.a.:

Afrikaanderwijk Coöperatief U.A, Baroeg, Boothstock, Dansateliers, De Nieuwe Lichting, HipHopHuis, House of Knowledge, House of Urban Arts, Islemunda, MaMa, Maritiem Museum, Reggae Woods Festival, Roodkapje, Rotterdam Unlimited, Stichting Rotterdams Wijktheater, Stichting Xclusiv, The Writer's Guide to the Galaxy, Theater Zuidplein, Villa Zebra, WORM

Culturele organisaties met een normale of oververtegenwoordiging op de *Sociale Cultuurhoppers*, o.a.:

A Tale of a Tub, Baroeg, Belasting & Douane Museum, Bibliotheek Rotterdam, Cultuur Concreet, Dansateliers, Garage Rotterdam, House of Knowledge, Islemunda, Lloydscompany, MaMA, Popunie, Reggae Woods Festival, Rotterdam International Duet Choreography Competition (RIDCC), Rotterdam Unlimited, Spraakuhloos, Stichting Rotterdams Wijktheater

Culturele organisaties met een normale of oververtegenwoordiging op de *Lokale Vrijetijdsgenieters*, o.a.:

Cultuur Concreet, Islemunda, North Sea Round Town

Hoofdgroep
Licht

Rotterdam Festivals

Bijlage 2.

Gebruikte indeling organisaties

Organisaties en indeling

Organisatie	Cultuurplan / instelling / lokaal initiatief	Type	Toetreden cultuurplan
A Tale of a Tub	Cultuurplan	Galeries	Doorgroeiers (2017-2020)
AFFR - Architectuur Film Festival Rotterdam	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
Afrikaanderwijk Coöperatief U.A.	Cultuurplan	Zelf actief	Nieuwkomers (2021-2024)
AIR (stichting)	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
Arab FilmFestival	Cultuurplan	Festivals	Doorgroeiers (2017-2020)
Baroeg	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
BIRD	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Boijmans van Beuningen	Cultuurplan	Musea	RCB (voor 2017)
Brutus	Cultuurplan	Galeries	Nieuwkomers (2021-2024)
Centraal Plan Bureau Rotterdam	Cultuurplan	Festivals	Nieuwkomers (2021-2024)
Chabot Museum totaal	Cultuurplan	Musea	CPI* (voor 2017)
Circusstad Rotterdam	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
CLUB GEWALT	Cultuurplan	Gezelschappen	Nieuwkomers (2021-2024)
Conny Janssen Danst	Cultuurplan	Gezelschappen	CPI* (voor 2017)
Dansateliers	Cultuurplan	Zelf actief	CPI* (voor 2017)
De Dependance	Cultuurplan	Podia	Nieuwkomers (2021-2024)
De Doelen Culturele verhuur	Cultuurplan	Podia	RCB (voor 2017)
De Nieuwe Lichting	Cultuurplan	Festivals	Doorgroeiers (2017-2020)
Debatpodium Arminius	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Doelenensemble	Cultuurplan	Gezelschappen	CPI* (voor 2017)
Garage Rotterdam	Cultuurplan	Galeries	Doorgroeiers (2017-2020)

Organisaties en indeling

Organisatie	Cultuurplan / instelling / lokaal initiatief	Type	Toetreden cultuurplan
Grounds	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Hiphop In Je Smoel (HIJS)	Cultuurplan	Zelf actief	CPI* (voor 2017)
HipHopHuis	Cultuurplan	Zelf actief	CPI* (voor 2017)
Hotel Modern	Cultuurplan	Gezelschappen	CPI* (voor 2017)
House of Knowledge	Cultuurplan	Zelf actief	Nieuwkomers (2021-2024)
House of Urban Arts	Cultuurplan	Zelf actief	Doorgroeiers (2017-2020)
IABR International Architecture Biennale Rotterdam	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
International Film Festival Rotterdam	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
Jeugdtheater Hofplein Bezoekers	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Kunsthal Rotterdam	Cultuurplan	Zelf actief	CPI* (voor 2017)
Kunstinstituut Melly	Cultuurplan	Musea	RCB (voor 2017)
LantarenVenster	Cultuurplan	Galeries	CPI* (voor 2017)
Laurens Vocaal eigen data	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Laurenskerk	Cultuurplan	Gezelschappen	CPI* (voor 2017)
Lloydscompany	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Luxor Theater (ex.)	Cultuurplan	Gezelschappen	Nieuwkomers (2021-2024)
Maas theater en dans (ex.)	Cultuurplan	Podia	RCB (voor 2017)
MaMa	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Maritiem Museum	Cultuurplan	Galeries	CPI* (voor 2017)
Metropolis	Cultuurplan	Musea	RCB (voor 2017)

Organisaties en indeling

Organisatie	Cultuurplan / instelling / lokaal initiatief	Type	Toetreden cultuurplan
Motel Mozaïque	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
Museum Rotterdam 40-45	Cultuurplan	Musea	CPI* (voor 2017)
Natuurhistorisch Museum Rotterdam	Cultuurplan	Musea	CPI* (voor 2017)
Nederlands Fotomuseum	Cultuurplan	Musea	CPI* (voor 2017)
NSRT	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
O Festival	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
OMI	Cultuurplan	Podia	Nieuwkomers (2021-2024)
Poetry International	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
Popunie	Cultuurplan	Zelf actief	CPI* (voor 2017)
RoMeO	Cultuurplan	Musea	CPI* (voor 2017)
Roodkapje	Cultuurplan	Galeries	Doorgroeiers (2017-2020)
Rotown	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Rotown Magic	Cultuurplan	Festivals	Doorgroeiers (2017-2020)
Rotterdam International Duet Choreography Competition (RIDCC)	Cultuurplan	Gezelschappen	Nieuwkomers (2021-2024)
Rotterdam Unlimited	Cultuurplan	Festivals	CPI* (voor 2017)
Rotterdamse Dakendagen	Cultuurplan	Festivals	Nieuwkomers (2021-2024)
RPHO totaal	Cultuurplan	Gezelschappen	RCB (voor 2017)
Scapino Ballet Rotterdam	Cultuurplan	Gezelschappen	CPI* (voor 2017)
Sinfonia Rotterdam	Cultuurplan	Gezelschappen	CPI* (voor 2017)
SKVR	Cultuurplan	Zelf actief	CPI* (voor 2017)
Spraakuhloos	Cultuurplan	Zelf actief	Nieuwkomers (2021-2024)

Organisaties en indeling

Organisatie	Cultuurplan / instelling / lokaal initiatief	Type	Toetreden cultuurplan
Stichting Rotterdams Wijktheater	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Stichting Xclusiv	Cultuurplan	Gezelschappen	Doorgroeiers (2017-2020)
Studio De Bakkerij	Cultuurplan	Podia	Doorgroeiers (2017-2020)
CBK/TENT	Cultuurplan	Galeries	CPI* (voor 2017)
The Writer's Guide to the Galaxy	Cultuurplan	Zelf actief	Nieuwkomers (2021-2024)
Theater Babel	Cultuurplan	Gezelschappen	Doorgroeiers (2017-2020)
Theater Rotterdam totaal	Cultuurplan	Podia	RCB (voor 2017)
Theater Walhalla	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)
Theater Zuidplein ex	Cultuurplan	Podia	RCB (voor 2017)
Urland ex TR	Cultuurplan	Gezelschappen	Doorgroeiers (2017-2020)
V2 lab voor instabiele media	Cultuurplan	Galeries	CPI* (voor 2017)
Verhalenhuis Belvédère Rotterdam	Cultuurplan	Podia	Doorgroeiers (2017-2020)
Villa Zebra	Cultuurplan	Musea	CPI* (voor 2017)
WAT WE DOEN	Cultuurplan	Gezelschappen	Nieuwkomers (2021-2024)
Wereldmuseum Rotterdam	Cultuurplan	Musea	CPI* (voor 2017)
WORM	Cultuurplan	Podia	CPI* (voor 2017)

Organisaties en indeling

Organisatie	Cultuurplan / instelling / lokaal initiatief	Type	Toetreden cultuurplan
African Food Festival	Culturele Instelling	Festivals	-
Belasting en Douane Museum	Culturele Instelling	Musea	-
Bevrijdingsfestival	Culturele Instelling	Festivals	-
Bibliotheek Rotterdam Leden	Culturele Instelling	Zelf actief	-
Blijdorp Festival	Culturele Instelling	Festivals	-
Bluegrass Festival	Culturele Instelling	Festivals	-
Boothstock	Culturele Instelling	Festivals	-
Floating Pasar	Culturele Instelling	Festivals	-
GRAW	Culturele Instelling	Festivals	-
Het Nieuwe Instituut	Culturele Instelling	Musea	-
Islemunda	Culturele Instelling	Podia	-
Keti Koti	Culturele Instelling	Festivals	-
Kidsstock	Culturele Instelling	Festivals	-
Mariniers Museum	Culturele Instelling	Musea	-
Network Festival	Culturele Instelling	Festivals	-
Oranjebitter	Culturele Instelling	Festivals	-
Parade	Culturele Instelling	Festivals	-
Reggae Woods Festival	Culturele Instelling	Festivals	-
Roffa Mon Amour	Culturele Instelling	Festivals	-

Organisaties en indeling

Organisatie	Cultuurplan / instelling / lokaal initiatief	Type	Toetreden cultuurplan
Rotterdam Streetculture Week	Culturele Instelling	Festivals	-
São João Rotterdam	Culturele Instelling	Festivals	-
The Couch	Culturele Instelling	Festivals	-
Weekend Romantische Muziek	Culturele Instelling	Festivals	-
Yardbird United Culture Festival	Culturele Instelling	Festivals	-
Cultuur Concreet LCP	Lokale Initiatieven	Lokale Initiatieven	-

Bijlage 3.

Culturele Doelgroepenmodel

Culturele Doelgroepenmodel

Het cultuurpubliek in kaart

Wie bezoekt kunst & cultuur? Wie juist niet, of nog weinig? Het Culturele Doelgroepenmodel helpt je om publiek in kaart te brengen en te werken aan publieksbereik. Om meer inzicht in te krijgen in kunst- & cultuurparticipatie en dit te kunnen stimuleren, heeft Rotterdam Festivals dit model ontwikkeld.

Het Culturele Doelgroepenmodel is een segmentatiemethode speciaal voor de culturele sector en geeft onder meer inzicht in:

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

van het huidige publiek en/of (potentiële) doelgroepen.

Het Culturele Doelgroepenmodel deelt publiek op in groepen, op basis van culturele voorkeuren en gedrag. Het model onderscheidt drie hoofdgroepen: *Intensief*, *Medium* en *Licht*. Daarbinnen vallen 11 Culturele Doelgroepen, met namen als Culturele Alleseters, Proevende Buitenwijkers en Lokale Vrijetijdsgenieters. Alle huishoudens in Nederland kunnen middels een adres worden gekoppeld aan een van de Culturele Doelgroepen. Uitgebreide beschrijvingen van de 11 Culturele Doelgroepen vind je hier in de landelijke brochure.

Onder meer door een veranderende wereld, maatschappij en stad moet er minimaal eens in de zeven jaar een update plaatsvinden. De meest recente herziening heeft in 2021 plaatsgevonden. Daarnaast wordt het model continue geüpdatet en verrijkt. Dit laatste doen we door zelf onderzoek te doen, maar ook door onderzoek van derden te koppelen aan de Culturele Doelgroepen.

Eén taal voor de hele cultuursector

Het Culturele Doelgroepenmodel wordt in heel het land ingezet, en biedt houvast aan culturele instellingen en festivalorganisatoren, maar ook aan gemeentes, fondsen en de overheid.

Individueel bereik van culturele organisaties

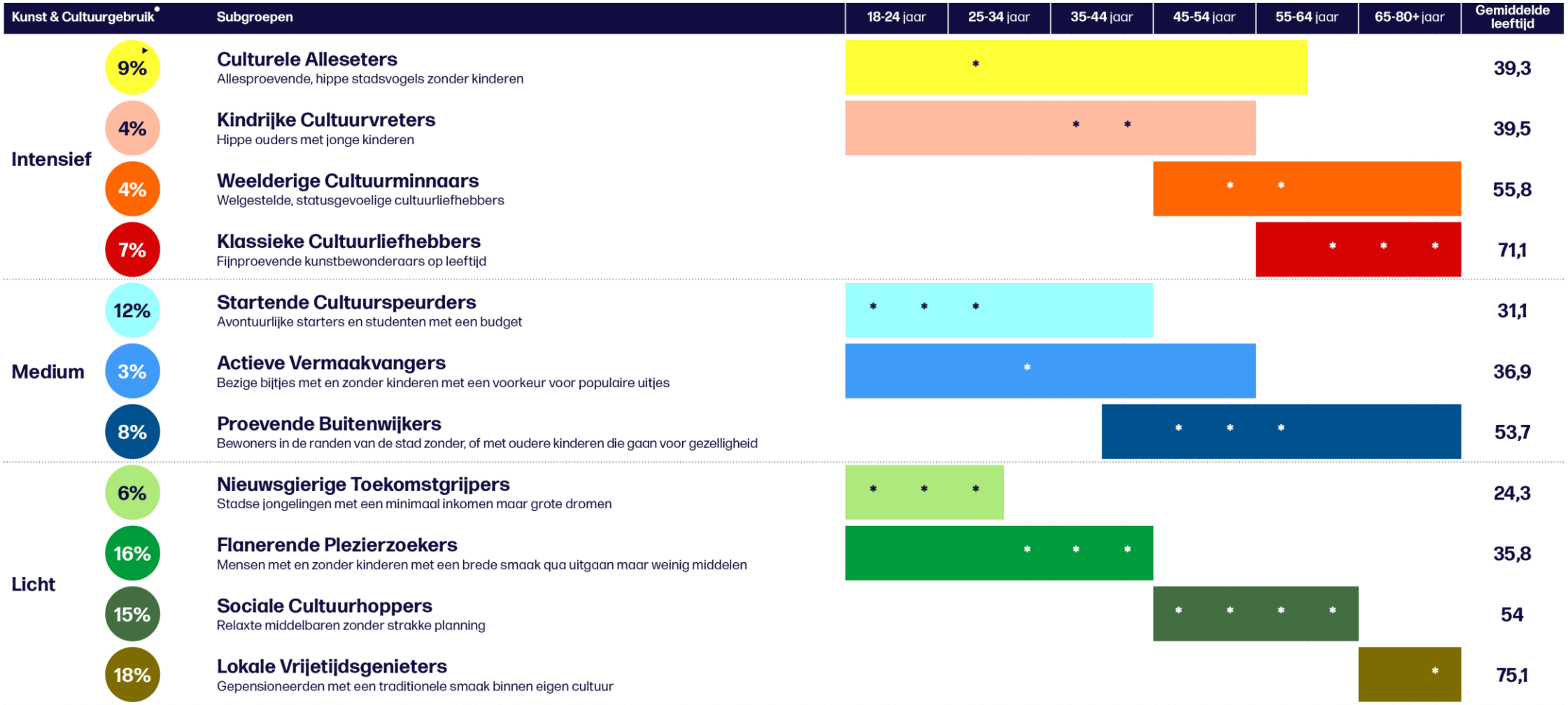
Inzicht in huidige en potentiële doelgroepen helpt culturele organisaties bij het maken van keuzes op het gebied van beleid, programmering of marketing en communicatie. Heeft de doelgroep weinig geld over voor cultuur? Dan betekent dat iets voor de toegangsprijs die je kunt vragen. Reist jouw doelgroep voornamelijk met het ov? Dan is dat van invloed op je locatiekeuze. Hoe beter je jouw doelgroepen kent, hoe beter je ze weet te vinden, verleiden en vasthouden. Zo kan het Culturele Doelgroepenmodel, eventueel aangevuld met eigen informatie, leiden tot een gerichtere aanpak. De kunst is om de juiste vertaalslag te maken – en daar kan Rotterdam Festivals in ondersteunen.

Collectief bereik van de cultuursector

Het Culturele Doelgroepenmodel is voor Rotterdam, Utrecht, Den Haag, Amsterdam -maar ook voor andere steden, (kleinere) gemeentes en provincies zoals Brabant en Zuid-Holland een belangrijke tool om het collectieve cultuurbereik in kaart te brengen. Wie bereiken we gezamenlijk en wie (nog) niet? Zijn er verschillen tussen nieuwe en gevestigde instellingen, tussen musea en podia, of tussen bepaalde wijken/gebieden? Dit soort informatie biedt inzicht en handvatten voor subsidieverstrekkers, fondsen en de overheid om cultuurbeleid te maken, te monitoren, bij te sturen en te evalueren.

Meer lezen? Kijk dan op cultureledoelgroepenmodel.nl

Overzicht Culturele Doelgroepen in Rotterdam

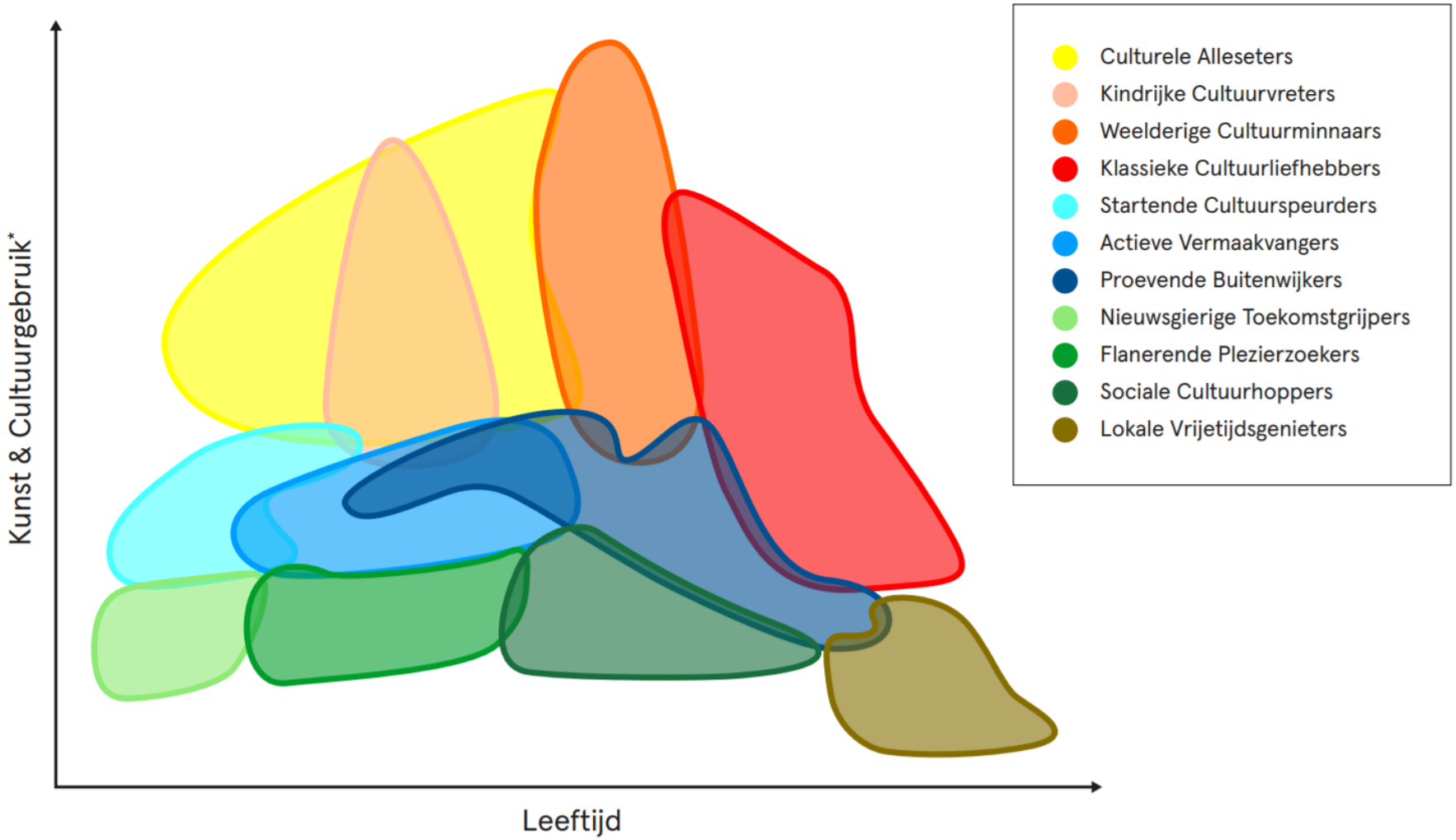


- • Kijkend naar de frequentie en het gebruik van het huidige kunst- en cultuuraanbod
- ▸ De afgeronde percentages representeren de aanwezigheid in Rotterdam
- * De sterretjes geven aan welke leeftijden het vaakst voorkomen
- ▪ Komen vooral voor in de Randstad en in grotere steden. Gekeken naar Nederland in totaal is deze groep kleiner

→ naar inhoudsopgave

Rotterdam Festivals

Culturele Doelgroepen ten opzichte van elkaar



Bijlage 4.
Meer informatie

Meer weten?

We organiseren gedurende het jaar diverse sessies, o.a. in het kader van:

- Data geïnformeerd werken;
- Werken aan Publiek;
- Werken aan Impact;
- Realiseren festivals / events.

Online sessies rondom het Culturele Doelgroepenmodel, o.a.:

- Kennismaken met het Culturele Doelgroepenmodel
- Culturele Doelgroepenmodel in de praktijk
- Toelichting van 1 van de Culturele Doelgroepen
- Onderzoek doen' of 'AVG en onderzoek doen

Meer informatie:

- Check ook www.cultureledoelgroepenmodel.nl & www.rotterdamfestivals.nl
- Of neem contact met ons op

Handige links

Over de 11 Culturele Doelgroepen
- Bekijk de video's, brochures, praatplaten of het dashboard voor het volledige overzicht van de 11 Culturele Doelgroepen.

Aan de slag als culturele organisatie
- Inzicht in huidige en potentiële doelgroepen helpt culturele organisaties bij het maken van keuzes op het gebied van beleid, programmering, marketing en/of communicatie.

Vertaling naar jouw eigen organisatie
- Tips om als culturele organisatie het Culturele Doelgroepenmodel te vertalen naar de praktijk.

Diverse publicaties / onderzoeken
- Lees meer over online cultuuraanbod, motieven & drempels om cultuur te bezoeken, reisbereidheid, het nachtleven en meer.

Publiek & Impact Dashboard
- Met het Publiek & Impact Dashboard kunnen culturele organisaties naast toegankelijk publiek- en impactonderzoek doen ook losse Culturele Doelgroepenanalyse doen.
  Meer info of een inlog? Mail ons op impact@rotterdamfestivals.nl

Meer informatie

Culturele Doelgroepenmodel©

Mariska van Elsen
Hoofd Cultuurparticipatie / Onderzoek & Expertise
mariska@rotterdamfestivals.nl
+ 31 10 433 25 11

Eric Elphick
eric@rotterdamfestivals.nl
+ 31 10 433 25 11

Eva Lemstra
eva@rotterdamfestivals.nl
+ 31 10 433 25 11

Kiesha Sewmangal
kiesha@rotterdamfestivals.nl
+ 31 10 433 25 11

Lisanne Meeder
lisanne@rotterdamfestivals.nl
+ 31 10 433 25 11

Ricardo dos Santos
ricardo@rotterdamfestivals.nl
+ 31 10 433 25 11

Ronald Cox
ronald@rotterdamfestivals.nl
+ 31 10 433 25 11

www.rotterdamfestivals.nl
www.cultureledoelgroepenmodel.nl

Rotterdam Festivals

Rotterdam Festivals werkt aan een sterke data-geïnformeerde 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
info@rotterdamfestivals.nl

UiT Uitagenda Rotterdam
ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.

Culturele Doelgroepenmodel©

VERANTWOORDING

Alhoewel de teksten in deze publicatie met de grootst mogelijke zorgvuldigheid tot stand zijn gekomen kunnen door gebruik ervan geen rechten ontleend worden aan of aanspraak gemaakt worden op de juistheid en volledigheid van de inhoud. Ook aanvaarden wij geen aansprakelijkheid voor eventuele schade die daardoor kan ontstaan. Rotterdam Festivals heeft geprobeerd alle rechthebbenden van de in deze uitgave opgenomen foto's te achterhalen. Wanneer u meent rechthebbende te zijn van foto's dient u contact op te nemen met Rotterdam Festivals. Copyright Rotterdam Festivals 2025.

ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN

Niets uit deze publicatie mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt zonder toestemming van Rotterdam Festivals.

Op het Culturele Doelgroepenmodel rusten auteursrechten die aan Rotterdam Festivals toekomen. Zonder expliciete toestemming van Rotterdam Festivals is het niet toegestaan het model geheel of gedeeltelijk te verveelvoudigen en/of openbaar te maken c.q. te gebruiken. Ook is het niet toegestaan een bewerking van het model te maken en te openbaren die niet als een zelfstandige creatie kan worden beschouwd.

www.rotterdamfestivals.nl
www.cultureledoelgroepenmodel.nl

Rotterdam Festivals

Rotterdam Festivals werkt aan een sterke data-geïnformeerde 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
info@rotterdamfestivals.nl

UiT Uitagenda Rotterdam
ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.