

Publieksanalyse rapport Voorbeeld

Het Culturele Doelgroepenmodel ©

Naam organisatie: XXX

Type instelling: Musea

Genre(s): Beeldende Kunst

Periode aangeleverde data t.b.v. rapportage: 2023

Data betreft de volgende werkzaamheden/activiteiten: bezoekers met gekocht ticket

De volgende werkzaamheden/activiteiten vallen buiten dit rapport: project bij verzorgingstehuis,....

In Rotterdam werken we als cultuursector gezamenlijk aan het bereiken van zoveel mogelijk Rotterdammers met kunst & cultuur. In dit kader brengen we onder meer vraag en aanbod in kaart met behulp van het door Rotterdam Festivals ontwikkelde Culturele Doelgroepenmodel.

Hierbij ontvangt u de publieksanalyse van uw organisatie. Dit rapport bevat:

- Vier gebiedsprofielen te weten: het bereik in de gemeente Rotterdam, de Regio Rijnmond (exclusief Rotterdam), Nederland (exclusief Regio Rijnmond) en Nederland. Per gebiedsprofiel krijgt u inzicht in het bereik van de Culturele Doelgroepen middels een index, een cirkeldiagram met percentages en een afbeelding van het betreffende gebied.
- Bij het gebiedsprofiel Rotterdam maken we -indien de data bij ons aanwezig is- een vergelijking met het bereik van vorige jaar. En twee benchmarkanalyses: een vergelijking van het eigen bereik met het bereik van dezelfde type instellingen en met het bereik van de hele culturele sector in Rotterdam.
- Een aantal suggesties voor het behouden, versterken en verbreden van het publieksprofiel in de gemeente Rotterdam.
- Bijlagen met duiding van de terminologie in dit rapport, een uitleg over de interpretatie van de tabellen en meer informatie over het Culturele Doelgroepenmodel.

Via het [online dashboard Samenstelling Publiek](#) kunt u het eigen bereik naast dat van andere organisaties leggen (benchmark). Dit dashboard wordt minstens 1 keer per jaar geüpdatet met actuele bezoekersdata.

Representatieve data

Organisaties zijn zelf verantwoordelijk voor het aanleveren van postcodes, huisnummers en toevoegingen van een representatieve steekproef van hun (Nederlandse) bezoekers. Het verzamelen van deze data kan bijvoorbeeld met behulp van een ticketingsysteem of publieksonderzoek. Rotterdam Festivals kan adviseren op het gebied van dataverzameling, een goede steekproeftrekking en het representatief maken van de data. Tevens is er een document beschikbaar met tips en informatie rondom het verzamelen en aanleveren van data t.b.v. analyses. Dit is op te vragen bij Rotterdam Festivals.

Wat valt binnen / buiten de rapportage

Alle huishoudens in heel Nederland worden middels een postcode, huisnummer en toevoeging gekoppeld aan een van de Culturele Doelgroepen. Dit betekent dat buitenlandse bezoekers en scholen (cultuureducatie) buiten de scope van dit onderzoek vallen.

Deze huidige analyse geeft u inzicht in het publieksbereik op huishoudniveau waarbij ieder huishouden één keer wordt meegenomen. Er wordt in dit geval dus niet gekeken naar herhaalbezoek of bezoek door meerdere personen van het huishouden. Ga voor meer informatie over het model en de Culturele Doelgroepen naar:

www.culturele doelgroepenmodel.nl. Behoeft u aan andere of aanvullende publieksanalyses? Neem dan contact met ons op.

Kwaliteit van de data

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

	Aantal
Totaal Aantal records	15.896
Ontdubbelde records	9.434
Huishouden-match	7.301
Zakelijk adres match	148
Niet-verrijkt	1.985

Bij 77,4% van de 9.434 ontdubbelde records is er een match op huishoudniveau. Er dient bij het interpreteren van de resultaten altijd rekening gehouden te worden met de minimale voorwaarden van een steekproef. Het totale aantal bezoekers waar de steekproef voor staat is tenminste geschat op 15.000 en de totale verrijkte steekproef is 7.301. Op basis hiervan zijn er voldoende registraties voor een betrouwbaar rapport. Zie ook de tabel 'Minimale voorwaarden voor een goede steekproef'.

Onderstaande tabel toont de verrijkte aantallen per gebied:

Gebied	Huishouden match	Percentage herkomst
Rotterdam	3.787	52%
Regio Rijnmond (excl. Rotterdam)	1.354	19%
Nederland (excl. Regio Rijnmond)	2.160	30%
Nederland	7.301	100%

Herkomst naar gebied



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

Minimale voorwaarden voor een goede steekproef (per gebied):

Totale aantal bezoekers	Steekproefgrootte bij steekproefmarge 5%
500	217
1.000	278
5.000	357
10.000	370
30.000	379
50.000	381
100.000	383
300.000	384

Zorg naast voldoende registraties ook voor een goede spreiding in de steekproef, zodat al je verschillende activiteiten goed vertegenwoordigd zijn.

Bezoekersprofiel Rotterdam

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

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

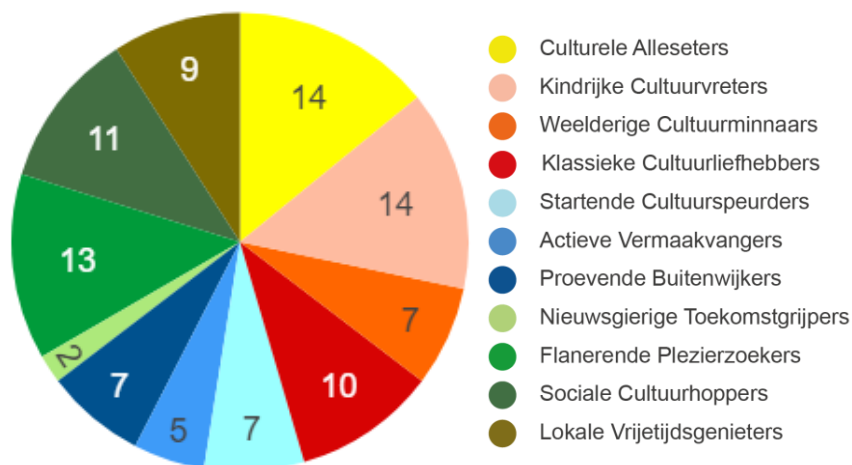
De laatste kolom toont de index van de bezoekers versus de huishoudens. Een index boven de 120 geeft een oververtegenwoordiging van de groep aan. Een index onder de 80 geeft een ondervertegenwoordiging aan. Indien een indexcijfer zwart is, dan is de groep min of meer evenveel aanwezig als je zou verwachten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

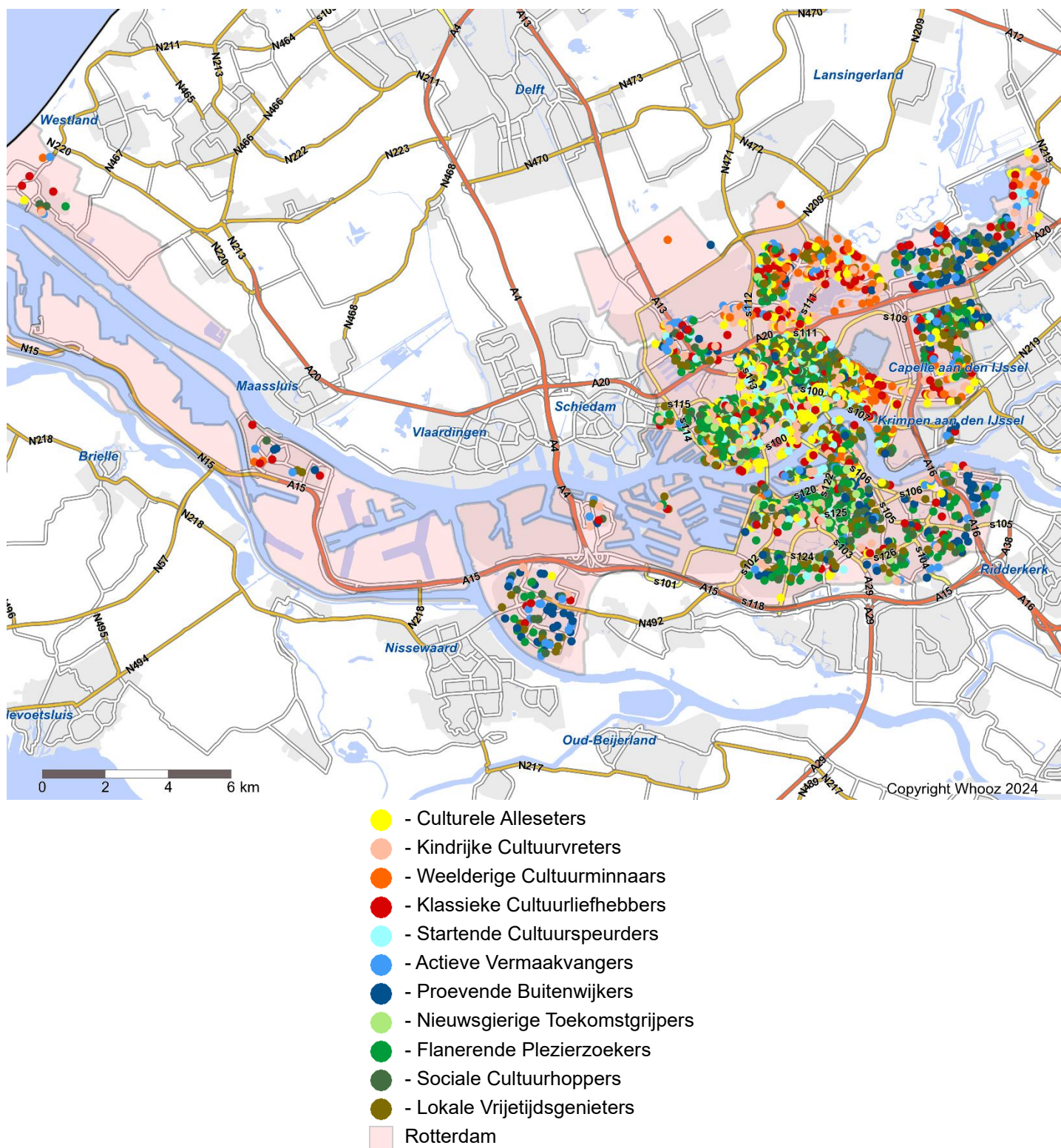
Culturele Doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	525	13,9%	28.971	9,1%	153
Kindrijke Cultuurvreter	540	14,3%	14.404	4,5%	316
Weelderige Cultuurminnaars	280	7,4%	12.098	3,8%	195
Klassieke Cultuur liefhebbers	369	9,7%	24.297	7,6%	128
Startende Cultuurspeurders	280	7,4%	37.943	11,9%	62
Actieve Vermaakvangers	194	5,1%	8.489	2,7%	192
Proevende Buitenwijkers	265	7,0%	23.609	7,4%	95
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	84	2,2%	18.139	5,7%	39
Flanerende Plezierzoekers	489	12,9%	47.720	15,0%	86
Sociale Cultuurhoppers	402	10,6%	48.115	15,1%	70
Lokale Vrijtijdsgenieters	359	9,5%	55.048	17,3%	55
Totaal	3.787	100,0%	318.833	100,0%	

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

De grootste groep onder het publiek van XXX in Rotterdam vormen de Kindrijke Cultuurvreter (ongeveer 14% van de bezoekers).

Procentuele verdeling Bezoekers





Het publiek van XXX komt binnen Rotterdam vooral uit de buurten Stadsdriehoek (174 bezoekers), Schiebroek(168 bezoekers) en Nieuwe Westen (147 bezoekers).

Bezoekersprofiel Rotterdam t.o.v. vorige jaar

Onderstaand een inzicht in de samenstelling van de bezoekers van XXX uit 2023 vergeleken met de bezoekers van XXX uit 2022. De steekproefgroottes zijn als volgt:

Steekproef in 2022: 2.962

Steekproef in 2023: 3.787

De tabel hieronder toont het aantal bezoekers per Culturele Doelgroep, aangevuld met een procentuele verdeling van zowel de bezoekers uit 2023 als uit 2022. Door deze percentages met elkaar te vergelijken en uit te drukken in een index, krijgen we een beeld welke groepen in 2023 relatief meer en welke groepen relatief minder XXX bezochten ten opzichte van 2022.

Bij een normale vertegenwoordiging (zwart gekleurde index) is de groep naar verhouding ongeveer evenveel onder de bezoekers aanwezig als het jaar ervoor. Bij een ondervertegenwoordiging (blauw gekleurde index) is de groep naar verhouding minder aanwezig in vergelijking met het jaar ervoor. Bij een oververtegenwoordiging (paars gekleurde index) is de groep naar verhouding meer aanwezig onder de bezoekers vergeleken met het jaar ervoor.

Culturele Doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	% Vorig jaar	Index t.o.v. vorig jaar
Culturele Alleseters	525	13,9%	12,00%	116
Kindrijke Cultuurvreter	540	14,3%	13,50%	106
Weelderige Cultuurminnaars	280	7,4%	11,60%	64
Klassieke Cultuurliefhebbers	369	9,7%	12,50%	78
Startende Cultuurspeurders	280	7,4%	6,50%	114
Actieve Vermaakvangers	194	5,1%	4,70%	109
Proevende Buitenwijkers	265	7,0%	8,70%	80
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	84	2,2%	1,80%	122
Flanerende Plezierzoekers	489	12,9%	13,00%	99
Sociale Cultuurhoppers	402	10,6%	7,50%	141
Lokale Vrijtijdsgenieters	359	9,5%	8,20%	116
Totaal	3.787	100,0%	100,0%	

Toelichting: Vergeleken met 2022, zien we een oververtegenwoordiging onder de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers en de Sociale Cultuurhoppers onder het publiek van XXX.

Daarnaast zien we de Culturele Alleseters, de Kindrijke Cultuurvreter, de Startende Cultuurspeurders, de Actieve Vermaakvangers en de Lokale Vrijtijdsgenieters meer onder het publiek van XXX dan in Rotterdam aanwezig is, maar er is (nog) geen sprake van een oververtegenwoordiging.

Bezoekersprofiel Rotterdam t.o.v. vergelijkbare type instellingen Rotterdam

Onderstaand een inzicht in de samenstelling van de bezoekers van XXX vergeleken met de bezoekers van alle musea in Rotterdam (benchmark).

Bij een normale vertegenwoordiging (zwart gekleurde index) is de groep naar verhouding ongeveer evenveel onder de bezoekers aanwezig als bij vergelijkbare type instellingen. Bij een ondervertegenwoordiging (blauw gekleurde index) is de groep naar verhouding minder onder de bezoekers aanwezig in vergelijking met vergelijkbare type instellingen. Bij een oververtegenwoordiging (paars gekleurde index) is de groep naar verhouding meer aanwezig onder de bezoekers vergeleken met vergelijkbare type instellingen.

Culturele Doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	% Eigen sector	Index t.o.v. eigen sector
Culturele Alleseters	525	13,9%	16,0%	87
Kindrijke Cultuurvreter	540	14,3%	9,0%	159
Weelderige Cultuurminnaars	280	7,4%	7,5%	99
Klassieke Cultuurliefhebbers	369	9,7%	12,2%	80
Startende Cultuurspeurders	280	7,4%	13,8%	54
Actieve Vermaakvangers	194	5,1%	3,5%	147
Proevende Buitenwijkers	265	7,0%	6,7%	105
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	84	2,2%	3,3%	68
Flanerende Plezierzoekers	489	12,9%	9,9%	131
Sociale Cultuurhoppers	402	10,6%	10,5%	101
Lokale Vrijtijdsgenieters	359	9,5%	7,9%	121
Totaal	3.787	100,0%	100,0%	

De gegevens voor de 'eigen sector' zijn gebaseerd op alle bij Rotterdam Festivals aangeleverde bezoekersbestanden van de Rotterdamse organisaties binnen deze categorie. Het peiljaar is 2022.

Toelichting: Vergeleken met het publiek van alle musea in Rotterdam zien we onder de bezoekers van XXX een oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreter, de Actieve Vermaakvangers, de Flanerende Plezierzoekers en de Lokale Vrijtijdsgenieters. Deze zijn onder het publiek van XXX meer aanwezig ten opzichte van het totale bereik van de musea.

Ook zien we bij XXX iets meer de Proevende Buitenwijkers en de Sociale Cultuurhoppers onder het publiek in vergelijking met het totaalbereik van de musea in Rotterdam.

Wilt u ook vergelijken met het bereik van andere type instellingen/genres of het bereik buiten Rotterdam? Bezoek dan het [overkoepelende dashboard op onze website](#).

Bezoekersprofiel Rotterdam t.o.v. gehele sector Rotterdam

Onderstaand een inzicht in de samenstelling van de bezoekers van XXX vergeleken met de bezoekers van de totale culturele sector van Rotterdam (benchmark).

Bij een normale vertegenwoordiging (zwart gekleurde index) is de groep naar verhouding ongeveer evenveel onder de bezoekers aanwezig als bij de gehele sector in Rotterdam. Bij een ondervertegenwoordiging (blauw gekleurde index) is de groep naar verhouding minder onder de bezoekers aanwezig in vergelijking met de gehele sector in Rotterdam. Bij een oververtegenwoordiging (paars gekleurde index) is de groep naar verhouding meer onder de bezoekers aanwezig vergeleken met de gehele sector in Rotterdam.

Culturele Doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	% Totale sector	Index t.o.v. Totale sector
Culturele Alleseters	525	13,9%	15,4%	90
Kindrijke Cultuurvreter	540	14,3%	8,1%	175
Weelderige Cultuurminnaars	280	7,4%	7,6%	98
Klassieke Cultuurliefhebbers	369	9,7%	11,4%	86
Startende Cultuurspeurders	280	7,4%	13,4%	55
Actieve Vermaakvangers	194	5,1%	2,8%	181
Proevende Buitenwijkers	265	7,0%	7,3%	96
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	84	2,2%	4,1%	54
Flanerende Plezierzoekers	489	12,9%	11,0%	117
Sociale Cultuurhoppers	402	10,6%	12,2%	87
Lokale Vrijtijdsgenieters	359	9,5%	6,7%	141
Totaal	3.787	100,0%	100,0%	

De gegevens voor de Totale sector zijn gebaseerd op alle bij Rotterdam Festivals aangeleverde bezoekersbestanden van de Rotterdamse organisaties. Het peiljaar is 2022.

Toelichting: Vergeleken met het publiek van de totale culturele sector in Rotterdam zien we onder de bezoekers van XXX een oververtegenwoordiging van de Actieve Vermaakvangers, de Kindrijke Cultuurvreter en de Lokale Vrijtijdsgenieters. Deze zijn onder het publiek van XXX meer aanwezig ten opzichte van het totale bereik van de culturele sector in Rotterdam.

Ook zien we bij XXX iets meer de Flanerende Plezierzoekers onder het publiek in vergelijking met de totale culturele sector in Rotterdam.

Wilt u ook vergelijken met het bereik van andere type instellingen/genres of het bereik buiten Rotterdam? Bezoek dan het [overkoepelende dashboard op onze website](#).

Bezoekersprofiel Regio Rijnmond exclusief Rotterdam

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

De tabel toont de verdeling over de Culturele Doelgroepen onder de bezoekers van XXX uit de Regio Rijnmond exclusief Rotterdam, afgezet tegen alle huishoudens in de Regio Rijnmond exclusief Rotterdam.

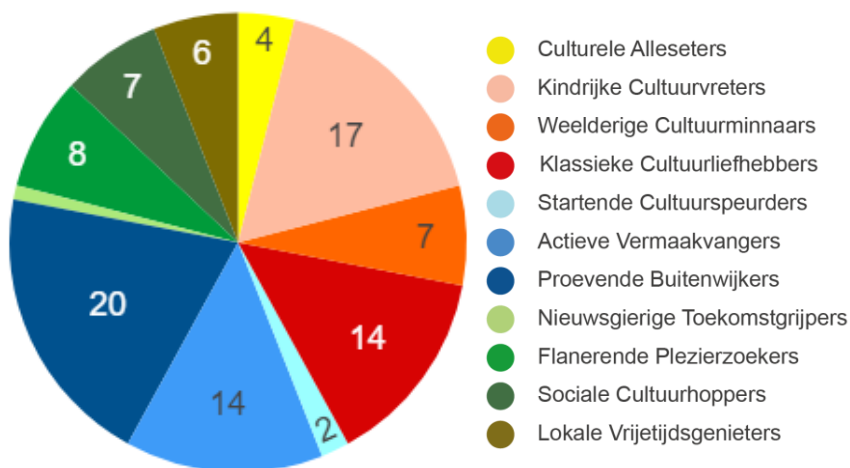
Culturele Doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	58	4,3%	14.689	4,8%	90
Kindrijke Cultuurvreters	228	16,8%	15.166	4,9%	341
Weelderige Cultuurminnaars	99	7,3%	18.011	5,9%	125
Klassieke Cultuurliefhebbers	188	13,9%	52.555	17,1%	81
Startende Cultuurspeurders	33	2,4%	11.974	3,9%	63
Actieve Vermaakvangers	184	13,6%	24.150	7,9%	173
Proevende Buitenwijkers	273	20,2%	55.824	18,2%	111
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	7	0,5%	3.399	1,1%	47
Flanerende Plezierzoekers	107	7,9%	30.269	9,9%	80
Sociale Cultuurhoppers	90	6,6%	31.225	10,2%	65
Lokale Vrijtijdsgenieters	87	6,4%	49.884	16,2%	40
Totaal	1.354	100,0%	307.146	100,0%	

Toelichting: Kijken we naar de Regio Rijnmond exclusief Rotterdam, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreters, de Actieve Vermaakvangers en de Weelderige Cultuurminnaars. Deze zijn onder het publiek van XXX meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in de Regio Rijnmond exclusief Rotterdam. Kortom: voor hen is het aanbod van XXX bovengemiddeld aantrekkelijk.

Ook de Proevende Buitenwijkers zien we iets meer onder het publiek van XXX dan in de Regio Rijnmond exclusief Rotterdam.

De grootste groep onder het publiek van XXX in de Regio Rijnmond exclusief Rotterdam vormen de Proevende Buitenwijkers (ongeveer 20% van de bezoekers).

Procentuele verdeling Bezoekers





Publieksanalyse met het Culturele Doelgroepenmodel ©, Rotterdam Festivals

Bezoekersprofiel Nederland exclusief Regio Rijnmond

Onderstaand een inzicht in de samenstelling van het publiek binnen Nederland exclusief Regio Rijnmond.

De tabel toont de verdeling over de Culturele Doelgroepen onder de bezoekers van XXX uit Nederland exclusief Regio Rijnmond, afgezet tegen alle huishoudens in Nederland exclusief Regio Rijnmond.

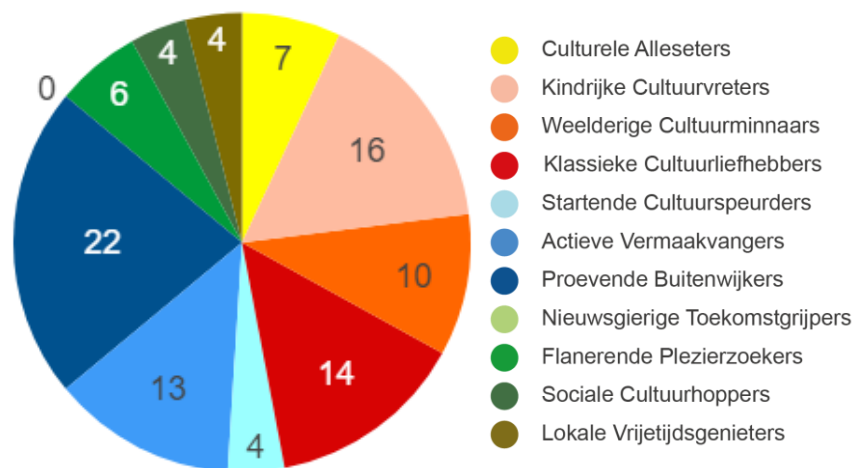
Culturele Doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	154	7,1%	485.497	6,5%	110
Kindrijke Cultuurvreter	337	15,6%	297.597	4,0%	394
Weelderige Cultuurminnaars	221	10,2%	481.228	6,4%	160
Klassieke Cultuurliefhebbers	294	13,6%	1.292.592	17,2%	79
Startende Cultuurspeurders	86	4,0%	434.960	5,8%	69
Actieve Vermaakvangers	277	12,8%	607.438	8,1%	159
Proevende Buitenwijkers	475	22,0%	1.446.168	19,2%	114
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	6	0,3%	82.474	1,1%	25
Flanerende Plezierzoekers	136	6,3%	691.524	9,2%	68
Sociale Cultuurhoppers	95	4,4%	769.326	10,2%	43
Lokale Vrijtijdsgenieters	79	3,7%	926.963	12,3%	30
Totaal	2.160	100,0%	7.515.767	100,0%	

Toelichting: Kijken we naar Nederland exclusief Regio Rijnmond, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreter, de Weelderige Cultuurminnaars en de Actieve Vermaakvangers. Deze zijn onder het publiek van XXX meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in Nederland exclusief Regio Rijnmond. Kortom: voor hen is het aanbod van XXX bovengemiddeld aantrekkelijk.

Ook de Proevende Buitenwijkers en de Culturele Alleseters zien we iets meer onder het publiek van XXX dan in Nederland exclusief Regio Rijnmond.

De grootste groep onder het publiek van XXX in Nederland exclusief Regio Rijnmond vormen de Proevende Buitenwijkers (ongeveer 22% van de bezoekers).

Procentuele verdeling Bezoekers





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

Het publiek van XXX komt binnen Nederland exclusief Regio Rijnmond vooral uit de gemeenten 's-Gravenhage (131 bezoekers), Delft (102 bezoekers) en Dordrecht (87 bezoekers).

Bezoekersprofiel Nederland

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

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

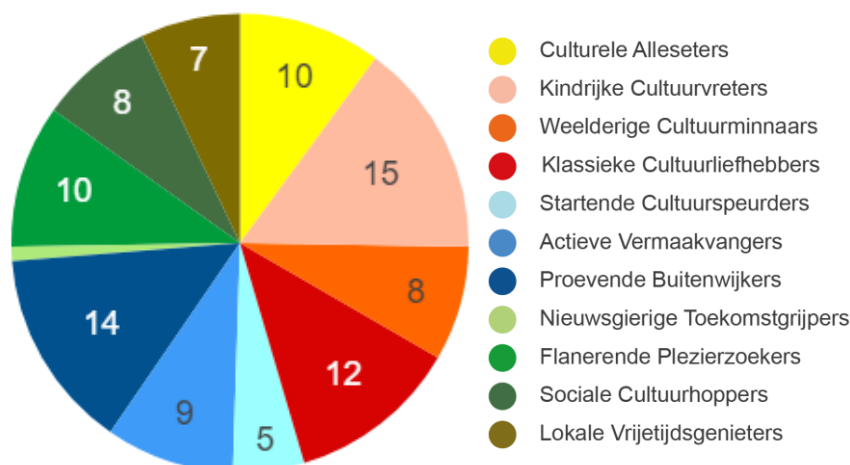
Culturele Doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	737	10,1%	529.157	6,5%	155
Kindrijke Cultuurvreter	1.105	15,1%	327.167	4,0%	377
Weelderige Cultuurminnaars	600	8,2%	511.337	6,3%	131
Klassieke Cultuurliefhebbers	851	11,7%	1.369.444	16,8%	69
Startende Cultuurspeurders	399	5,5%	484.877	6,0%	92
Actieve Vermaakvangers	655	9,0%	640.077	7,9%	114
Proevende Buitenwijkers	1.013	13,9%	1.525.601	18,7%	74
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	97	1,3%	104.012	1,3%	104*
Flanerende Plezierzoekers	732	10,0%	769.513	9,5%	106
Sociale Cultuurhoppers	587	8,0%	848.666	10,4%	77
Lokale Vrijtijdsgenieters	525	7,2%	1.031.895	12,7%	57
Totaal	7.301	100,0%	8.141.746	100,0%	

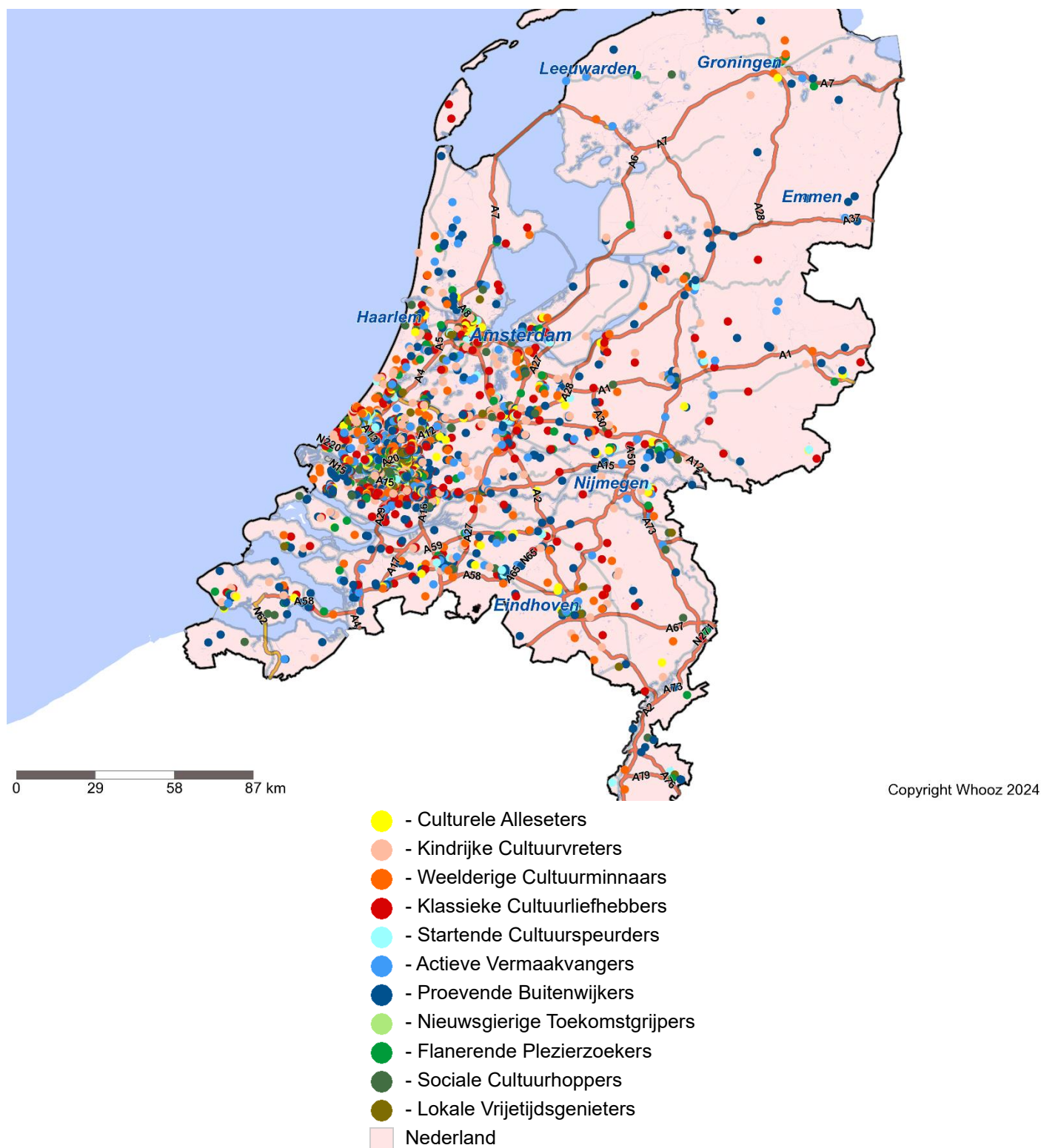
*In vergelijking met Rotterdam is de groep Nieuwsgierige Toekomstgrijpers in Nederland relatief van beperkte omvang. Dit heeft tot gevolg dat de index van de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers in de bovenstaande tabel een vertekend beeld geeft. Immers, bij het vaststellen van het publieksprofiel van Nederland wordt het bereik binnen Rotterdam meegenomen, wat (vaak) resulteert in een oververtegenwoordiging van de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers. Het publieksprofiel van Nederland exclusief Regio Rijnmond geeft een representatiever beeld van het bereik op de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers buiten Rotterdam en Regio Rijnmond.

Toelichting: Kijken we naar Nederland, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreter, de Culturele Alleseters en de Weelderige Cultuurminnaars. Deze zijn onder het publiek van XXX meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in Nederland. Kortom: voor hen is het aanbod van XXX bovengemiddeld aantrekkelijk. Ook de Actieve Vermaakvangers en de Flanerende Plezierzoekers zien we iets meer onder het publiek van XXX dan in Nederland.

De grootste groep onder het publiek van XXX in Nederland vormen de Kindrijke Cultuurvreter (ongeveer 15% van de bezoekers).

Procentuele verdeling Bezoekers





Het publiek van XXX komt binnen Nederland vooral uit de gemeenten Rotterdam (3.787 bezoekers), Capelle aan den IJssel (234 bezoekers) en Lansingerland (215 bezoekers).

Publieksprofiel Rotterdam behouden, versterken of verbreden

Binnen Rotterdam hebben we afgesproken samen zoveel mogelijk Rotterdammers te bereiken waarbij er op dit moment nog een uitdaging is bij de meeste groepen uit Hoofdgroep Licht. Hieronder worden een aantal suggesties gedaan voor het behouden, versterken of verbreden van het publieksprofiel in Rotterdam. We kijken dan onder meer naar het bereik binnen Rotterdam, Regio Rijnmond, de benchmark en indien aanwezig het bereik van het jaar ervoor. Hierbij is met extra aandacht gekeken naar de potentie voor groepen uit Hoofdgroep Licht. Mocht een culturele instelling reeds een zeer breed publieksprofiel hebben, wanneer er bijvoorbeeld negen van de elf Culturele Doelgroepen (boven)gemiddeld worden bereikt, dan is het behouden en versterken van het publieksprofiel meer voor de hand liggend dan het verbreden ervan.

We raden organisaties aan -in het verlengde van de eigen missie en visie- te kiezen voor een aantal Culturele Doelgroepen passend bij de organisatie. Kijk welke doelgroepen je wilt behouden, of je bepaalde doelgroepen meer wilt bereiken (versterken) of dat je een nieuwe doelgroep wilt verwelkomen (verbreden).

Behouden van het publieksprofiel

Voor XXX zou het interessant kunnen zijn, ter behoud van het publieksprofiel, om te kijken naar de Kindrijke Cultuurvreter, Weelderige Cultuurminnaars, Actieve Vermaakvangers, Culturele Alleseters en Klassieke Cultuurliefhebbers. Dit zijn de Culturele Doelgroepen binnen Rotterdam waarbij we een oververtegenwoordiging zien. Er kan onder andere gewerkt worden aan de relatie/loyaliteit om deze doelgroep te behouden.

Versterken van het publieksprofiel

Voor XXX zou het interessant kunnen zijn, ter versterking van het publieksprofiel, om te kijken naar de Proevende Buitenwijkers en Flanerende Plezierzoekers. Dit zijn de Culturele Doelgroepen binnen Rotterdam waarbij we een normale vertegenwoordiging zien tussen de 80 en 101. In andere woorden: er zouden meer bezoekers uit deze doelgroepen getrokken kunnen worden kijkend naar de potentie die deze groepen hebben voor XXX.

Verbreden van het publieksprofiel

Om tot een meer gedifferentieerde samenstelling te komen kan er gekeken worden welke Culturele Doelgroepen interessant zijn voor XXX om het publieksbereik te verbreden. Mogelijke kansrijke groepen ter verbreding van het publieksprofiel zijn de Sociale Cultuurhoppers, Startende Cultuurspeurders of de Lokale Vrijtijdsgenieters, groepen die momenteel nog in mindere mate worden bereikt, maar die interessant kunnen zijn voor vernieuwing van het publieksprofiel.

Het behouden, versterken of verbreden van het publieksprofiel kan onder andere door samenwerkingen aan te gaan of kennis uit te wisselen met organisaties waarbij de betreffende doelgroepen (ook) goed vertegenwoordigd zijn onder het publiek. Denk hierbij ook aan partners uit andere (kunst)disciplines of die actief zijn in de wijken waar de gewenste Culturele Doelgroepen vaak voorkomen.

- [Meer informatie over Aanwezigheid Culturele Doelgroepen in de deelgebieden van Rotterdam.](#)
- [Voorbeelden van organisaties die bepaalde Culturele Doelgroepen bovengemiddeld bereiken in het Tweejaarlijkse publieksonderzoek - Bereik cultuursector Rotterdam.](#)

Bijlage 1.

AFKORTINGEN EN DEFINITES

Hoofdgroepen	De 11 Culturele Doelgroepen vallen in drie hoofdgroepen: Intensief, Medium en Licht. Het indelen in een van deze drie hoofdgroepen gebeurt onder meer door te kijken naar de frequentie en het gebruik van het huidige kunst & cultuuraanbod.
Indexcijfers	Met een index wordt zichtbaar welke Culturele Doelgroepen meer of minder vertegenwoordigd zijn onder de bezoekers afgezet tegen de aanwezigheid in het betreffende gebied. Een index van bijvoorbeeld 250 betekent dat de betreffende Culturele Doelgroep 2,5 keer vaker voorkomt in het publiek dan dat ze aanwezig zijn in het betreffende gebied.
Vertegenwoordiging	Een index van rond de 100 (in zwart aangegeven) betekent dat de betreffende groep normaal vertegenwoordigd is onder het publiek. 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.
Ondervertegenwoordiging	Een index onder de 80 (in blauw aangegeven) betekent dat de betreffende groep minder aanwezig is onder het publiek dan dat zij aanwezig zijn in het betreffende gebied (ondervertegenwoordigd).
Oververtegenwoordiging	Een index boven de 120 (in paars aangegeven) betekent dat de betreffende groep onder het publiek sterk vertegenwoordigd is. Zij komen dus meer / vaker voor onder het publiek dan dat zij aanwezig zijn in het betreffende gebied.
Records	Een term die verwijst naar de rijen in een dataset. In dit geval naar de individuele rijen met de postcodes en huisnummers met eventuele toevoeging.
Benchmark	In dit rapport wordt het bereik van de culturele organisatie vergeleken met het bereik van culturele organisaties op sectorniveau en met het bereik van vergelijkbare type instellingen.
Peiljaar	Het jaar waar de benchmark betrekking op heeft.
Significant	Significant wil zeggen dat de uitkomst aannemelijk en betrouwbaar is en niet op toeval berust.
Type instelling	We onderscheiden de volgende type instellingen: Festivals, Galeries/Expositieruimtes, Gezelschappen, Musea, Podia, Zelf actief
Representatief	Representativiteit in dit rapport wil zeggen dat er betrouwbare uitspraken kunnen worden gedaan over het publiek.
Segment	Met een segment wordt een groep mensen bedoelt met overeenkomende kenmerken. In deze context hebben we het over een cultureel segment (een Culturele Doelgroep).
Steekproef	Als de aangeleverde data niet het volledige publiek betreft noemt men het een steekproef. De steekproef dient een (verkleinde) afspiegeling te zijn van het volledige publiek.
Rotterdam	In het rapport wordt gerapporteerd op Rotterdam. Hiermee wordt gemeente Rotterdam bedoeld.
Regio Rijnmond	In het rapport wordt gerapporteerd op Regio Rijnmond. Hiermee wordt Veiligheidsregio Rotterdam-Rijnmond bedoeld waarbij er wordt gerapporteerd op Regio Rijnmond exclusief gemeente Rotterdam.

Bijlage 2.

UITLEG TABEL

Bezoekers:

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

% Bezoekers:

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

Huishoudens:

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

% Huishoudens:

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

Culturele Doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	1.818	20,2%	34.036	10,9%	186
Kindrijke Cultuurvreter	708	7,8%	18.045	5,8%	136
Weelderige Cultuurminnaars	1.134	12,6%	11.061	3,5%	356
Klassieke Cultuurliefhebbers	1.567	17,4%	23.829	7,6%	228
Startende Cultuurspeurders	827	9,2%	33.910	10,8%	85
Actieve Vermaakvangers	233	2,6%	7.562	2,4%	107
Proevende Buitenwijkers	685	7,6%	24.733	7,9%	96
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	229	2,5%	17.506	5,6%	45
Flanerende Plezierzoekers	598	6,6%	43.136	13,8%	48
Sociale Cultuurhoppers	730	8,1%	44.739	14,3%	57
Lokale Vrijtijdsgenieters	493	5,5%	54.774	17,5%	31
Totaal	9.022	100,0%	313.331	100,0%	

Index:

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

Een index tussen 80-120 (zwart): geeft aan dat de Culturele Doelgroep even vaak voorkomt onder de bezoekers dan dat ze in het betreffende gebied aanwezig is. We spreken dan van een 'normale vertegenwoordiging'. 100 is hierbij gemiddeld

Een index van <=80 (blauw): geeft aan dat de Culturele Doelgroep minder vaak voorkomt onder de bezoekers dan dat ze in het betreffende gebied aanwezig is. We spreken dan van een (sterke) 'ondervertegenwoordiging'.

Een index van >=120 (paars): geeft aan dat de Culturele Doelgroep vaak voorkomt onder de bezoekers dan dat ze in het betreffende gebied aanwezig is. We spreken van een (sterke) 'oververtegenwoordiging'.

Bijlage 3.

HET CULTURELE DOELGROEPENMODEL ©

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

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

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

In het Culturele Doelgroepenmodel is het publiek eerst op basis van cultureel gedrag, voorkeuren en gebruik van het kunst en cultuuraanbod gesegmenteerd in drie hoofdgroepen: Intensief, Medium en Licht (kijkend naar het huidige kunst- en cultuuraanbod). Deze drie hoofdgroepen zijn verder onderverdeeld in 11 Culturele Doelgroepen. Het model is tot stand gekomen door data over cultuurgedrag te combineren met algemene Whize-data*.

HET CULTURELE DOELGROEPENMODEL INZETTEN IN DE PRAKTIJK

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

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

MEER INFORMATIE

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

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.



Rotterdam Festivals

Cultuurparticipatie / Onderzoek & Expertise

Postbus 21362

3001 AJ Rotterdam

Stationsplein 45 (Bm.041)

3013 AK Rotterdam

+ 31 10 433 25 11

www.rotterdamfestivals.nl