

De Culturele Alleseters

Zijn verliefd op de veelzijdige stad en willen alles wel een keertje proeven.

Jonge, hippe stedelingen met een volle agenda vaak middels een handige nieuwe app waar allerlei soorten festivals alvast in genoteerd staan, dat is typisch de Culturele Alleseter.

Hoofdgroep
Intensief

Leefstijl

De Culturele Alleseters zijn (nog) niet met kinderen bezig

Je vindt ze centraal in de stad, daar waar 'het' gebeurt en bruist, in een appartementje met hip interieur

Met hun hbo- of universitaire opleiding op zak tikkert deze groep lekker aan hun carrière. Dat vinden ze ook belangrijk; ze zoeken voldoening in werk en vrije tijd

Na hun werkdag borrelen ze met vrienden, bezoeken ze nieuwe activiteiten of sporten ze graag

Kunst & cultuur

De agenda staat vol met culturele uitjes en hun kunst- en cultuurinteresses zijn breed en divers; van arthousefilms tot architectuur en van festivals tot moderne dans of ballet

Vaak zit er een Museumkaart of andere culturele kortingspas in de portemonnee

Mooie momenten delen ze online en offline met vrienden en hun uitgebreide netwerk



Leeftijd

<60 jaar
(zwaartepunt
25-30 jaar)

Gemiddeld
39
jaar

Opleidingsniveau

Middelbaar, hoog en uni (relatief vaker hoog en uni)



Inkomen

Vooral boven modaal

Locatie

Wonen verspreid over heel Nederland, maar komen relatief vaker voor in de Randstad en grote steden

Binding en herhaalbezoek-intentie is het hoogst t.o.v. de andere doelgroepen



Levensfase

Alleenstaand of samen zonder kinderen



25%

Beoefent zelf kunst & cultuur

Bestedingen

Gemiddelde besteding per bezoek

€68



Onderweg

Pakken graag de fietsof gaan te voet naar een culturele bestemming

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 (inzichten, kennis, perspectieven, etc)
5. Met vrienden/familie tijd doorbrengen

Met wie gaan de Culturele Alleseters graag naar een culturele activiteit?

1. Vrienden
2. Partner
3. Alleen

Top 10 Informatiebronnen

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

Waarom bezoeken de Culturele Alleseters...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Financiële redenen (geen geld voor (over))
3. Ik besteed mijn vrije tijd liever aan andere activiteiten

...niet vaker kunst & cultuur?

Onder personen die wel af en toe bezoeken

1. Geen tijd/tijdgebrek
2. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten
3. Financiële redenen (geen geld voor (over))
4. Ik ben niet altijd op de hoogte van het aanbod



De Culturele Alleseters & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

Bezoeken ons gemiddeld
keer per jaar /
seizoen.

Bezoeken ons
al jaren / sinds kort.

Bezoeken ons vooral
doordeweeks /
in het weekend en in de
ochtend / middag / avond.

Kopen bij ons vaak
vroeg / last minute een
kaartje.

Kopen bij ons vaak een
ticket met korting:
ja / nee.

Zijn vaak wel / niet
ingeschreven voor onze
niewsbrief.

Zijn vaak wel / niet
'vriend' of donateur van
onze organisatie.

Gaan bij ons vooral naar (programmering / genres):

Wat kunnen we
programmeren voor de
Culturele Alleseters?

Welke klantreis maken
de Culturele Alleseters
bij ons?

Met welk(e) (communicatie)-
middel(en) kunnen we de
Culturele Alleseters bereiken?

Welke drempels kunnen de
Culturele Alleseters ervaren
bij een bezoek aan onze
organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende
campagne voor de
Culturele Alleseters?

Waarom willen de Culturele
Alleseters onze organisatie /
ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog
meer weten over de
Culturele Alleseters?

Rotterdam
Festivals

De Kindrijke Cultuurvreterers

Blakende jonge gezinnen die prat gaan op culturele uitjes.

Met de kids aan de arm gaan de Kindrijke Cultuurvreterers maar wat graag op pad. De hele tijd thuiszitten? Terwijl er zoveel te beleven valt in de stad? Echt niet.

Hoofdgroep
Intensief

Leefstijl

De Kindrijke Cultuurvreterers werken hard om - samen met de kinderen - van het leven te kunnen genieten

Maken tussen de zwemles, huishouden en familiebezoek door tijd voor nieuwe ervaringen en culturele uitjes

Willen hun kinderen graag de verschillende kanten van het leven, de stad en de wereld laten zien

Kunst & cultuur

De Kindrijke Cultuurvreterers vinden alles leuk wat hot en happening is op cultuurgebied

Gaan met de kids naar een culturele activiteit om hun horizon verbreden, maar het moet ook een ontspannen en gezellig uitje voor de familie zijn

Als het nachtwerk wordt in een hippe club in de binnenstad gaan ze samen of met vrienden uit en logeren de kinderen bij opa en oma



Leeftijd
<55 jaar
(zwaartepunt
35-45 jaar)

Gemiddeld
40 jaar



Inkomen
Vooral boven
modaal



Locatie
Verspreid over heel
Nederland, maar
relatief minder vaak in
het Noorden



**Opleidings-
niveau**
Middelbaar, hoog
en uni (relatief
vaker hoog en uni)



Levensfase
Gezin met jonge
kinderen (0-11)



21%
Beoefent zelf
kunst & cultuur

Bestedingen

Gemiddeld per
bezoek
€67

Maken veel
gebruik van het
culturaanbod,
maar bestedingen per
bezoek zijn beneden
gemiddeld



Onderweg

Pakken de auto of
de (bak)fiets naar
een culturele
bestemming

Drempels, motieven en informatiebehoefte rondom cultuurbezoek

Belangrijkste redenen om kunst & cultuur te bezoeken

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

Met wie gaan de Kindrijke Cultuurvreter(s) graag naar een culturele activiteit?

1. Partner
2. Vrienden
3. Kinderen

Top 10 Informatiebronnen

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

Waarom bezoeken de Kindrijke Cultuurvreter(s)...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Ik besteed mijn vrije tijd liever aan andere activiteiten
3. Financiële redenen (geen geld voor (over))

...niet vaker kunst & cultuur?

- Onder personen die wel af en toe bezoeken*
1. Geen tijd/tijdgebrek
 2. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten
 3. Financiële redenen (geen geld voor (over))
 4. Ik ben niet altijd op de hoogte van het aanbod



De Kindrijke Cultuurvreter(s) & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

Bezoeken ons gemiddeld <input type="text"/> keer per 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 (programmering / genres): <input type="text"/>	

Wat kunnen we programmeren voor de Kindrijke Cultuurvreter(s)?

Welke klantreis maken de Kindrijke Cultuurvreter(s) bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Kindrijke Cultuurvreter(s) bereiken?

Welke drempels kunnen de Kindrijke Cultuurvreter(s) ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Kindrijke Cultuurvreter(s)?

Waarom willen de Kindrijke Cultuurvreter(s) onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Kindrijke Cultuurvreter(s)?

Rotterdam
Festivals

De Weelderige Cultuurminnaars

Willen het goede leven leiden en zoeken het kersje op de taart.

Welgestelde bewoners die ten volste van het leven willen genieten. Volgens de Weelderige Cultuurminnaar hoort daar zowel avontuur als kwaliteit en comfort bij.

Hoofdgroep
Intensief

Leefstijl

De Weelderige Cultuurminnaars hebben in hun leven veel uitdaging gezocht en dat heeft onder meer geleid tot een mooie carrière met veel verantwoordelijkheid

Wonen samen met de partner in een ruim huis of luxe appartement en de kinderen zijn steeds zelfstandiger (of al uit huis)

Tijdens een fanatiek potje tennis, rustgevende boswandeling of uitdagende spinningclass maken ze hun hoofd leeg na een drukke werkweek

Kunst & cultuur

Hebben een verfijnde smaak, maar zijn geïnteresseerd in een breed aanbod kunst & cultuur

Zoeken zowel de kunsten met de grote K als het kunstzinnige avontuur op

Betalen graag voor kwaliteit en comfort (en geven het meeste geld uit aan culturele activiteiten ten opzichte van de andere groepen)



Leeftijd
45-70 jaar
(zwaartepunt
50-60 jaar)

Gemiddeld
56 jaar

Opleidings-
niveau
Middelbaar, hoog
en uni (relatief
vaker hoog en uni)

Locatie
Verspreid over
vrijwel heel
Nederland

Inkomen
Vooral 2x
boven modaal

Levensfase
Gezinnen met
oudere kinderen
(15+)

23%
beoefent zelf
kunst & cultuur

Bestedingen
Gemiddeld per
bezoek
€89

Geven het
meest uit t.o.v. de
andere Culturele
Doelgroepen

Onderweg
Pakken graag de
auto voor een
culturele
bestemming

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 Weelderige Cultuurminnaars graag naar een culturele activiteit?

1. Partner
2. Vrienden
3. Kinderen

Top 10 Informatiebronnen

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

Waarom bezoeken de Weelderige Cultuurminnaars...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Ik besteed mijn vrije tijd liever aan andere activiteiten
3. Financiële redenen (geen geld voor (over))

...niet vaker kunst & cultuur?

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



De Weelderige Cultuurminnaars & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

Bezoeken ons gemiddeld <input type="text"/> keer per 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 (programmering / genres): <input type="text"/>	

Wat kunnen we programmeren voor de Weelderige Cultuurminnaars?

Welke klantreis maken de Weelderige Cultuurminnaars bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Weelderige Cultuurminnaars bereiken?

Welke drempels kunnen de Weelderige Cultuurminnaars ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Weelderige Cultuurminnaars?

Waarom willen de Weelderige Cultuurminnaars onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Weelderige Cultuurminnaars?

Rotterdam
Festivals

De Klassieke Cultuurliefhebbers

Willen verfijning, kwaliteit en zijn bewonderaars van de traditionelere kunsten.

Ze leven graag het goede en verfijnde leven. Daar horen volgende de Klassieke Cultuurliefhebbers ook de klassieke kunsten bij.

Hoofdgroep
Intensief

Leefstijl

De Klassieke Cultuurliefhebbers doen het na een druk leven ondertussen iets rustiger aan. Een deel van deze groep heeft de pensioen gerechtigde leeftijd bereikt

De vrije tijd is om te genieten van het leven, maar ze doen bijvoorbeeld ook wel eens vrijwilligerswerk

Klassiek maar niet stoffig: ze blijven nieuwsgierig en dat zie je terug in hun modekeuzes, etentjes in nieuwe restaurants en bezoeken aan het filmhuis

Kunst & cultuur

Al zijn de wilde jaren voorbij, de Klassieke Cultuurliefhebbers vinden het belangrijk om de kunst- & cultuursmaak breed te houden

Bezoeken naast muziek en theater (in vergelijking met de andere groepen) graag beeldende kunst

Zijn echte museumfanaten, van een bijzondere tentoonstelling op de doordeweekse ochtend tot een actieve museummiddag in het weekend met de kleinkinderen



Leeftijd
55+ jaar
(zwaartepunt
60-80+ jaar)

Gemiddeld
71 jaar



Inkomen
Vooral boven
modaal



Opleidings-
niveau
Middelbaar, hoog
en uni (relatief
vaker hoog en uni)



Locatie
Verspreid over vrijwel
heel Nederland, iets
minder in het uiterste
Noorden



Levensfase
Alleenstaand of samen
zonder kinderen (vaak
gepensioneerd en
kinderen uit huis)

Besteden
meer dan
gemiddeld

Bestedingen
Gemiddeld per
bezoek
€78



24%
Beoefent zelf
kunst & cultuur



De
herhaalbezoek-
intentie is het op 1
na hoogst t.o.v. de
andere groepen

Onderweg
Pakken graag de
auto voor een
culturele
bestemming

Drempels, motieven en informatiebehoefte rondom cultuurbezoek

Belangrijkste redenen om kunst & cultuur te bezoeken

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

Met wie gaan de Klassieke Cultuurliefhebbers graag naar een culturele activiteit?

1. Partner
2. Vrienden
3. Alleen

Top 10 Informatiebronnen

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

Waarom bezoeken de Klassieke Cultuurliefhebbers...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Financiële redenen (geen geld voor (over))
3. Ik besteed mijn vrije tijd liever aan andere activiteiten

...niet vaker kunst & cultuur?

Onder personen die wel af en toe bezoeken

1. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten
2. Geen tijd/tijdgebrek
3. Financiële redenen (geen geld voor (over))
4. Ik ben niet altijd op de hoogte van het aanbod



De Klassieke Cultuurliefhebbers & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

Bezoeken ons gemiddeld <input type="text"/> keer per 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 (programmering / genres): <input type="text"/>	

Wat kunnen we programmeren voor de Klassieke Cultuurliefhebbers?

Welke klantreis maken de Klassieke Cultuurliefhebbers bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Klassieke Cultuurliefhebbers bereiken?

Welke drempels kunnen de Klassieke Cultuurliefhebbers ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Klassieke Cultuurliefhebbers?

Waarom willen de Klassieke Cultuurliefhebbers onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Klassieke Cultuurliefhebbers?

Rotterdam
Festivals

De Startende Cultuurspeurders

Zoeken naar de creatieve (en budgetvriendelijke) zijstraten van de stad.

Bijna of pas-afgestudeerde jongelingen die alles willen zien en beleven maar aan het einde van de maand een beetje moeten opletten. Dat vraagt om inventiviteit!

Hoofdgroep
Medium

Leeftijd
<45 jaar
(zwaartepunt
<30 jaar)

Gemiddeld
31 jaar



Inkomen
Vooral beneden
modaal tot
modaal



**Opleidings-
niveau**
Middelbaar, hoog
en uni (relatief
vaker middelbaar)



Locatie
Wonen het
meest in de
(grotere) steden



Levensfase
Alleenstaand of
samen zonder
kinderen



29%
Beoefent zelf
kunst & cultuur

Bestedingen

Gemiddeld per
bezoek
€60

Besteden op
één Culturele
Doelgroep
na het minst



Onderweg

Pakken bovengemiddeld
vaak de fiets, trein of
gaan te voet naar een
culturele bestemming

Leefstijl

De Startende Cultuurspeurders zijn vaak nog student of starters en hebben niet altijd tijd en/of budget voor alles wat ze willen in hun vrijetijd

Wonen centraal in de stad en staan midden in het leven en de maatschappij

Zijn veel online te vinden, spelen handheld games en lopen standaard rond met muziek in de oren

Kunst & cultuur

Weten de nieuwe, hippe events in de stad te vinden: creatieve pop-ups, de opening van een skatecafé of een klein festival in de buurt

Bezoeken hedendaagse expositie waarbij gebruik gemaakt wordt van mixed media en hebben een voorliefde voor film en fotografie

In het weekend wordt er graag gedanst: de cafés, clubs en festivals staan vol met Startende Cultuurspeurders

Zijn zelf creatief: hebben interesse in het bespelen van een instrument, schilderen of schrijven



Drempels, motieven en informatiebehoefte rondom cultuurbezoek

Belangrijkste redenen om kunst & cultuur te bezoeken

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

Met wie gaan de Startende Cultuurspeurders graag naar een culturele activiteit?

1. Vrienden
2. Partner
3. Alleen

Top 10 Informatiebronnen

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

Waarom bezoeken de Startende Cultuurspeurders...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Financiële redenen (geen geld voor (over))
3. Ik besteed mijn vrije tijd liever aan andere activiteiten

...niet vaker kunst & cultuur?

Onder personen die wel af en toe bezoeken

1. Geen tijd/tijdgebrek
2. Financiële redenen (geen geld voor (over))
3. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten
4. Ik ben niet altijd op de hoogte van het aanbod



De Startende Cultuurspeurders & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

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

Wat kunnen we programmeren voor de Startende Cultuurspeurders?

Welke klantreis maken de Startende Cultuurspeurders bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Startende Cultuurspeurders bereiken?

Welke drempels kunnen de Startende Cultuurspeurders ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Startende Cultuurspeurders?

Waarom willen de Startende Cultuurspeurders onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Startende Cultuurspeurders?

Rotterdam
Festivals

De Actieve Vermaakvangers

Zijn drukbezet met familie, werk en vrienden en vinden het heerlijk om een dagje op stap te gaan; plezier voorop!

Zolang iedereen het naar zijn zin heeft en de sfeer goed is, geniet de Actieve Vermaakvanger.

Hoofdgroep
Medium

Leefstijl

De Actieve Vermaakvangers blijven bezig dankzij hun werk, het huishouden, verschillende hobby's en sociale contacten

Wonen in een redelijk ruime en groene omgeving, met faciliteiten, vrienden en familie om de hoek

Hebben minder ruimte voor en behoefte aan de laatste trend

Kunst & cultuur

'Fun' is het codewoord als het aankomt op culturele uitjes

Bezoeken de bioscoop voor bekende films, concerten van populaire bands & dj's of grote events in de stad

Dol op een dagje naar een attractiepark, een bezoek aan de dierentuin of een voetbalwedstrijd



Leeftijd
<55 jaar
(zwaartepunt
30-35 jaar)

Gemiddeld
37 jaar



Inkomen
Vooral boven
modaal



**Opleidings-
niveau**
Middelbaar, hoog
en uni (relatief
vaker hoog en uni)



Locatie
Wonen relatief
verspreid over
Nederland, iets
minder vaak in
de Randstad



Levensfase
Gezin met jonge kinderen
(0 tot 5 jaar) maar ook alleen-
staand of samen zonder
kinderen (laatste categorie
is in de minderheid)



18%
Beoefent zelf
kunst & cultuur

Bestedingen
Gemiddeld per
bezoek
€70

Hebben een
minder sterke
binding met de
bezochte
instelling



Onderweg
Pakken graag de auto
naar een culturele
bestemming

Drempels, motieven en informatiebehoefte rondom cultuurbezoek

Belangrijkste redenen om kunst & cultuur te bezoeken

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

Met wie gaan de Actieve Vermaakvangers graag naar een culturele activiteit?

1. Partner
2. Vrienden
3. Kinderen

Top 10 Informatiebronnen

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

Waarom bezoeken de Actieve Vermaakvangers...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Er was geen aanbod dat ik interessant vond (weinig variatie)
3. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten

...niet vaker kunst & cultuur?

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



De Actieve Vermaakvangers & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

<p>Bezoeken ons gemiddeld <input type="text"/> keer per <i>jaar / seizoen.</i></p>	<p>Bezoeken ons <i>al jaren / sinds kort.</i></p>	<p>Bezoeken ons vooral <i>doordeweeks / in het weekend</i> en in de <i>ochtend / middag / avond.</i></p>
<p>Kopen bij ons vaak <i>vroeg / last minute</i> een kaartje.</p>	<p>Kopen bij ons vaak een ticket met korting: <i>ja / nee.</i></p>	<p>Zijn vaak <i>wel / niet</i> ingeschreven voor onze nieuwsbrief.</p>
<p>Zijn vaak <i>wel / niet</i> 'vriend' of donateur van onze organisatie.</p>	<p>Gaan bij ons vooral naar (programmering / genres):</p> <div style="border: 1px solid #ccc; height: 40px; width: 100%;"></div>	

Wat kunnen we programmeren voor de Actieve Vermaakvangers?

Welke klantreis maken de Actieve Vermaakvangers bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Actieve Vermaakvangers bereiken?

Welke drempels kunnen de Actieve Vermaakvangers ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Actieve Vermaakvangers?

Waarom willen de Actieve Vermaakvangers onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Actieve Vermaakvangers?

*Rotterdam
Festivals*

De Proevende Buitenwijkers

Houden van een gezellig uitstapje, lekker tussen de mensen; als er iets te vieren valt, zijn ze graag van de partij.

Ergens tussen modern feestelijk en toegankelijk leven de Proevende Buitenwijkers; dol op popcultuur, soms een randje subcultuur.

Hoofdgroep
Medium

Leefstijl

De Proevende Buitenwijkers hebben een ontspannen leven, halen plezier uit hun werk en zoeken op z'n tijd het amusement op

In hun woonkeuze kijken ze meer naar ruimte, groen en betaalbaarheid en op de werkvloer is het vooral belangrijk dat de sfeer goed is

Als er kinderen zijn, ronden die de middelbare school af of zijn ze al uit huis

Kunst & cultuur

De Proevende Buitenwijkers zijn een sociale groep en als daar kunst en cultuur bij komt kijken, dan is dat prima

Ze gaan graag de stad in voor een (culturele) activiteit, met aansluitend een hapje en een drankje

Als ze het doen, dan doen ze het goed: ze geven gemiddeld het meeste uit aan een museumbezoek en podiumbezoek

Als er iets te doen is rondom een nichehobby van de groep - een conventie of beurs - is de Proevende Buitenwijker er zeker bij.



Leeftijd
40-70 jaar
(zwaartepunt
45-60 jaar)

Gemiddeld
54 jaar



Inkomen
Vooral boven
modaal



**Opleidings-
niveau**
Middelbaar, hoog
en uni (relatief
vaker middelbaar)



Locatie
Wonen verspreid over
heel Nederland, komen
wel iets minder vaak voor
in de Randstad en juist
relatief vaak in het
Noorden en Zuiden van
het land.



Levensfase
Alleenstaand of
samen zonder
kinderen, maar ook
gezinnen met oudere
kinderen (12+)

Bestedingen
Gemiddeld per
bezoek
€76

Besteden
meer dan
gemiddeld



21%
Beoefent zelf
kunst & cultuur

Hebben een
minder sterke
binding met de
bezochte
instelling



Onderweg
Pakken het vaakst de
auto naar een culturele
bestemming t.o.v. de
andere groepen

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 Proevende Buitenwijkers graag naar een culturele activiteit?

1. Partner
2. Vrienden
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. Artikelen in landelijke (online) krant(en) of tijdschrift(en)
6. Lokale media (bv. huis-aan-huisblad)
7. TV of radio
8. Uitkrant/Uitagenda
9. Folders/Brochures
10. Billboards/Posters

Waarom bezoeken de Proevende Buitenwijkers...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten
3. Bezoek kost te veel reistijd/moeilijk bereikbaar

...niet vaker kunst & cultuur?

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



De Proevende Buitenwijkers & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

Bezoeken ons gemiddeld <input type="text"/> keer per <i>jaar / seizoen.</i>	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 (programmering / genres): <input type="text"/>	

Wat kunnen we programmeren voor de Proevende Buitenwijkers?

Welke klantreis maken de Proevende Buitenwijkers bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Proevende Buitenwijkers bereiken?

Welke drempels kunnen de Proevende Buitenwijkers ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Proevende Buitenwijkers?

Waarom willen de Proevende Buitenwijkers onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Proevende Buitenwijkers?

Rotterdam
Festivals

De Nieuwsgierige Toekomstgrippers

Zijn de jongelingen die het leven (en de stad) aan het uitvinden zijn.
Stapje voor stapje.

Hard aan de studie, scrollend door de socials of de stad in met vrienden:
de Nieuwsgierige Toekomstgrippers bruisen van het leven!

Hoofdgroep
Licht

Leefstijl

De Nieuwsgierige Toekomstgrippers zijn activerende stadsmensen met een eigenzinnig leven die wonen in kleine appartementen in de opkomende wijken

Zijn vaak student met een bijbaan of jongeren in een startersfunctie, maar hebben vrije tijd over voor de andere dingen waar ze blij van worden

Vinden het belangrijk om (later) werk te doen waarin ze voldoening kunnen vinden en zichzelf kunnen ontplooiën

Kunst & cultuur

Aan nieuwsgierigheid of animo geen gebrek, maar kunnen door hun beperkte budget niet overal aan meedoen

Kiezen hun culturele activiteiten met zorg uit en ze hebben vinger aan de pols van de laatste hippe en opkomende events

Gaan graag op de fiets de stad in voor een (gratis) lezing, albumlancering of nieuwe film



Leeftijd
<30 jaar

Gemiddeld
24 jaar



Inkomen
Vooral beneden
modaal



**Opleidings-
niveau**
Praktisch en
middelbaar



Locatie

Wonen relatief het
vaakst in de grotere
steden

Ook in vergelijking
met de andere
groepen, op de
Startende Cultuur-
speurders na



Levensfase

Alleenstaand of
samen zonder
kinderen (meer dan
een derde is
student)



28%

Beoefent zelf
kunst & cultuur

Bestedingen

Gemiddeld per
bezoek
€51

Besteden
gemiddeld
het minst



Onderweg

Pakken bovengemiddeld
vaak de fiets, trein of
gaan te voet naar een
culturele bestemming

Drempels, motieven en informatiebehoefte rondom cultuurbezoek

Belangrijkste redenen om kunst & cultuur te bezoeken

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

Met wie gaan de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers graag naar een culturele activiteit?

1. Vrienden
2. Alleen
3. Partner

Waarom bezoeken de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken

...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. Ik ben niet altijd op de hoogte van het aanbod
4. Geen interesse om vaker kunst & cultuur te bezoeken

Top 10 Informatiebronnen

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



De Nieuwsgierige Toekomstgrijpers & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

Bezoeken ons gemiddeld
[] keer per
jaar / seizoen.

Bezoeken ons
al jaren / sinds kort.

Bezoeken ons vooral
doordeweeks /
in het weekend en in de
ochtend / middag / avond.

Kopen bij ons vaak
vroeg / last minute een
kaartje.

Kopen bij ons vaak een
ticket met korting:
ja / nee.

Zijn vaak wel / niet
ingeschreven voor onze
niewsbrief.

Zijn vaak wel / niet
'vriend' of donateur van
onze organisatie.

Gaan bij ons vooral naar (programmering / genres):

Wat kunnen we
programmeren voor
de Nieuwsgierige
Toekomstgrijpers?

Welke klantreis maken de
Nieuwsgierige
Toekomstgrijpers bij ons?

Met welk(e) (communicatie)-
middel(en) kunnen we de
Nieuwsgierige
Toekomstgrijpers bereiken?

Welke drempels kunnen de
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
ervaren bij een bezoek aan onze
organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende
campagne voor de
Nieuwsgierige
Toekomstgrijpers?

Waarom willen de
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
onze organisatie / ons aanbod
bezoeken?

Wat willen we nog meer
weten over de
Nieuwsgierige
Toekomstgrijpers?

Rotterdam
Festivals

De Flanerende Plezierzoekers

Vinden sfeer en community belangrijk; samen op pad, naar de club of gewoon samen muziek luisteren.

Ze hebben het niet breed, maar besteden hun tijd en geld graag aan iets bijzonders. Bij Flanerende Plezierzoekers gaat het om de beleving en het samenzijn.

Hoofdgroep
Licht

Leefstijl

De Flanerende Plezierzoekers zijn een sociale groep en zoeken elkaar op om samen naar events en belevenissen te gaan

Hebben het niet breed, maar besteden hun tijd en geld graag aan iets bijzonders - een beetje materialistisch zijn ze wel

Zijn veel online te vinden en houden de verschillende sociale media goed in de gaten

Kunst & cultuur

Voor de Flanerende Plezierzoekers kan cultuur van alles zijn, maar staat het vooral voor eten, muziek en een gemeenschapsgevoel

Muziek is belangrijk in het leven en ze hebben interesse in genres als hip hop, dance of alternatieve muziek

Een kunst- & cultuurbezoek moet vooral ontspannend en gezellig zijn, inspiratie en educatie is minder belangrijk



Leeftijd
<45 jaar
(zwaartepunt
30-45 jaar)

Gemiddeld
36 jaar



Inkomen
Vooral beneden
modaal tot
modaal



**Opleidings-
niveau**

Praktisch, middelbaar
en hoog (relatief vaker
praktisch en
middelbaar)



Locatie

Wonen in heel
Nederland, maar
relatief vaak in of
rondom steden



19%

Beoefent zelf
kunst & cultuur



Levensfase

Gezin met jonge
kinderen (0-11 jaar) en
anders alleenstaand
of samen zonder
kinderen



Onderweg

Pakken de auto, trein
of fiets naar een
culturele
bestemming

Bestedingen

Gemiddeld per
bezoek
€65

Drempels, motieven en informatiebehoefte rondom cultuurbezoek

Belangrijkste redenen om kunst & cultuur te bezoeken

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

Met wie gaan de Flanerende Plezierzoekers graag naar een culturele activiteit?

1. Vrienden
2. Partner
3. Kinderen

Top 10 Informatiebronnen

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

Waarom bezoeken de Flanerende Plezierzoekers...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Financiële redenen (geen geld voor (over))
3. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten

...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. Ik ben niet altijd op de hoogte van het aanbod



De Flanerende Plezierzoekers & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

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

Wat kunnen we programmeren voor de Flanerende Plezierzoekers?

Welke klantreis maken de Flanerende Plezierzoekers bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Flanerende Plezierzoekers bereiken?

Welke drempels kunnen de Flanerende Plezierzoekers ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Flanerende Plezierzoekers?

Waarom willen de Flanerende Plezierzoekers onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Flanerende Plezierzoekers?

Rotterdam
Festivals

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.

<p>Bezoeken ons gemiddeld <input type="text"/> keer per <i>jaar / seizoen.</i></p>	<p>Bezoeken ons <i>al jaren / sinds kort.</i></p>	<p>Bezoeken ons vooral <i>doordeweeks / in het weekend</i> en in de <i>ochtend / middag / avond.</i></p>
<p>Kopen bij ons vaak <i>vroeg / last minute</i> een kaartje.</p>	<p>Kopen bij ons vaak een ticket met korting: <i>ja / nee.</i></p>	<p>Zijn vaak <i>wel / niet</i> ingeschreven voor onze nieuwsbrief.</p>
<p>Zijn vaak <i>wel / niet</i> 'vriend' of donateur van onze organisatie.</p>	<p>Gaan bij ons vooral naar (programming / genres):</p> <div style="border: 1px solid #ccc; height: 40px; width: 100%;"></div>	

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*

De Lokale Vrijetijdsgenieters

Zijn de buurtbewoners op leeftijd, die houden van de wijk en van een gemoedelijke middag.

Kalmpjes aan van de dag genieten, zittend in de voortuin of op het balkon, ziet de Lokale Vrijetijdsgenieter graag hoe het leventje in de wijk zich ontvouwt.

Hoofdgroep
Licht

Leefstijl

De Lokale Vrijetijdsgenieters doen het iets rustiger aan, een groot deel van deze groep heeft een pensioengerechtigde leeftijd bereikt

Na het werkende leven wordt de wereld ietsjes kleiner; ze houden van hun directe omgeving

Lezen de lokale krant (en maken de kruiswoordpuzzel) en kijken 's avonds nog een beetje tv

Kunst & cultuur

Hebben nog allerlei culturele interesses en brengen graag een bezoek aan een museum, podium of theater in de buurt

Als de sfeer goed voelt, de locatie goed bereikbaar is en het personeel klantvriendelijk is, zijn de Lokale Vrijetijdsgenieters tevreden

Bezoeken een culturele activiteit in vergelijking met andere groepen graag met hun kleinkinderen



Leeftijd
65+ jaar
(zwaartepunt
65-80+ jaar)

Gemiddeld
75 jaar



Inkomen
Vooral beneden
modaal tot
modaal



**Opleidings-
niveau**
Praktisch en
middelbaar (relatief
vaker praktisch)



Locatie
Verspreid over heel
Nederland, wel
vaker in de
Randstad

Bestedingen
Gemiddeld per
bezoek
€70



Levensfase
Alleenstaand of
samen zonder
kinderen (vaak
gepensioneerd,
kinderen uit huis)



23%
Beoefent zelf
kunst & cultuur

Ervaren een
sterkere
binding dan
gemiddeld



Onderweg
Pakken de auto of
trein een culturele
bestemming

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 Lokale Vrijtijdsgenieters graag naar een culturele activiteit?

1. Partner
2. Vrienden
3. Alleen

Top 10 Informatiebronnen

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

Waarom bezoeken de Lokale Vrijtijdsgenieters...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten
3. Financiële redenen (geen geld voor (over))

...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 Lokale Vrijtijdsgenieters & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

<p>Bezoeken ons gemiddeld <input type="text"/> keer per <i>jaar / seizoen.</i></p>	<p>Bezoeken ons <i>al jaren / sinds kort.</i></p>	<p>Bezoeken ons vooral <i>doordeweeks / in het weekend</i> en in de <i>ochtend / middag / avond.</i></p>
<p>Kopen bij ons vaak <i>vroeg / last minute</i> een kaartje.</p>	<p>Kopen bij ons vaak een ticket met korting: <i>ja / nee.</i></p>	<p>Zijn vaak <i>wel / niet</i> ingeschreven voor onze nieuwsbrief.</p>
<p>Zijn vaak <i>wel / niet</i> 'vriend' of donateur van onze organisatie.</p>	<p>Gaan bij ons vooral naar (programmering / genres):</p> <div style="border: 1px solid black; height: 30px; width: 100%;"></div>	

Wat kunnen we programmeren voor de Lokale Vrijtijdsgenieters?

Welke klantreis maken de Lokale Vrijtijdsgenieters bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Lokale Vrijtijdsgenieters bereiken?

Welke drempels kunnen de Lokale Vrijtijdsgenieters ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Lokale Vrijtijdsgenieters?

Waarom willen de Lokale Vrijtijdsgenieters onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Lokale Vrijtijdsgenieters?

Rotterdam
Festivals