

De Sociale Cultuurhoppers

Zijn de relaxte langslopers, die hier en daar een kijkje, hapje of drankje nemen.

Ontspannen vibe, (live-)muziek op de achtergrond en bekende gezichten tegenkomen, dat vindt de Sociale Cultuurhopper heerlijk.

Hoofdgroep
Licht

Leeftijd
45-65 jaar

Gemiddeld
54 jaar



Inkomen
Vooral beneden
modaal tot
modaal



**Opleidings-
niveau**
Praktisch en
middelbaar



Locatie
Verspreid over heel
Nederland, komen wel
vaker voor in het
uiterste Noorden en in
het Oosten

Bestedingen
Gemiddeld per
bezoek
€66



Levensfase
Alleenstaand of
samen zonder
kinderen, anders
gezin met kinderen
(12+)



23%
Beoefent zelf
kunst & cultuur



Onderweg
Pakken de auto, trein
of fiets naar een
culturele
bestemming

Leefstijl

De ene Sociale Cultuurhopper werkt fulltime of parttime, de ander is mantelzorger en weer een ander is werkeloos

Leven met een ontspannen vibe, relaxen met sociale contacten en zetten weinig druk op hun vrijetijdsbesteding

Houden na de vaste lasten weinig budget over, maar zijn niet materieel ingesteld

Kunst & cultuur

De Sociale Cultuurhoppers maken er een feestje van als ze een leuke, laagdrempelige activiteit tegen het lijf lopen

Bezoeken graag een buurtfestival of optreden van een lokale artiest

Staan niet als eerste in de rij voor een concert, maar zijn wel geïnteresseerd in populaire (film- en) muziekgenres en wereldmuziek



Drempels, motieven en informatiebehoefte rondom cultuurbezoek

Belangrijkste redenen om kunst & cultuur te bezoeken

1. Ontspanning
2. Genieten van iets moois/bijzonders
3. Plezier hebben
4. Het opdoen van nieuwe ervaringen
5. Met vrienden/familie tijd doorbrengen

Met wie gaan de Sociale Cultuurhoppers graag naar een culturele activiteit?

1. Vrienden
2. Partner
3. Kinderen

Top 10 Informatiebronnen

1. Sociale media
2. E-mail/nieuwsbrief van specifieke instellingen/evenementen
3. Website van specifieke instellingen/evenementen
4. Suggesties van vrienden/familie/kennissen
5. TV of radio
6. Artikelen in landelijke (online) krant(en) of tijdschrift(en)
7. Lokale media (bv. huis-aan-huisblad)
8. Uitkrant/Uitagenda
9. Billboards/Posters
10. Folders/Brochures

Waarom bezoeken de Sociale Cultuurhoppers...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Financiële redenen (geen geld voor (over))
3. Geen tijd/tijdgebrek

...niet vaker kunst & cultuur?

- Onder personen die wel af en toe bezoeken*
1. Financiële redenen (geen geld voor (over))
 2. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten
 3. Geen tijd/tijdgebrek
 4. Geen interesse om vaker kunst & cultuur te bezoeken



De Sociale Cultuurhoppers & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

Bezoeken ons gemiddeld <input type="text"/> keer per <input type="text"/> jaar / seizoen.	Bezoeken ons <i>al jaren / sinds kort.</i>	Bezoeken ons vooral <i>doordeweeks / in het weekend</i> en in de <i>ochtend / middag / avond.</i>
Kopen bij ons vaak <i>vroeg / last minute</i> een kaartje.	Kopen bij ons vaak een ticket met korting: <i>ja / nee.</i>	Zijn vaak <i>wel / niet</i> ingeschreven voor onze nieuwsbrief.
Zijn vaak <i>wel / niet</i> 'vriend' of donateur van onze organisatie.	Gaan bij ons vooral naar (programming / genres): <input type="text"/>	

Wat kunnen we programmeren voor de Sociale Cultuurhoppers?

Welke klantreis maken de Sociale Cultuurhoppers bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Sociale Cultuurhoppers bereiken?

Welke drempels kunnen de Sociale Cultuurhoppers ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Sociale Cultuurhoppers?

Waarom willen de Sociale Cultuurhoppers onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Sociale Cultuurhoppers?

*Rotterdam
Festivals*