

Onderzoek diverse aspecten kunst & cultuur

Reisbereidheid en behoefte aan voorzieningen

Rotterdam
Festivals



November 2025

Inhoudsopgave

INLEIDING EN CONTEXT

ONDERZOEKSOPZET EN METHODE

SAMENVATTING

UITKOMSTEN REISBEREIDHEID

- Niet bereid om te reizen om culturele activiteiten te bezoeken
- Hoelang bent u bereid te reizen?

UITKOMSTEN BEHOEFTE AAN VOORZIENINGEN

- Geen voorkeur voor locatie kunst & cultuurbezoek
- Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek
- Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Dans
- Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Literatuur & poëzie
- Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Theater / podiumkunsten
- Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: (Beeldende) kunst
- Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Film
- Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Muziek

- Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek per Culturele Doelgroep
- Gemis van culturele voorzieningen in de wijk of woonplaats

BIJLAGEN

- Bijlage 1. Respondenten
- Bijlage 2. Verschillen naar culturele doelgroep
- Bijlage 3. Culturele doelgroepenmodel

Inleiding en context

Rotterdam Festivals doet met regelmaat landelijk onderzoek naar diverse aspecten rondom kunst- en cultuurgedrag. Dit gebeurt tevens om het Culturele Doelgroepenmodel en de Culturele Doelgroepen hierbinnen te verrijken met informatie.

In dit deelrapport wordt gekeken naar de reisbereidheid en behoefte aan voorzieningen voor kunst & cultuur bezoek, met vragen zoals:

- Is men bereid te reizen om culturele activiteiten te bezoeken?
- Wat is de voorkeur qua locatie voor een bezoek aan kunst & cultuur?
- Welke culturele voorzieningen worden gemist?

De uitkomsten per Culturele Doelgroep zijn indien relevant verwerkt in de [digitale brochure](#) met de uitgebreide beschrijvingen van de Culturele Doelgroepen. Naast inzichten per doelgroep levert het onderzoek echter ook waardevolle overkoepelende inzichten op.

De verschillen tussen de Culturele Doelgroepen, indien relevant en van toepassing, zijn verwerkt in de blauwe blokken op de pagina en in de bijlagen van de rapportage.

CONTEXT

Verrijkingsonderzoek naar diverse aspecten kunst & cultuur

Het [Culturele Doelgroepenmodel](#)© wordt continu geüpdatet en verrijkt. Dit laatste doen we door zelf onderzoek te doen of door onderzoek van derden te koppelen aan de Culturele Doelgroepen. Hiermee kunnen we de groepen verrijken met informatie om ze (nog) beter te kunnen begrijpen en (nog) beter inzichtelijk te maken hoe de groepen te bereiken.

Met dit onderzoek willen we onder meer inzichtelijk maken:

- Informatie rondom het nachtleven;
- Leesgedrag en het gebruik van digitale middelen / online aanbod;
- Voorkeur voor (sub)genres, binnen de cultuurdisciplines;
- Reisbereidheid en de behoefte aan culturele voorzieningen in de wijk.

Naast dit rapport zijn er ook diverse deelrapporten over de verschillende onderwerpen beschikbaar.

Onderzoeksopzet en methode

Methode

Het onderzoek is kwantitatief van opzet en online uitgevoerd. Voor het realiseren van de respons is gebruik gemaakt van het onderzoekspanel van PanelClix.

Het onderzoek heeft als volgt plaatsgevonden:

- Personen in de leeftijd van 18 jaar of ouder zijn via een e-mail uitgenodigd deel te nemen aan het onderzoek. In de e-mail was een link verwerkt waarmee men de vragenlijst kon activeren.
- Er zijn voorzieningen getroffen, zodat men de vragenlijst slechts één keer kon invullen.
- De vragenlijst is vervolgens online ingevuld.

Het veldwerk van het onderzoek is uitgevoerd in de periode december 2024 tot en met januari 2025.

Respons

In totaal is een steekproef van $n=4.199$ gerealiseerd.

Leeswijzer

In de analyses is een onderscheid tussen de respondenten gemaakt naar Culturele Doelgroep. Daar waar betekenisvolle verschillen zijn gevonden, worden deze in Bijlage 2 van de rapportage beschreven.

De omvang van de Culturele Doelgroep *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* in de steekproef is beperkt. Resultaten voor deze Culturele Doelgroep dienen dan ook terughoudend te worden geïnterpreteerd. Om de lezer hierop te wijzen wordt deze Culturele Doelgroep weergegeven met een *.

Samenvatting



→ [Naar inhoudsopgave](#)

Samenvatting

Reisbereidheid

Onder de bezoekers van de diverse culturele activiteiten bestaat de grootste bereidheid om te reizen voor het bezoeken van 'muziekconcerten' (61%: meer dan 3 kwartier) en voor het bezoeken van 'tentoonstellingen' (50%: meer dan 3 kwartier).

Behoefte aan voorzieningen

Voor veel culturele activiteiten (dans, literatuur en poëzie, theater/podiumkunsten en (beeldende) kunst) geldt dat de bezoekers de meeste voorkeur hebben voor het bezoeken van de activiteit in de eigen wijk/buurt. Het bezoek aan 'film' (voorkeur thuis (online)) en/of 'muziek' (geen voorkeur) vormen hierop een uitzondering.

De meerderheid van de deelnemers aan het onderzoek mist noch in de eigen wijk/buurt, noch in de eigen woonplaats, culturele voorzieningen (variërend van 72% voor de concertzalen tot 80% voor de galeries en bibliotheken). Wanneer culturele voorzieningen wel worden gemist dan is dat vooral in de eigen woonplaats.

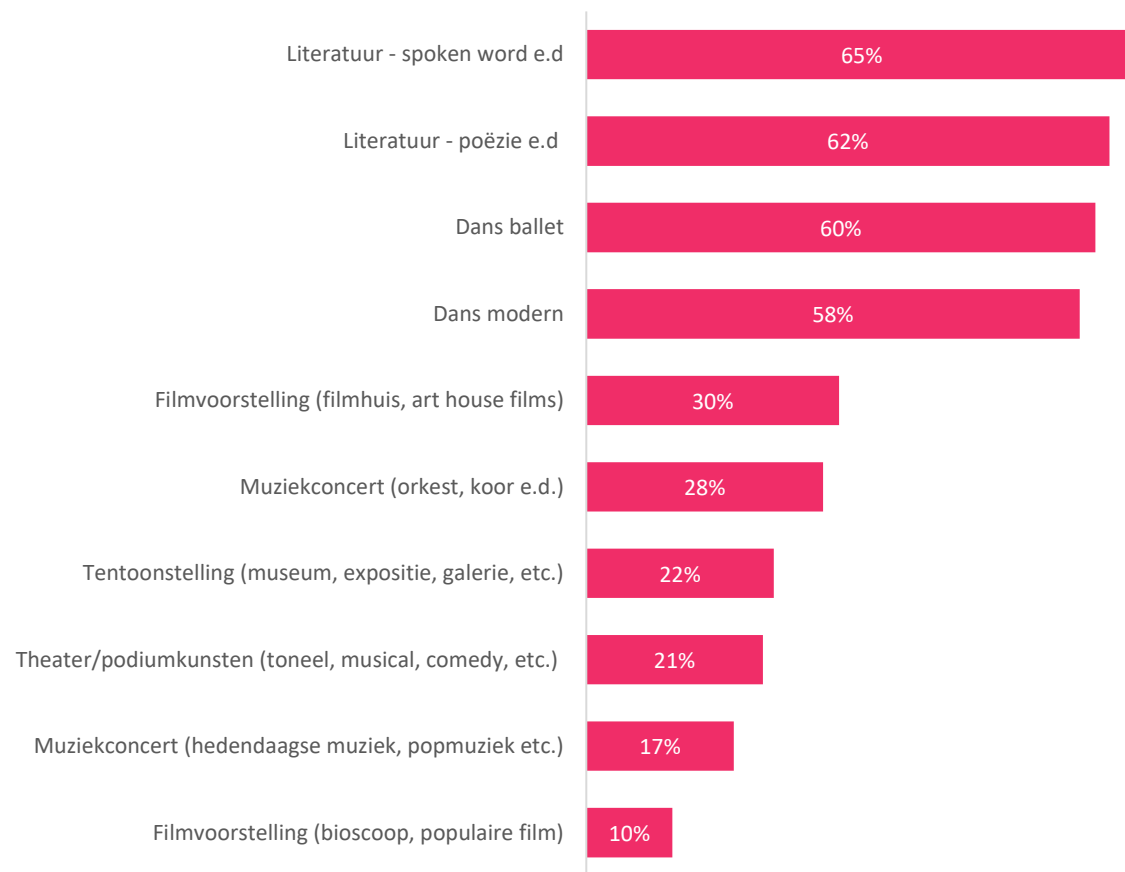
Reisbereidheid



→ [Naar inhoudsopgave](#)

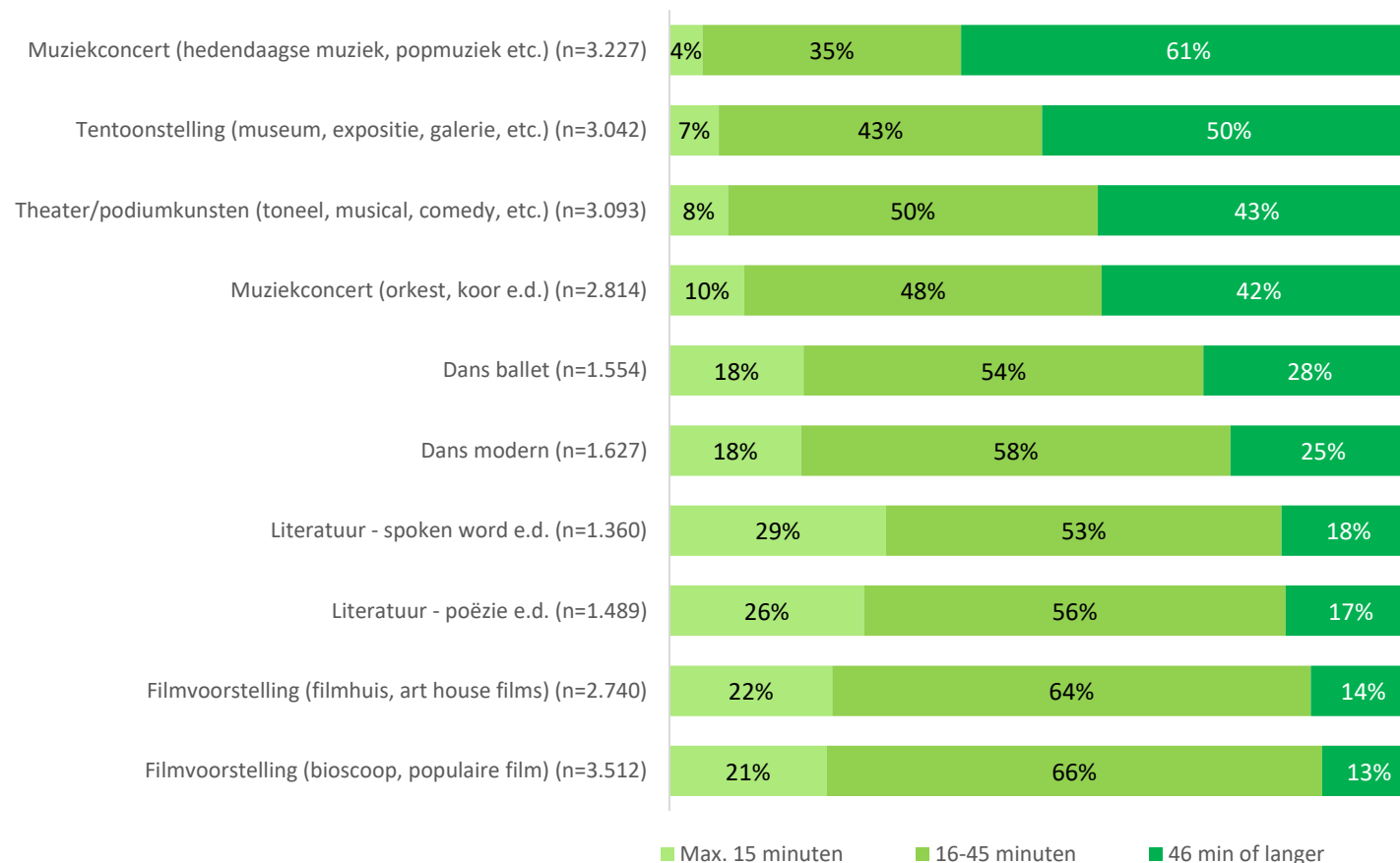
Niet bereid te reizen om culturele activiteiten te bezoeken

Culturele activiteiten waarvoor men het minst bereid is te reizen zijn 'Literatuur – spoken word', 'Literatuur – poëzie', 'Dans – ballet' en 'Dans – modern'.



Hoe lang bent u bereid te reizen?

Het meest is men bereid lang te reizen (46 min of langer) voor het bezoeken van 'Muziekconcerten (hedendaagse muziek, popmuziek etc)' en voor het bezoeken van 'Tentoonstellingen (museum, expositie, galerie, etc.)'.



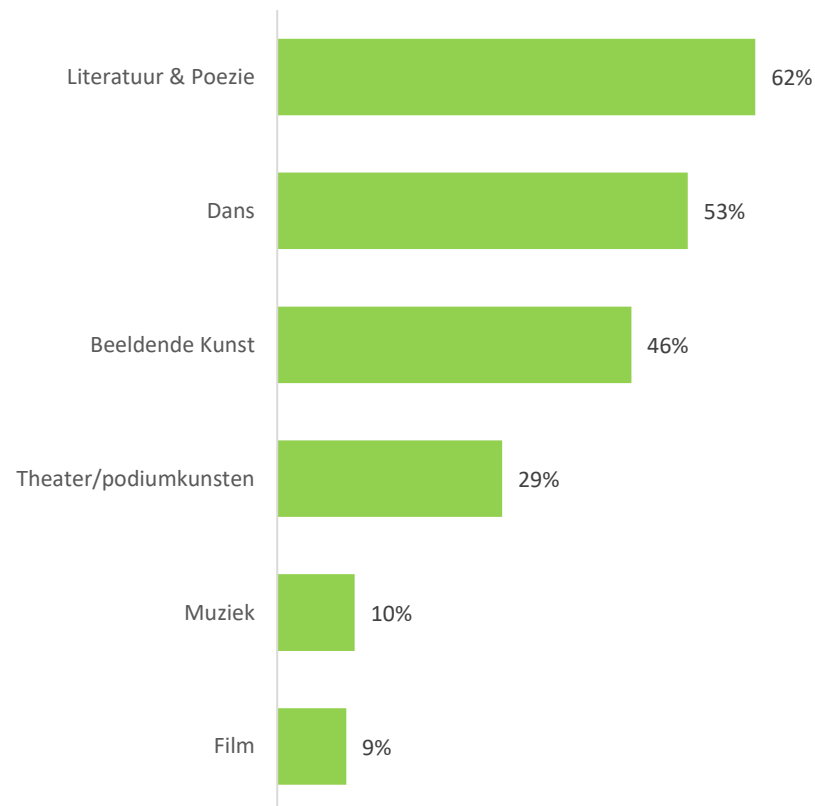
Kijk voor de mogelijke verschillen tussen de Culturele Doelgroepen in [Bijlage 2](#).

Behoefte aan voorzieningen



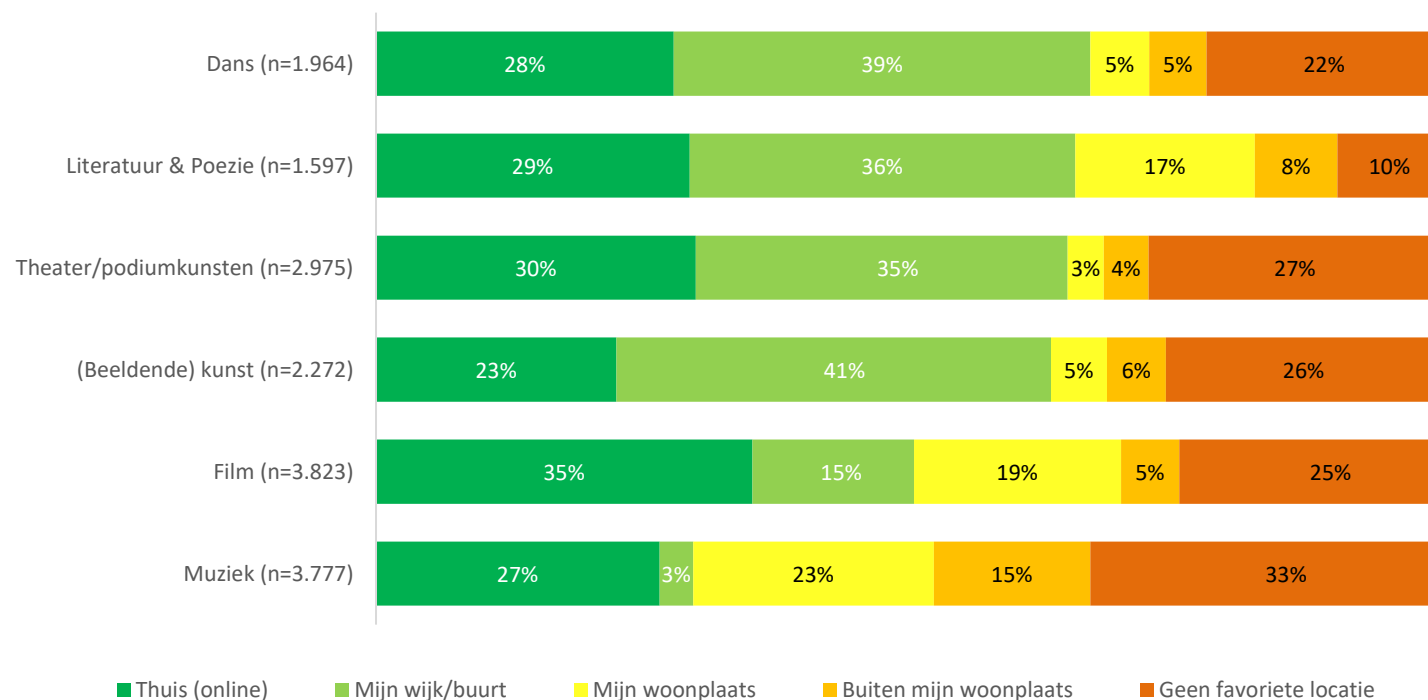
Geen voorkeur voor locatie kunst & cultuurbezoek

Ruim de helft van de deelnemers aan het onderzoek heeft geen favoriete locatie voor het bekijken/bijwonen van 'Literatuur en poëzie' (62%) of 'Dans' (53%), zij geven aan deze culturele activiteiten niet te bezoeken.



Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek

De bezoekers van '(Beeldende) kunst' zijn het meest uitgesproken over hun favoriete locatie voor het bezoeken van de activiteit, gevolgd door bezoekers van 'Dans'.

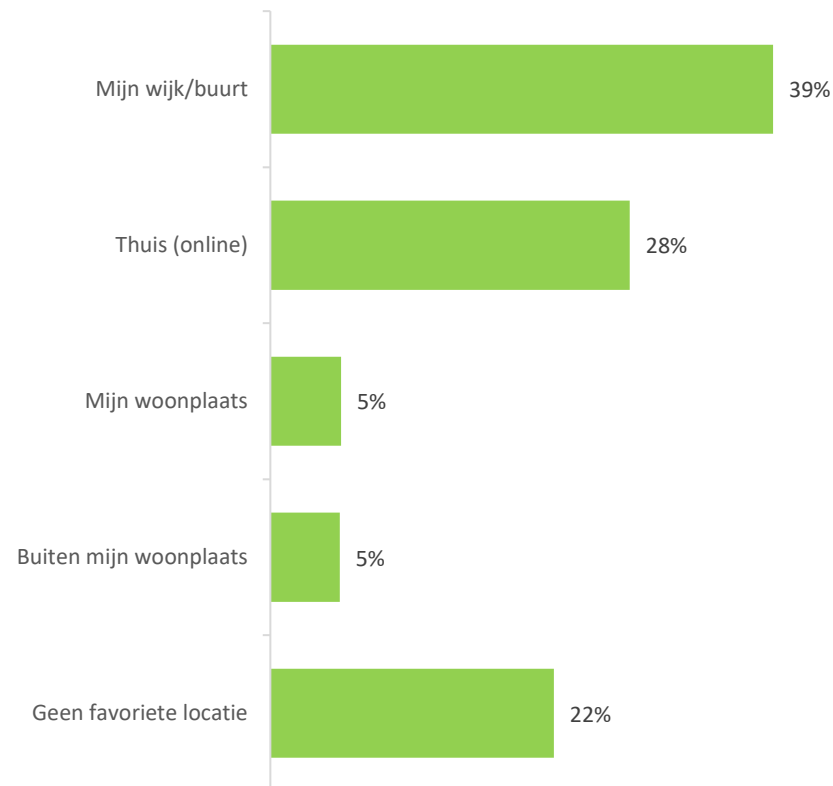


Kijk voor mogelijke verschillen tussen de Culturele Doelgroepen in [Bijlage 2](#).

Een gedetailleerde beschrijving van de favoriete locaties voor het bezoeken van de onderscheiden kunst en cultuuractiviteiten is weergegeven op de volgende pagina's.

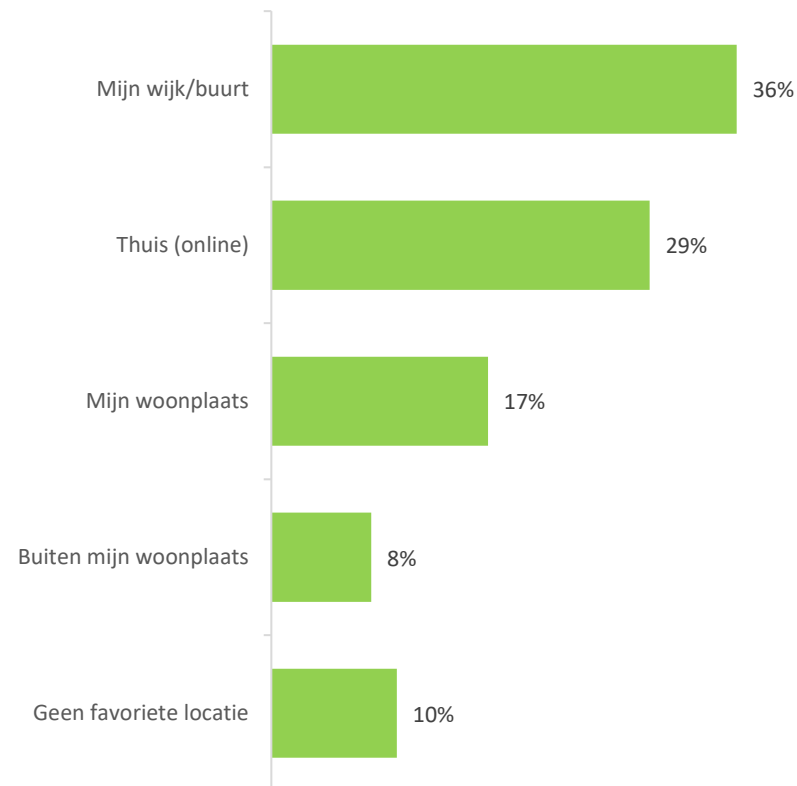
Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Dans

De meest favoriete locatie van de bezoekers van 'Dans' is de eigen wijk/de eigen buurt.



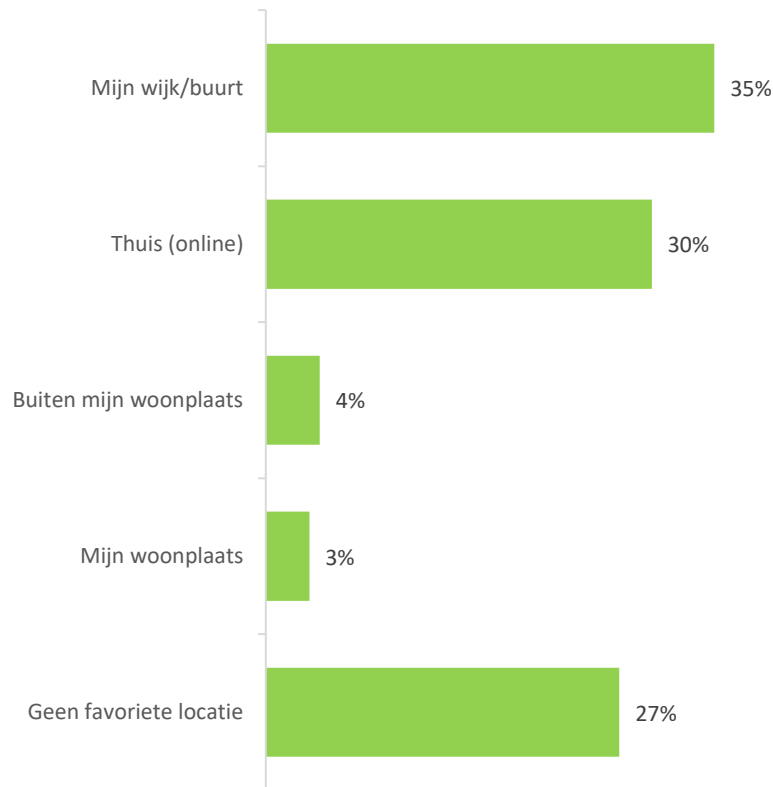
Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Literatuur & poëzie

De meest favoriete locatie van de bezoekers van 'Literatuur & poëzie' is de eigen wijk/de eigen buurt.



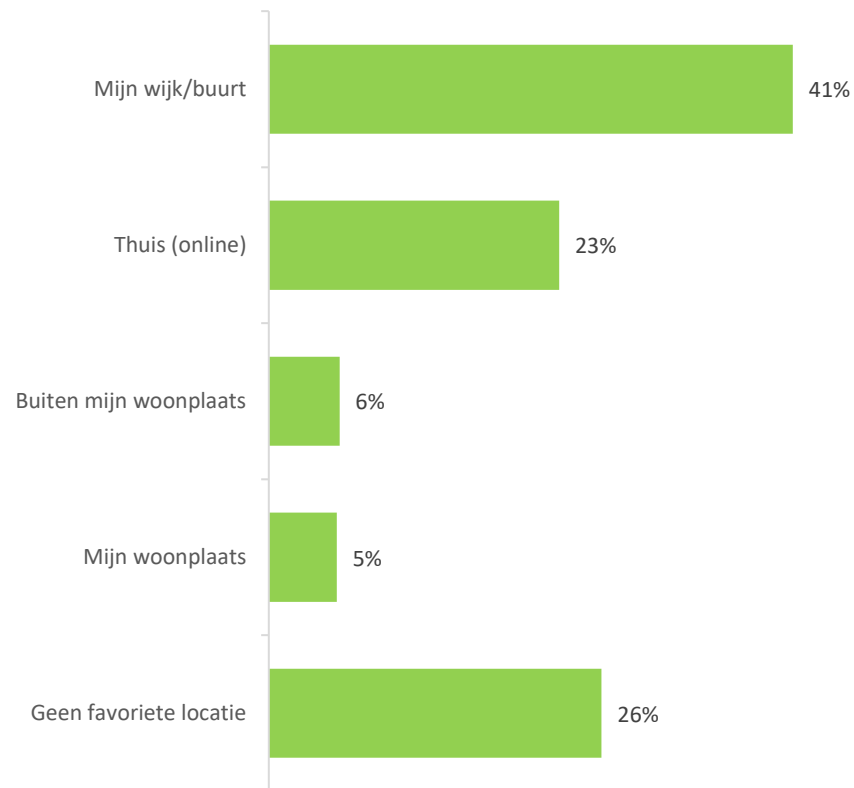
Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Theater/podiumkunsten

De meest favoriete locatie van de bezoekers van 'Theater/podiumkunsten' is de eigen wijk/de eigen buurt.



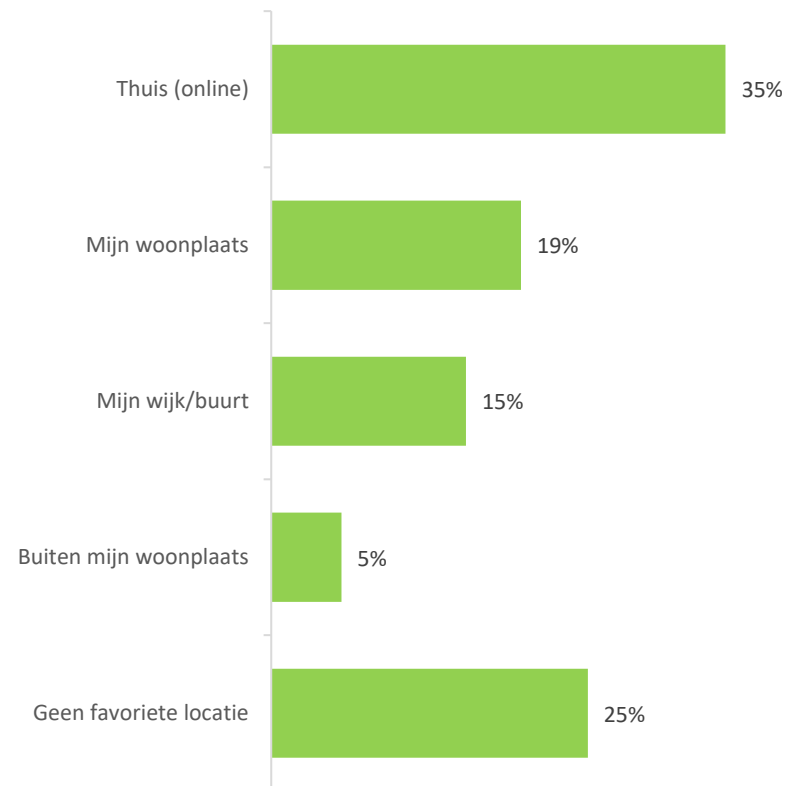
Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: (Beeldende) kunst

De meest favoriete locatie van de bezoekers van '(Beeldende) kunst' is de eigen wijk/de eigen buurt.



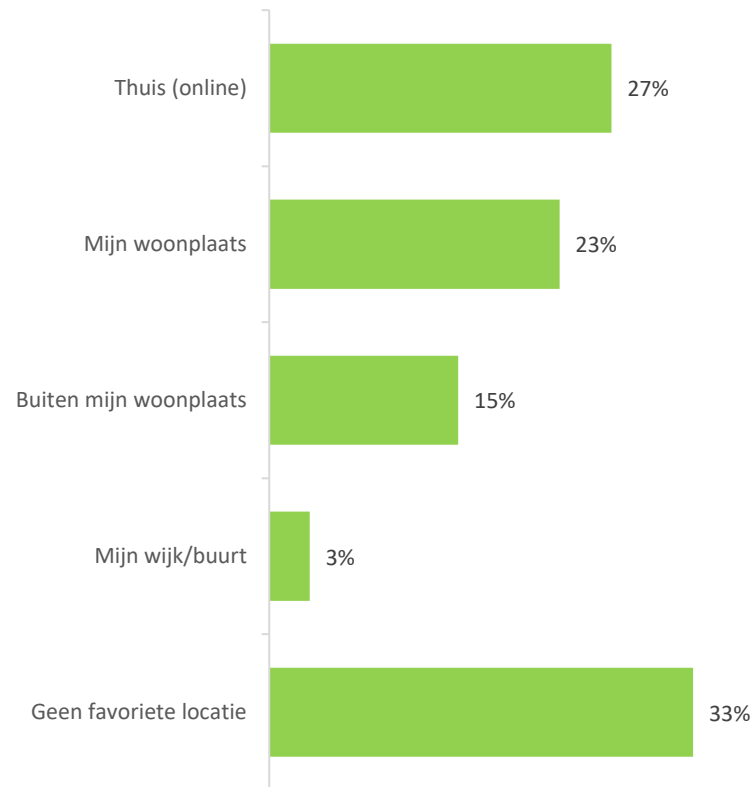
Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Film

De meest favoriete locatie van de bezoekers van 'Film' is thuis (online).



Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek: Muziek

De meest favoriete locatie van de bezoekers van 'Muziek' is thuis (online).



Voorkeur locatie kunst & cultuurbezoek per Culturele Doelgroep

Alle Culturele Doelgroepen zijn het meest uitgesproken over hun favoriete locatie voor het bezoeken van film; slechts een relatief kleine groep heeft geen favoriete locatie voor het bezoeken van film.

De *Klassieke Cultuurliefhebbers* en *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* hebben vaker dan de overige doelgroepen een favoriete locatie voor het bezoeken muziek.

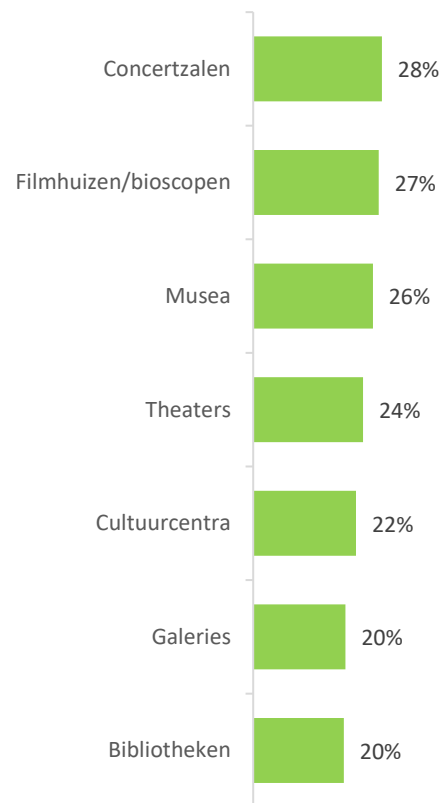
	(Beeldende) kunst	Dans	Literatuur & Poezie	Theater/podium kunsten	Muziek	Film
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers*	51%	44%	44%	43%	24%	21%
Culturele Alleseters	49%	45%	39%	38%	32%	21%
Kindrijke Cultuurvreterers	43%	41%	39%	39%	40%	19%
Proevende Buitenwijkers	41%	45%	38%	37%	35%	16%
Weelderige Cultuurminnaars	41%	43%	37%	38%	40%	14%
Klassieke Cultuurliefhebbers	41%	39%	38%	38%	27%	14%
Sociale Cultuurhoppers	40%	37%	40%	36%	34%	18%
Startende Cultuurspeurders	37%	32%	32%	30%	39%	13%
Actieve Vermaakvangers	36%	39%	30%	29%	36%	9%
Lokale Vrijetijdsgenieters	35%	30%	31%	26%	26%	11%
Flanerende Plezierzoekers	33%	38%	26%	28%	33%	9%

Voor de verschillende culturele activiteiten geldt dat de voorkeur van de meeste Culturele Doelgroepen om de activiteiten te bezoeken uit gaat naar de eigen woonplaats (over de verschillende activiteiten (film, muziek, theater, etc.) minimum en maximum percentage):

- *Culturele Alleseters* (30%; 43%)
- *Kindrijke Cultuurvreterers* (27%; 40%)
- *Weelderige Cultuurminnaars* (18%; 30%)
- *Klassieke Cultuurliefhebbers* (22%; 40%)
- *Startende Cultuurspeurders* (23%; 44%)
- *Actieve Vermaakvangers* (21%; 32%)
- *Proevende Buitenwijkers* (17%; 30%)
- *Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* (33%; 47%)
- *Flanerende Plezierzoekers* (24%; 34%)
- *Sociale Cultuurhoppers* (24%; 33%)
- *Lokale Vrijetijdsgenieters* (25%; 35%).

Gemis van culturele voorzieningen in de wijk of woonplaats

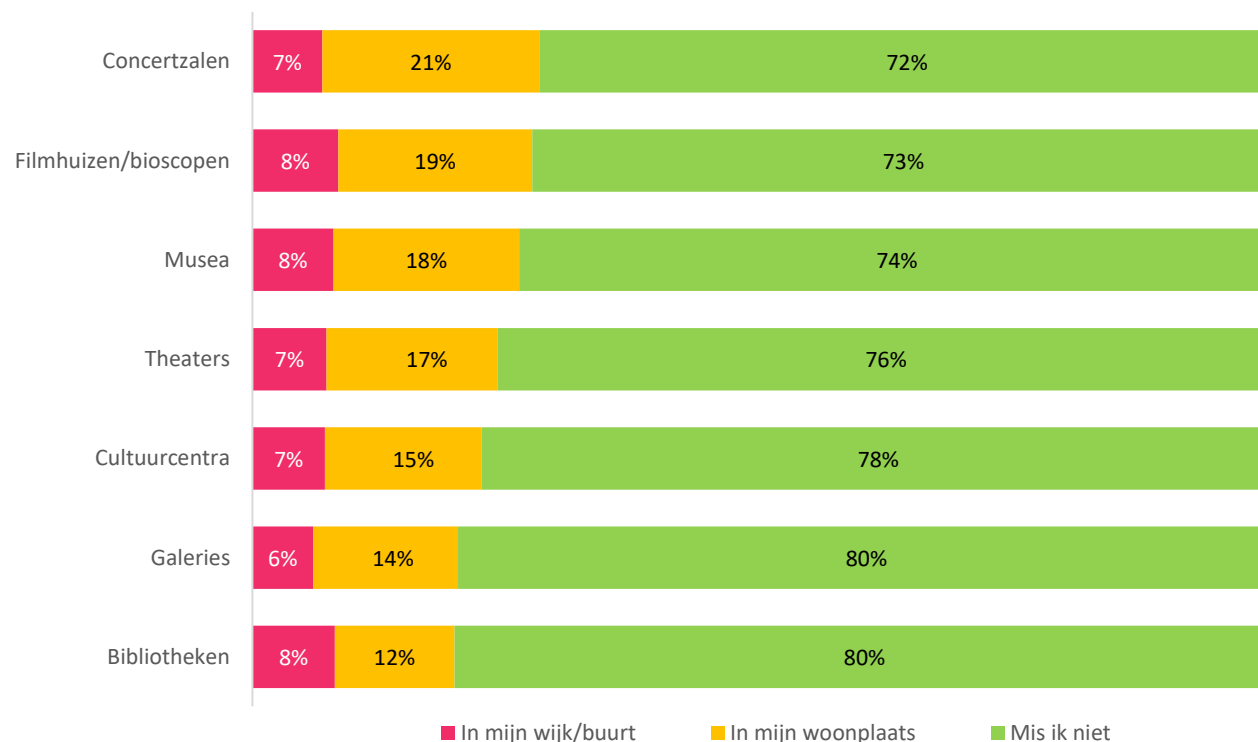
De verschillende culturele voorzieningen worden relatief weinig gemist in de wijk of woonplaats. Het minst gemist worden de bibliotheken (20%) en galeries (20%).



Gemis van culturele voorzieningen in de wijk of woonplaats

De meerderheid van de deelnemers aan het onderzoek mist geen van de genoemde culturele voorzieningen.

Culturele voorzieningen worden vooral gemist in de woonplaats en in mindere mate in de eigen wijk/buurt.



Verschillen tussen de Culturele Doelgroepen wat betreft de locatie waar zij culturele voorzieningen missen worden beschreven in Bijlage 2.

Gemis van culturele voorzieningen in de wijk of woonplaats

Mate waarin culturele voorzieningen worden gemist in de woonplaats:

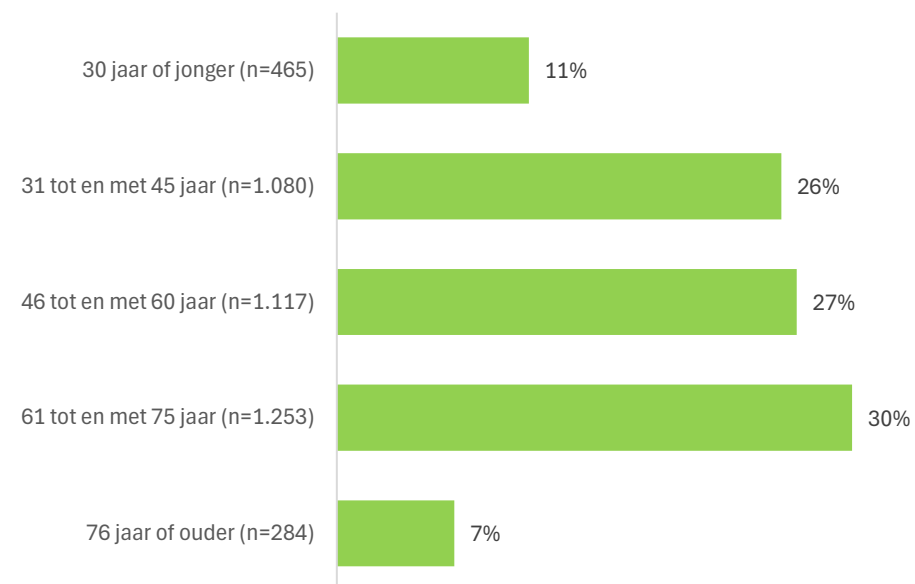
	Concertzalen	Filmhuizen/ bioscopen	Musea	Theaters	Cultuurcentra	Galleries	Bibliotheken
Sociale Cultuurhoppers (n=421)	24%	20%	20%	18%	18%	16%	12%
Startende Cultuurspeurders (n=211)	24%	18%	18%	12%	14%	14%	11%
Flanerende Plezierzoekers (n=378)	24%	21%	16%	20%	16%	12%	13%
Weelderige Cultuurminnaars (n=252)	22%	21%	18%	20%	16%	15%	13%
Proevende Buitenwijkers (n=840)	21%	19%	18%	16%	14%	14%	13%
Actieve Vermaakvangers (n=336)	21%	21%	20%	17%	18%	14%	14%
Klassieke Cultuur liefhebbers (n=672)	21%	18%	19%	17%	16%	14%	11%
Culturele Alleseters (n=336)	20%	17%	18%	15%	13%	16%	10%
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers* (n=36)	19%	17%	14%	8%	14%	3%	22%
Kindrijke Cultuurvreter (n=171)	19%	22%	19%	18%	15%	12%	11%
Lokale Vrijtijdsgenieters (n=546)	18%	17%	17%	15%	14%	14%	10%

Bijlage 1

Respondenten



Leeftijdscategorieën respondenten



Bijlage 2

Verschillen naar Culturele Doelgroep

→ [Naar inhoudsopgave](#)



Foto Rosa Quist

Rotterdam Festival

Verschillen naar Culturele Doelgroep ^(1/5)

Bereidheid te reizen voor een muziekconcert (Orkest/koor)

- De *Kindrijke Cultuurvreter* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* willen vaker max. 15 minuten reizen om een muziekconcert bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Startende Cultuurspeurders* en de *Actieve Vermaakvangers* zijn vaker bereid meer dan een uur te reizen om een muziekconcert bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Bereidheid te reizen voor een muziekconcert (Hedendaagse muziek)

- De *Kindrijke Cultuurvreter* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* willen vaker max. 15 minuten reizen om een muziekconcert bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Kindrijke Cultuurvreter* en *Flanerende Plezierzoekers* zijn vaker bereid 46 minuten tot een uur te reizen om een muziekconcert bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Weelderige Cultuurminnaars*, *Startende Cultuurspeurders* en *Actieve Vermaakvangers* zijn vaker bereid meer dan een uur te reizen om een muziekconcert bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Bereidheid te reizen voor een filmvoorstelling (Bioscoop)

- *Lokale Vrijetijdsgenieters* willen vaker max. 15 minuten reizen om een filmvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- *Flanerende Plezierzoekers* zijn vaker bereid 31 tot 45 minuten te reizen om een filmvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Weelderige Cultuurminnaars* en *Sociale Cultuurhoppers* zijn vaker bereid 46

minuten tot een uur te reizen om een filmvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen

- De *Startende Cultuurspeurders*, *Flanerende Plezierzoekers* en *Sociale Cultuurhoppers* zijn vaker bereid meer dan een uur te reizen om een filmvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Bereidheid te reizen voor een filmvoorstelling (filmhuis)

- *Culturele Alleseters* en *Startende Cultuurspeurders* willen vaker max. 15 minuten reizen om een filmvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- *Culturele Alleseters* zijn vaker bereid 46 minuten tot een uur te reizen om een filmvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- *Sociale Cultuurhoppers* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* zijn vaker bereid meer dan een uur te reizen om een filmvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Bereidheid te reizen voor literatuur (poëzie)

- De *Startende Cultuurspeurders* willen vaker max. 15 minuten reizen om een literatuurbijeenkomst bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Kindrijke Cultuurvreter* zijn vaker bereid 31 tot 45 minuten te reizen om een literatuurbijeenkomst bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Verschillen naar Culturele Doelgroep ^(2/5)

- De *Culturele Alleseters*, *Weelderige Cultuurminnaars* en *Flanerende Plezierzoekers* zijn vaker bereid 46 minuten tot een uur te reizen om een literatuu rbijeenkomst bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Weelderige Cultuurminnaars*, *Klassieke Cultuurliefhebbers* en *Flanerende Plezierzoekers* zijn vaker bereid meer dan een uur te reizen om een literatuu rbijeenkomst bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Bereidheid te reizen voor literatuur (spoken word)

- De *Startende Cultuurspeurders* willen vaker max. 15 minuten reizen om een literatuu rbijeenkomst bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Flanerende Plezierzoekers* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* zijn vaker bereid 31 tot 45 minuten te reizen om een literatuu rbijeenkomst bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Culturele Alleseters* en *Kindrijke Cultuurvreter s* zijn vaker bereid 46 minuten tot een uur te reizen om een literatuu rbijeenkomst bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Klassieke Cultuurliefhebbers* en *Flanerende Plezierzoekers* zijn vaker bereid meer dan een uur te reizen om een filmvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Bereidheid te reizen voor moderne dans

- De *Kindrijke Cultuurvreter s* en *Startende Cultuurspeurders* willen vaker max. 15 minuten reizen om een Moderne dansvoorstelling bij te wonen dan de overige

Culturele Doelgroepen.

- De *Proevende Buitenwijkers* zijn vaker bereid 16 tot 30 minuten te reizen om een moderne dansvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Klassieke Cultuurliefhebbers* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* zijn vaker bereid 31 tot 45 minuten te reizen om een moderne dansvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- *Culturele Alleseters*, *Weelderige Cultuurminnaars* en *Sociale Cultuurhoppers* zijn vaker bereid 46 minuten tot een uur te reizen om een moderne dansvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Actieve Vermaakvangers* zijn vaker bereid meer dan een uur te reizen om een moderne dansvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Bereidheid te reizen voor dans - ballet

- De *Startende Cultuurspeurders* willen vaker max. 15 minuten reizen om een balletvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Proevende Buitenwijkers* zijn vaker bereid 16 tot 30 minuten te reizen om een balletvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Klassieke Cultuurliefhebbers* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* zijn vaker bereid 31 tot 45 minuten te reizen om een balletvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Culturele Alleseters*, *Kindrijke Cultuurvreter s*, *Weelderige Cultuurminnaars* en *Sociale Cultuurhoppers* zijn vaker bereid 46 minuten tot een uur te reizen om een balletvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Verschillen naar Culturele Doelgroep (3/5)

Bereidheid te reizen voor theater/podiumkunsten

- De *Startende Cultuurspeurders*, *Sociale Cultuurhoppers* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* willen vaker max. 15 minuten reizen om een theater-/podiumvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Kindrijke Cultuurvreter* is vaker bereid 31 tot 45 minuten te reizen om een theater-/podiumvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Weelderige Cultuurminnaars* zijn vaker bereid 46 minuten tot een uur te reizen om een theater-/podiumvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Actieve Vermaakvangers* zijn vaker bereid meer dan een uur te reizen om een theater-/podiumvoorstelling bij te wonen dan de overige Culturele Doelgroepen.

Bereidheid te reizen voor een tentoonstelling (museum, expositie)

- De *Startende Cultuurspeurders*, *Sociale Cultuurhoppers* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* willen vaker max. 15 minuten reizen om een tentoonstelling te bezoeken dan de overige Culturele Doelgroepen.
- De *Kindrijke Cultuurvreter* is vaker bereid 46 minuten tot een uur te reizen om een tentoonstelling te bezoeken dan de overige Culturele Doelgroepen.

De favoriete locatie voor het bekijken/bijwonen van muziek

- De *Lokale Vrijetijdsgenieters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor thuis (online) om muziek te beluisteren/te bekijken.
- De *Startende Cultuurspeurders* en *Flanerende Plezierzoekers* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor de eigen wijk/buurt om muziek te beluisteren/te bekijken.

- De *Culturele Alleseters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor de eigen woonplaats om muziek te beluisteren/te bekijken.
- De *Kindrijke Cultuurvreter* en *Weelderige Cultuurminnaars* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker geen favoriete locatie voor het beluisteren/bekijken van muziek.

De favoriete locatie voor het bekijken/bijwonen van film

- De *Sociale Cultuurhoppers* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het thuis (online) bekijken van film.
- De *Flanerende Plezierzoekers* en *Startende Cultuurspeurders* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken van film in de eigen wijk/buurt.
- De *Culturele Alleseters* en *Startende Cultuurspeurders* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken van film in de eigen woonplaats.

De favoriete locatie voor het bekijken van (beeldende) kunst

- De *Proevende Buitenwijkers*, *Flanerende Plezierzoekers*, *Sociale Cultuurhoppers* en *Lokale Vrijetijdsgenieters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het thuis (online) bekijken van (beeldende) kunst.
- De *Startende Cultuurspeurders* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken van (beeldende) kunst in de eigen wijk/buurt.

Verschillen naar Culturele Doelgroep (4/5)

- De *Culturele Alleseters* en *Kindrijke Cultuurvreters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken van (beeldende) kunst in de eigen woonplaats.
- De *Klassieke Cultuurliefhebbers* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken van (beeldende) kunst buiten de eigen woonplaats.

De favoriete locatie voor het bekijken/bijwonen van literatuur/poëzie

- De *Sociale Cultuurhoppers* en *Lokale Vrijtijdsgenieters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het thuis (online) bekijken/bijwonen van literatuur/poëzie.
- De *Flanerende Plezierzoekers* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken/bijwonen van literatuur/poëzie in de eigen wijk/buurt.
- De *Culturele Alleseters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken/bijwonen van literatuur/poëzie in de eigen woonplaats.
- De *Weelderige Cultuurminnaars* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken/bijwonen van literatuur/poëzie buiten de eigen woonplaats.
- De *Startende Cultuurspeurders* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker geen voorkeur voor een locatie voor het bekijken/bijwonen van literatuur/poëzie.

- De *Sociale Cultuurhoppers* en *Lokale Vrijtijdsgenieters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het thuis (online) bekijken/bijwonen van dans.
- De *Proevende Buitenwijkers* en *Flanerende Plezierzoekers* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken/bijwonen van dans in de eigen wijk/buurt.
- De *Culturele Alleseters* en *Kindrijke Cultuurvreters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken/bijwonen van dans in de eigen woonplaats.
- De *Weelderige Cultuurminnaars* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken/bijwonen van dans buiten de eigen woonplaats.

De favoriete locatie voor het bekijken/bijwonen van theater/podiumkunsten

- De *Flanerende Plezierzoekers*, *Sociale Cultuurhoppers* en *Lokale Vrijtijdsgenieters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het thuis (online) bekijken/bijwonen van theater/podiumkunsten.
- De *Kindrijke Cultuurvreters* en *Startende Cultuurspeurders* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken/bijwonen van theater/podiumkunsten in de eigen wijk/buurt.
- De *Culturele Alleseters* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken/bijwonen van theater/podiumkunsten in de eigen woonplaats.

Verschillen naar Culturele Doelgroep ^(5/5)

- De *Actieve Vermaakvangers* hebben in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker een voorkeur voor het bekijken/bijwonen van theater/podiumkunsten buiten de eigen woonplaats.

Het gemis van musea in wijk of woonplaats

- De *Flanerende Plezierzoekers* missen in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker musea in hun wijk/buurt.

Het gemis van theaters in wijk of woonplaats

- De *Kindrijke Cultuurvreter* en *Flanerende Plezierzoekers* missen in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker theaters in hun wijk/buurt.
- De *Weelderige Cultuurminnaars* missen in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker theaters in hun woonplaats.

Het gemis van concertzalen in wijk of woonplaats

- De *Kindrijke Cultuurvreter* en de *Flanerende Plezierzoekers* missen in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker concertzalen in hun wijk/buurt.

Het gemis van bibliotheken in wijk of woonplaats

- De *Flanerende Plezierzoekers* missen in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker bibliotheken in hun wijk/buurt.
- De *Actieve Vermaakvangers* missen in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker bibliotheken in hun woonplaats.

Het gemis van filmhuizen/bioscopen in wijk of woonplaats

- De *Flanerende Plezierzoekers* en *Sociale Cultuurhoppers* missen in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker filmhuizen/bioscopen in hun wijk/buurt.

Het gemis van cultuurcentra in wijk of woonplaats

- De *Flanerende Plezierzoekers* missen in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker cultuurcentra in hun wijk/buurt.

Het gemis van galleries in wijk of woonplaats

- De *Flanerende Plezierzoekers* en *Sociale Cultuurhoppers* missen in vergelijking met de overige Culturele Doelgroepen vaker galleries in hun wijk/buurt.

Bijlage 3

Culturele Doelgroepenmodel

Culturele
Doelgroepenmodel[®]

→ [Naar inhoudsopgave](#)



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®

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.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



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.