



Targetingprofielen per Culturele Doelgroep

Praktisch handvat voor culturele organisaties

Versie 2026.01

Targetingprofielen

In een steeds diverser wordende samenleving is het voor culturele organisaties essentieel om hun publiek beter te begrijpen en doelgerichter te bereiken. Het Culturele Doelgroepenmodel biedt daarbij waardevolle inzichten door het culturele gedrag, de motivaties en belevingswerelden van verschillende publieksgroepen in kaart te brengen. Om het model toe te passen in marketing- en communicatieactiviteiten, hebben wij een set Meta-targetingprofielen samengesteld. Deze profielen kunnen ook gebruikt worden als uitgangspunt voor andere online targeting.

Deze targetingprofielen dienen als praktisch handvat voor culturele organisaties voor doelgroepbenadering via Meta (Instagram, Facebook, etc.), en kunnen ook toegepast worden op andere platforms. Ze vertalen de segmenten van het Culturele Doelgroepenmodel naar concrete richtlijnen voor online doelgroepbenadering. Denk hierbij aan kenmerken als tone of voice, mediagebruik, contentvoorkeuren en gedragsindicatoren die aansluiten bij de belevingswereld van iedere doelgroep.

Met dit handboek willen we culturele instellingen ondersteunen bij het vergroten van hun bereik, het verdiepen van publieksrelaties en het stimuleren van herhaalbezoek. Door slim gebruik te maken van targetingprofielen kunnen campagnes niet alleen effectiever, maar ook inclusiever worden ingericht.

Inhoudsopgave

Culturele Alleseters

Voornamelijk 25 – 30 jaar



1

Gedetailleerde targeting

Spotify (streamingdienst), Facebook (sociale media), LinkedIn, Netflix (streamingdienst), Twitter (sociale media) of Instagram (sociale media), Mensen die vaak reizen of Mensen die vaak naar het buitenland reizen, Hoger onderwijs. Volgt hoger onderwijs of Volgt een masteropleiding

2

Doelgroep verkleinen

Hot R&B/Hip-Hop Songs, Zuid-Amerika, Moderne dans, Azië, Wegwielrennen (wielrennen), Films (entertainment en media), Zwemmen (watersport), Hiphop (muziek), Ballet (dans), Standupcomedy (komedie), Fysieke fitness (fitness), Tennis (sport), Hardlopen (sport), Sportschool (fitness), Noord-Amerika, Afrika, Ontwerpen (ontwerp), Koken (eten en drinken), Fiets (voertuig) of R&B/Soul, Yoga (spiritualiteit)

3

Verder verkleinen

Comedy Café, Dierentuin (plaats), Festival (evenement), Kunstmuseum (musea), Kunst en muziek (kunst), Museum (plaatsen), Concerten (muziekevenementen), Muziekfestivals (evenementen), Podiumkunsten (podiumkunsten), Theater (uitvoerendekunsten), Restaurants (dineren), Pretpark (vrije tijd)

Kindrijke Cultuurvreeters

Voornamelijk 35 – 45 jaar



1

Gedetailleerde targeting

Mensen met jonge schoolgaande kinderen (6-8 jaar), Ouders met kinderen (9-12 jaar), Ouders met kleuters (3-5 jaar), Ouders met peuters (1-2 jaar), Hoger onderwijs, Hogeschool/Universiteit (hoger onderwijs), Facebook (sociale media), Instagram (sociale media), Netflix (streamingsdienst)

2

Doelgroep verkleinen

Europa, Fiets (voertuig), Fotografie, Moderne dans, Sportschool (fitness), Zwembad (watersport), Zwemles, Documentaires (films), Films (entertainment en media), Cultuur (sociaal concept), Muziek (entertainment en media), Familie (sociaal concept), Hardlopen (sport), Yoga (fitness), Auto's (voertuigen)

3

Verder verkleinen

Bioscoop (films), Dierentuin (plaats), Kunst en muziek (kunst), Podiumkunsten (podiumkunsten), Kunstmuseum (musea), Kunstzinnige films (films), Natuurmuseum, Muziekfestivals (evenementen), Theater (uitvoerende kunst), Attractiepark

Weelderige Cultuurminnaars

Voornamelijk 50 – 60 jaar



1

Gedetailleerde targeting

Hoger onderwijs, Ouders met tieners (13-17 jaar), Ouders met volwassen kinderen (18-26 jaar), Eigenaren van kleine bedrijven, Mensen die vaak naar het buitenland reizen, Mensen die vaak reizen, Facebook (sociale media), Hogeschool/Universiteit (hoger onderwijs), Instagram (sociale media), Leiderschap (sociaal concept), Reizen (reizen en toerisme)

2

Doelgroep verkleinen

Food & Wine (publicatie), Italië (plaats), Maatschappij, Noord-Amerika, Spinning, Wandelen (buitenactiviteiten), Wijnproeven (wijn), Lezen (communicatie), Tv (films en televisie), Jazzmuziek (muziek), Literatuur (kunst), Magazines (publicaties), Kranten (publicaties), Restaurants (dineren), Wijn (alcoholische dranken), Tennis (sport)

3

Verder verkleinen

Bioscoop (films), Beeldende kunst (kunst), Kunstexpositie (beeldende kunst), Museum (plaatsen), Opera, Theater (uitvoerende kunst), Podiumkunsten (podiumkunsten), Toneelstukken

Klassieke Cultuurliefhebbers

Voornamelijk 60 jaar en ouder



1

Gedetailleerde targeting

Hoger onderwijs, In bezit: iPad Air, In bezit: iPad Air 2, In bezit: iPad mini, In bezit: iPad mini 2, In bezit: iPad mini 3, Toegang tot Facebook (mobiel): iPad 1, Toegang tot Facebook (mobiel): iPad 2, Toegang tot Facebook (mobiel): iPad 3, Spotify (streamingsdienst), Facebook (sociale media)

2

Doelgroep verkleinen

Aquarel, Digitale fotografie (fotografie), Duitsland, E-bike (fietsen), Fiets (voertuig), Frankrijk, Italië (plaats), Tuin (huis en tuin), Wandelen (buitenactiviteiten), Zwemmen (watersport)

3

Verder verkleinen

Bioscoop (films), Museum, Opera, Orkest, Ballet (dans), Theater (uitvoerende kunst), Podiumkunsten (podiumkunsten), Tentoonstelling

Startende Cultuurspeurders

Voornamelijk jonger dan 30 jaar



1

Gedetailleerde targeting

Hoger onderwijs, Volgt hoger onderwijs, Facebook (sociale media), Instagram (sociale media), Randstad, Apple music, Spotify (streamingsdienst), Netflix (streamingsdienst), Mensen die vaak naar het buitenland reizen

2

Doelgroep verkleinen

De Haagse Hogeschool, HES Hogeschool Rotterdam, University of Amsterdam, Vrije Universiteit Amsterdam, Afrika, Azië, Creatief schrijven (literatuur), Fiets (voertuig), House (muziek), Moderne dans, Muziekinstrument (instrumenten), Oost-Europa, Streetdance, Treinvervoer, Zuid-Amerika, Hip hop (muziek), Yoga (fitness), Schilderen (beeldende kunst), Muziek (muziek en entertainment), Stand-upcomedy (komedie)

3

Verder verkleinen

Bioscoop (films), Comedy Café, Museum (plaatsen), Kunst en muziek (kunst), Bars (bars, clubs en nachtleven), Muziekfestivals (evenementen), Nightclubs (bars, clubs & nightlife), Concerten (muziekevenementen), Theater (uitvoerende kunst), Podiumkunsten (podiumkunst)

Actieve Vermaakvangers

Voornamelijk 30 - 35 jaar



1

Gedetailleerde targeting

Afgestudeerd, Hoger onderwijs, Masteropleiding (gedeeltelijk), Universitaire graad, Mensen met jonge schoolgaande kinderen (6-8) jaar, Ouders met kleuters (3-5 jaar), Facebook (sociale media), Instagram (sociale media), LinkedIn

2

Doelgroep verkleinen

Mountainbike (fietsen), Muziek (entertainment en media), Sporten (sport), Fysieke fitness (fitness), Hardlopen (sport), Bungalowpark, Films (entertainment en media), Attractiepark (leisure)

3

Verder verkleinen

Bibliotheek, Kunst en muziek (kunst), Podiumkunsten (podiumkunsten), Bioscoop (films), Circus (attractie), Dierentuin (plaats), Kunstmuseum (musea), Openbare bibliotheek, Concerten (muziekevenementen), Theater (uitvoerende kunst)

Proevende Buitenwijkers

Voornamelijk 45 - 60 jaar



1

Gedetailleerde targeting

Ouders met tieners (13-17 jaar), Ouders met volwassen kinderen (18-26 jaar), Facebook (sociale media), Instagram (sociale media), Sociaal netwerk, Netflix (streamingsdienst), YouTube (streamingsdienst)

2

Doelgroep verkleinen

Europees kampioenschap voetbal mannen, Fiets (voertuig), Hardrock, Mountainbike (fietsen), Sportschool (fitness), Tv (films en televisie), Dancemuziek (muziek), Heavy metal (muziek), Popmuziek (muziek), Familie (sociaal concept), Hardlopen (sport), Auto's (voertuigen), Zwemmen (watersport), Games (vrije tijd), Restaurants (dineren)

3

Verder verkleinen

Kunstmuseum (musea), Bioscoop (films), Circus (attractie), Museum (plaatsen), Muziekfestivals (evenementen), Podiumkunsten (podiumkunsten), Theater (uitvoerende kunst), Kunst en muziek (kunst)

Nieuwsgierige Toekomstgrijpers

Voornamelijk 18 - 30 jaar



1

Gedetailleerde targeting

Voorlopers in technologie, Mensen die vaak naar het buitenland reizen, Mensen die vaak reizen, Facebook (sociale media), Instagram (sociale media), Maatschappij, Student (onderwijs)

2

Doelgroep verkleinen

Airbnb (logies), Azië, Hostel, Midden-Oosten, Sociaal netwerk, Zuid-Amerika, Technologie (computers en elektronica), Reizen (reizen en toerisme)

3

Verder verkleinen

Kunst en muziek (kunst), Podiumkunsten (podiumkunsten), Kunstmuseum (musea), Bioscoop (films), Concerten (muziekevenementen), Muziekfestivals (evenementen), Theater (podiumkunsten), Tentoonstelling (kunst)

Flanerende Plezierzoekers

Voornamelijk 30 - 45 jaar



1

Gedetailleerde targeting

Mensen met jonge schoolgaande kinderen (6-8 jaar), Ouders met kinderen (3-5 jaar), Ouders met peuters (1-2 jaar), Facebook (sociale media), Instagram (sociale media), Spotify (streamingsdienst), Netflix (streamingsdienst)

2

Doelgroep verkleinen

Europa, Fiets (voertuig), Fotografie, Moderne dans, Sportschool (fitness), Zwembad (watersport), Zwemles, Documentaires (films), Films (entertainment en media), Cultuur (sociaal concept), Muziek (entertainment en media), Familie (sociaal concept), Hardlopen (sport), Yoga (fitness), Auto's (voertuigen)

3

Verder verkleinen

Bioscoop (films), Dierentuin (plaats), Kunst en muziek (kunst), Podiumkunsten (podiumkunsten), Kunstmuseum (musea), Muziekfestivals (evenementen), Theater (uitvoerende kunst)

Sociale Cultuurhoppers

Voornamelijk 45 - 65 jaar



1

Gedetailleerde targeting

Ouders met kinderen (9-12 jaar), Ouders met tieners (13-17 jaar), Ouders met volwassen kinderen (18-26 jaar), Facebook (sociale media), Instagram (sociale media)

2

Doelgroep verkleinen

Populaire muziek (muziek), Wereldmuziek (muziek), Koken, Wandelen (buitenactiviteiten), Boeken (publicaties), Literatuur (publicaties), Familie (sociaal concept), Films (entertainment en media)

3

Verder verkleinen

Concert Live, Kunst en muziek (kunst), Kunstmusea (musea), Museum (plaatsen), Concerten (evenementen), Muziekfestivals (evenementen)

Lokale Vrijetijdsgenieters

Voornamelijk 65 jaar en ouder



1

Gedetailleerde targeting

Ouders (alle), Facebook (sociale media), Reizen (reizen en toerisme), Mensen die vaak reizen, Mensen die vaak naar het buitenland reizen

2

Doelgroep verkleinen

Duitsland, E-bike (fietsen), Fiets (voertuig), Kruiswoordraadsel, Midden-Oosten, Noord-Afrika, Spanje, Turkije (plaats), Tv (films en televisie), Wereldmuziek, Zwitserland, Popmuziek, Boeken (publicaties), Literatuur (publicaties), Kranten (publicaties), Auto's (voertuigen), Cultuur (sociaal concept)

3

Verder verkleinen

Bibliotheek, Bioscoop (films), Culturele geschiedenis (kunst en cultuur), Kunst en muziek (kunst), Live-evenementen (evenement), Museum (plaatsen), Concerten (muziekevenement), Theater (podiumkunsten), Podiumkunsten (podiumkunsten)

Transparantie & feedback

Dit document is een werkversie die bedoeld is om culturele organisaties te ondersteunen bij het targetten van de verschillende Culturele Doelgroepen op de verschillende online platforms. Het bevat parameters en handvatten die nog in ontwikkeling zijn. We delen deze versie om samen met het veld tot een zo bruikbaar en relevant mogelijk eindresultaat te komen.

Jouw input is waardevol. We nodigen je van harte uit om je ervaring, aanvullingen en suggesties met ons te delen. We nemen deze feedback mee om de targetingsprofielen te optimaliseren en goed aan te laten sluiten bij de praktijk van culturele organisaties.

Heb je opmerkingen of ideeën? Neem gerust contact met ons op. Alvast dank voor je bijdrage!

VERANTWOORDING

Alhoewel de teksten in deze publicatie met de grootst mogelijke zorgvuldigheid tot stand zijn gekomen kunnen door gebruik ervan geen rechten worden ontleend aan- of aanspraak worden gemaakt 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 2026

ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN

Niets uit deze publicatie mag worden vervaelvoudigd, 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 vervaelvoudigen 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.

Contact

Kijk voor meer informatie op www.cultureledoelgroepenmodel.nl of neem contact op met publieksbereik@rotterdamfestivals.nl.

Rotterdam Festivals
Cultuurparticipatie /
Onderzoek & Expertise

Postbus 21362

3001 AJ Rotterdam

Stationsplein 45 (Be.041)

3013 AK Rotterdam

+ 31 10 433 25 11

www.rotterdamfestivals.nl

