

CJP & de Culturele Doelgroepen

Culturele Doelgroepenmodel© 2025

Culturele
Doelgroepenmodel®



Inleiding

In deze publicatie zie je welke Culturele Doelgroepen zich bevinden onder de CJP pashouders.

CJP pashouders krijgen kortingen op bezoeken aan o.a. de bioscoop, musea, theater, festivals en op geselecteerde merken. De pas is gratis voor scholieren en mbo studenten én daarnaast tegen betaling beschikbaar voor iedereen tot 30 jaar.



Onderzoeksopzet en methode

Voor deze publicatie is een doelgroepanalyse uitgevoerd onder CJP-pashouders. De analyse is gebaseerd op het Culturele Doelgroepenmodel en uitgevoerd op basis van een publieksanalyse aan de hand van de 6-cijferige postcodes (6P) van de pashouders. De gebruikte dataset bestaat uit de beschikbare pashoudergegevens over het jaar 2024.

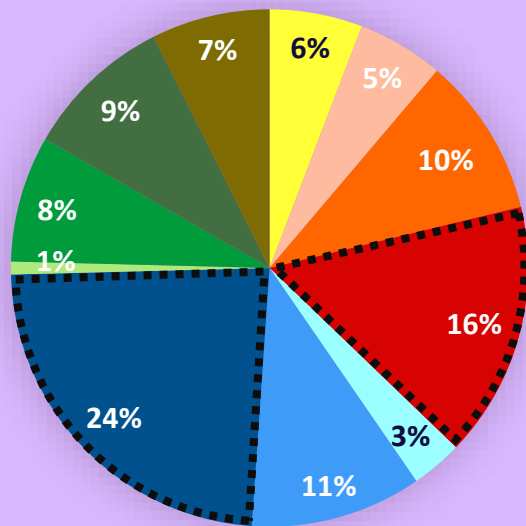
In totaal zijn er 101.878 matches gemaakt met een Culturele Doelgroep.

De publieksanalyse heeft in juni 2025 plaatsgevonden. Gegevens zijn geanonimiseerd en geaggregeerd om te voldoen aan de privacywetgeving (AVG).

**Noot: Kijkend naar de aanwezigheid van deze doelgroep in heel Nederland; deze index met de nodige voorzichtigheid interpreteren*

CJP pashouders in Nederland / %

Onder de CJP pashouders zijn de *Proevende Buitenwijkers* en de *Klassieke Cultuurliefhebbers* de twee grootste groepen. Gelet op het profiel van de organisatie is het aannemelijk dat deze verdeling (gedeeltelijk) betrekking heeft op de thuiswonende kinderen.



Pashouders 2024

*Noot: percentages zijn afgerond

Percentages* van groot naar klein:

24%	Proevende Buitenwijkers
16%	Klassieke Cultuurliefhebbers
11%	Actieve Vermaakvangers
10%	Weelderige Cultuurminnaars
9%	Sociale Cultuurhoppers
8%	Flanerende Plezierzoekers
7%	Lokale Vrijetijdsgenieters
6%	Culturele Alleseters
5%	Kindrijke Cultuurvreters
3%	Startende Cultuurspeurders
1%	Nieuwsgierige Toekomstgrijpers

CJP pashouders in Nederland / Index

Wanneer we de aanwezigheid van de Culturele Doelgroepen onder CJP-pashouders vergelijken met de landelijke verdeling, zien we dat de groepen met kinderen binnen de hoofdgroepen Intensief en Medium oververtegenwoordigd zijn. Met andere woorden: deze doelgroepen komen relatief vaker voor onder CJP-pashouders dan in Nederland als geheel.

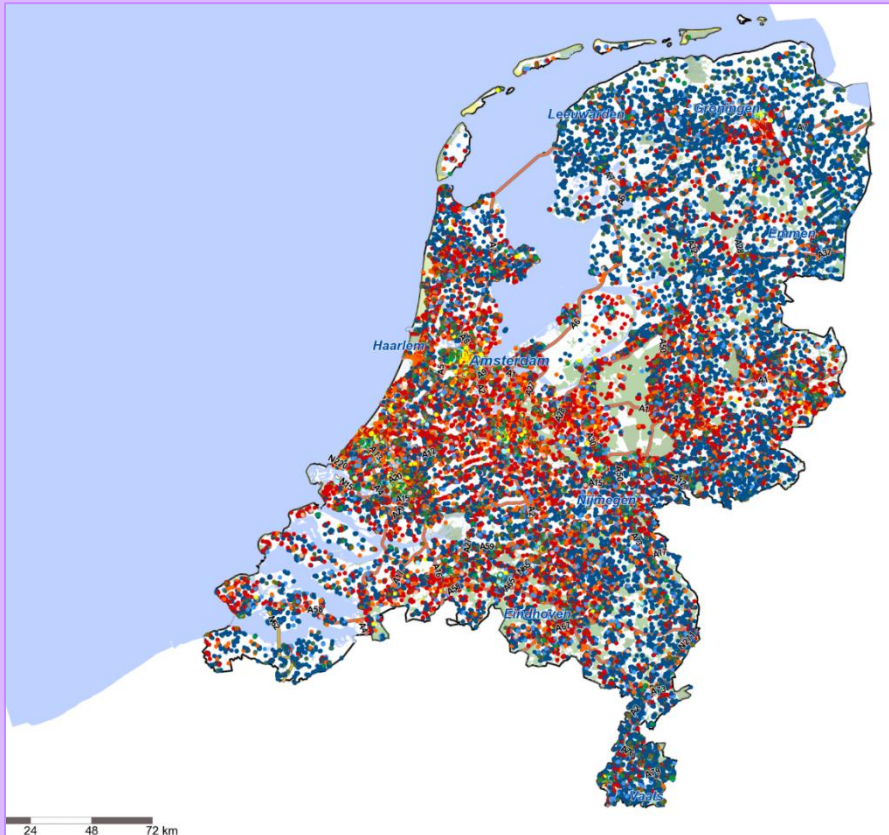
Ten opzichte van de 'te verwachte vertegenwoordiging' valt op dat de *Flanerende Plezierzoekers* en *Sociale Cultuurhoppers* uit hoofdgroep Licht normaal vertegenwoordigd in plaats van ondervertegenwoordigd. Daarnaast valt op dat de *Startende Cultuurspeurders* ondervertegenwoordigd zijn in plaats van normaal vertegenwoordigd.

Culturele Doelgroepen	Index
Culturele Alleseters	87
Kindrijke Cultuurvreters	136
Weelderige Cultuurminnaars	163
Klassieke Cultuurliefhebbers	97
Startende Cultuurspeurders	54
Actieve Vermaakvangers	129
Proevende Buitenwijkers	122
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	60*
Flanerende Plezierzoekers	85
Sociale Cultuurhoppers	98
Lokale Vrijtijdsgenieters	56

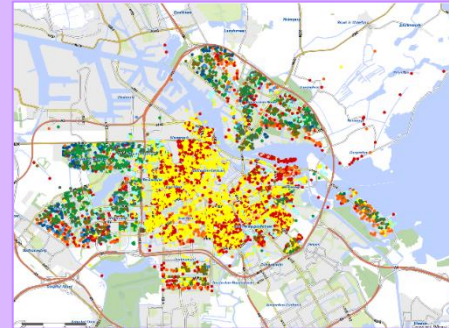
*Noot: Kijkend naar de aanwezigheid van deze doelgroep in heel Nederland; deze index met de nodige voorzichtigheid interpreteren

CJP pashouders Nederland & de G4

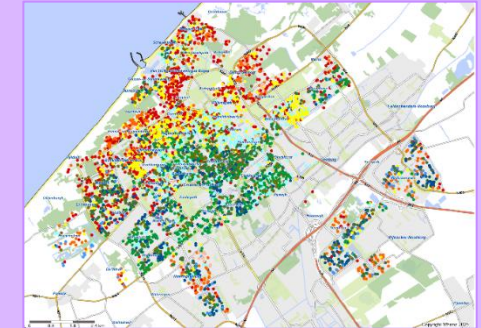
Nederland in zijn geheel laat voornamelijk de oudere doelgroepen (*Proevende Buitenwijkers* en *Klassieke Cultuurliefhebbers*) zien, waar de G4 gevarieerder is en er hier ook meer jongere doelgroepen te zien zijn.



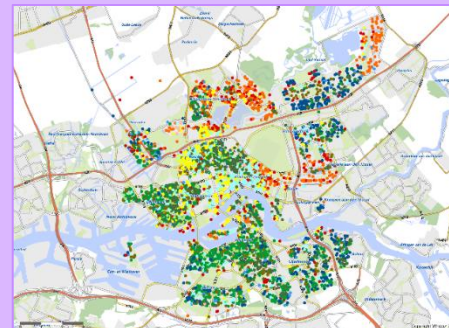
Amsterdam



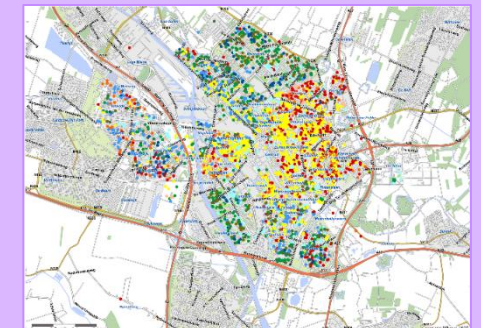
Den Haag



Rotterdam



Utrecht



Bijlage

Definities / gebruikte terminologie



Culturele
Doelgroepenmodel®

Definities / terminologie

Bereik 'zoals verwacht' / 'Te verwachte vertegenwoordiging'	Wanneer wordt aangegeven dat de (hoofd)groepen worden bereikt 'zoals verwacht bij de betreffende groep', wordt bedoeld dat de groepen in hoofdgroep Intensief oververtegenwoordigd zijn, in hoofdgroep Medium normaal vertegenwoordigd en in hoofdgroep Licht ondervertegenwoordigd.
Cirkeldiagrammen / percentages	De cirkeldiagrammen zijn een visuele weergave van de Culturele Doelgroepen en hun verdeling ten opzichte van elkaar. Soms wordt er gebruik gemaakt van een zwarte stippelrand of pijlen om zaken te accentueren, zoals het bereik van de grootste groep of een hoofdgroep.
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. Voor meer informatie over de Culturele Doelgroepen en onder welke hoofdgroepen deze vallen, zie bijlage 2 of www.culturele doelgroepenmodel.nl .
Index (cijfers)	Met een index wordt zichtbaar welke Culturele Doelgroepen meer of minder vertegenwoordigd zijn onder de pashouders afgezet tegen de aanwezigheid van de betreffende groep in het gebied. Een index van bijvoorbeeld 250 betekent dat de betreffende Culturele Doelgroep 2,5 keer vaker voorkomt bij de pashouders dan dat ze aanwezig zijn in het betreffende gebied.
Normale vertegenwoordiging	Een index van rond de 100 (in zwart aangegeven) betekent dat de betreffende Culturele Doelgroep normaal vertegenwoordigd is onder de pashouders. 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 de pashouders dan dat zij aanwezig zijn in het betreffende gebied.
Oververtegenwoordiging	Een index vanaf 120 (in paars aangegeven) betekent dat de betreffende groep onder de pashouders sterk vertegenwoordigd is. Zij komen dus meer / vaker voor onder de pashouders dan dat zij aanwezig zijn in het betreffende gebied.

Bijlage

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

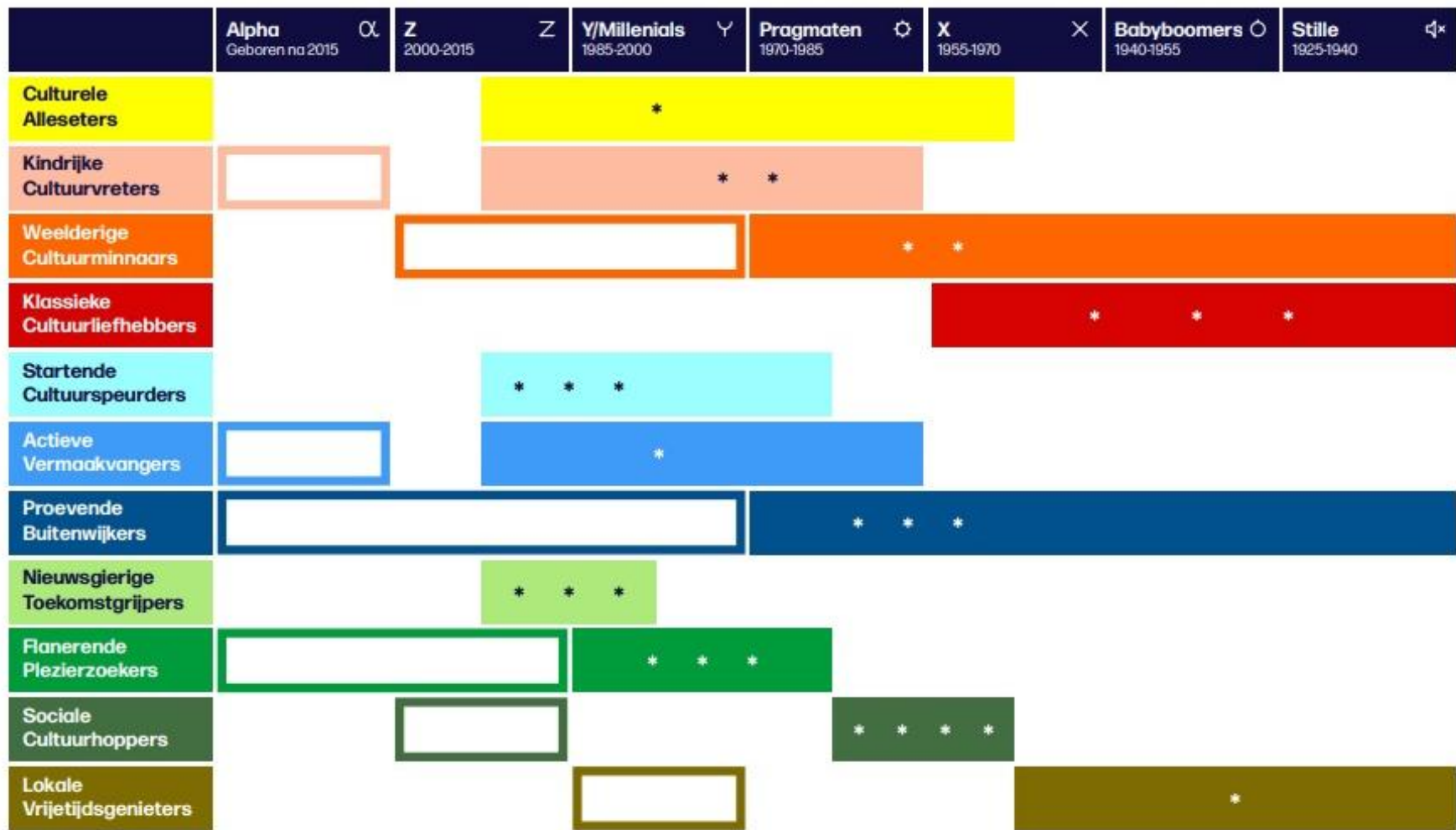
Overzicht Culturele Doelgroepen in Nederland

Kunst- & cultuurgebruik*	Subgroepen	18-24 jaar	25-34 jaar	35-44 jaar	45-54 jaar	55-64 jaar	65-80+ jaar	Gemiddelde leeftijd
Intensief	8% Culturele Alleseters Allesproevende, hippe stadsvogels zonder kinderen	*						39,3
	4% Kindrijke Cultuurvreter Hippe ouders met jonge kinderen	*						39,5
	6% Weelderige Cultuurminnaars Welgestelde, statusgevoelige cultuurliefhebbers				*	*		55,8
	16% Klassieke Cultuurliefhebbers Fijnproevende kunstbewonderaars op leeftijd					*	*	71,1
Medium	5% Startende Cultuurspeurders Avontuurlijke starters en studenten met een budget	*	*	*				31,1
	8% Actieve Vermaakvangers Bezige bijtjes met en zonder kinderen met een voorkeur voor populaire uitjes	*						36,9
	20% Proevende Buitenwijkers Bewoners in de randen van de stad zonder, of met oudere kinderen die gaan voor gezelligheid				*	*	*	53,7
Licht	1% Nieuwsgierige Toekomstgrippers Stadse jongelingen met een minimaal inkomen maar grote dromen	*	*	*				24,3
	9% Flanerende Plezierzoekers Mensen met en zonder kinderen met een brede smaak qua uitgaan maar weinig middelen	*						35,8
	10% Sociale Cultuurhoppers Relaxte middelbaren zonder strakke planning				*	*	*	54
	13% Lokale Vrijtijdsgenieters Gepensioneerden met een traditionele smaak binnen eigen cultuur						*	75,1

- Kijkend naar de frequentie en het gebruik van het huidige kunst- en culturaanbod
- De afgeronde percentages representeren de aanwezigheid in de Nederland
- * 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

Culturele
Doelgroepenmodel®

Overzicht generaties binnen de Culturele Doelgroepen



De generatie van de thuiswonende kinderen van de Culturele Doelgroep (meest voorkomende).

De generatie van de Culturele Doelgroep (gehele range leeftijd, de sterretjes geven aan welke leeftijden het vaakst voorkomen).

Meer informatie



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.culturele doelgroepenmodel.nl

Rotterdam Festivals

Rotterdam Festivals stimuleert cultuurparticipatie en promoot het culturele aanbod in Rotterdam. Samen met makers en organisatoren zorgen we voor een karakteristiek festivalaanbod en een levendige stad waar Rotterdammers trots op zijn en bezoekers graag komen.

Contact

info@rotterdamfestivals.nl



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.

Mede mogelijk gemaakt door **DEN**.

www.rotterdamfestivals.nl

www.cultureledoelgroepenmodel.nl

Rotterdam Festivals

Rotterdam Festivals stimuleert cultuurparticipatie en promoot het culturele aanbod in Rotterdam. Samen met makers en organisatoren zorgen we voor een karakteristiek festivalaanbod en een levendige stad waar Rotterdammers trots op zijn en bezoekers graag komen.

Contact

info@rotterdamfestivals.nl

Uitagenda
Rotterdam

ROTTERDAM.
MAKE IT HAPPEN.