

Tweede meting Q4 2021 t/m Q3 2022

Hoe laten we een breder Haags publiek genieten van cultuur?



◆ The Art
The Culture
The **Hague.**

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	3
1. Inleiding	4
1.1 Aanleiding	5
2. Onderzoekopzet en werkwijze	6
2.1 Segmentatie als hulpmiddel	7
2.2 Werkwijze	12
2.3 Onderzoekstechniek	13
2.4 Opgeleverde producten	14
3. De culturele doelgroepen	16
4. Het publiek van de Haagse culturele instellingen	40
4.1 Algeheel beeld van de Haagse culturele instellingen	41
4.2 Musea	44
4.3 Programmerende instellingen	45
4.4 Producerende instellingen	48
4.5 Festivals	50
4.6 Cultuurankers	52
5. Spreiding van culturele bezoekers over Den Haag	56
5.1 Spreiding culturele bezoekers door de stad	..
5.2 Groepen met een lage cultuurparticipatie en de verdeling over de stad	64
6. Conclusie	74
Bijlage: kwalitatief onderzoek naar drempels en motieven bij cultuurbezoek onder de minst participerende doelgroepen	76
Colofon	80

Managementsamenvatting

Met trots presenteren wij de tweede meting van het Publieksonderzoek Cultuursector Den Haag dat The Hague & Partners in de periode 2021-2022 heeft uitgevoerd in opdracht van de gemeente Den Haag. Bij de eerste meting in 2019-2020 is gebruik gemaakt van een model met acht culturele doelgroepen. Inmiddels is dit model vernieuwd en uitgebreid tot elf culturele doelgroepen. Bij deze vernieuwde segmentatie wordt er meer rekening gehouden met de levensfase van huishoudens (leeftijd en wel/geen thuiswonende kinderen), omdat dit aspect ook een grote invloed heeft op de mate waarin cultuur buitenshuis wordt geconsumeerd. De resultaten van de eerste meting zijn omgerekend naar dit vernieuwde model, waardoor er toch een vergelijking met de vorige versie mogelijk is.

Deze meting hebben 44 Haagse culturele instellingen deelgenomen aan het onderzoek. Dit is een stijging van 47% ten opzichte van de eerste meting. Tijdens deze meting hadden we helaas weer te maken met ingrijpende coronamaatregelen. Van september 2021 t/m februari 2022 werden veel evenementen geannuleerd en kon er minder publiek aanwezig zijn bij de culturele activiteiten die wel door konden gaan. Doordat de rest van de meetperiode wel vrij was van beperkende maatregelen, is het gelukt om een ruimere vertegenwoordiging te krijgen van deelnemende instellingen uit de sectoren 'Festivals' en 'Producerend' dan bij de eerste meting.

De resultaten versterken de conclusies van de eerste meting. De vier doelgroepen uit de categorie 'Intensief' zijn matig tot sterk oververtegenwoordigd in het publiek van de Haagse culturele instellingen. De drie doelgroepen uit de categorie 'Medium' komen naar verwachting voor in het Haagse culturele publiek en de vier doelgroepen uit de categorie 'licht' zijn sterk ondervertegenwoordigd. Wat opvalt bij de vergelijking met

de eerste meting is dat de twee jongste doelgroepen van de 'Medium' en 'Licht' categorie significant vaker voorkomen onder de Haagse culturele bezoekers dan in de periode Q4 2019 t/m Q4 2020.

Er wordt bij de analyse ook gekeken naar verschillen op wijkniveau. Door de vernieuwde segmentatie geldt dat sommige doelgroepen nu meer of minder voorkomen in bepaalde woonwijken dan bij de eerste meting, maar de hoofdconclusie blijft staan: er is nog steeds een duidelijk verschil te zien tussen de hogere cultuurparticipatie van de meer welvarende noordwestelijke wijken en de lagere cultuurparticipatie van de minder welvarende zuidoostelijke wijken.

Met de inzichten uit dit onderzoek willen we kijken hoe we het Haagse culturele aanbod meer toegankelijk kunnen maken voor een zo breed mogelijk publiek. Alle deelnemers hebben een eigen rapport ontvangen met inzicht in de samenstelling van hun eigen publiek. Dit biedt hen belangrijke inzichten voor hun marketingstrategie. Ook hebben ze een advies ontvangen over welke Haagse culturele instellingen interessant zouden zijn voor een mogelijke samenwerking, omdat hun publiek sterk overeenkomt of er juist goed in slaagt om een doelgroep aan te trekken die bij de eigen instelling nog weinig voorkomt onder de bezoekers. Door de samenwerking tussen instellingen te bevorderen ontstaat er meer synergie in de culturele sector.

Rinda Vreven,
onderzoeker The Hague & Partners



Dit rapport toont de resultaten van de tweede meting van het Publieksonderzoek Cultuursector. Dit onderzoek is gebaseerd op het Culturele Doelgroepenmodel ontworpen door Rotterdam Festivals in samenwerking met databureau Whooz, bekend van de Whize methodiek (voorheen Mosaic). Eind 2019 ging in Den Haag de pilotmeting van start. Het rapport dat hieruit voortvloeide gaf een interessant inzicht in de segmentatie van het publiek van Haagse culturele instellingen. Per 1 september 2021 ging de tweede meting van start, zodat inzichten verrijkt worden en er verder gewerkt kan worden aan het toegankelijker maken van het Haagse cultuuraanbod voor een breder publiek.

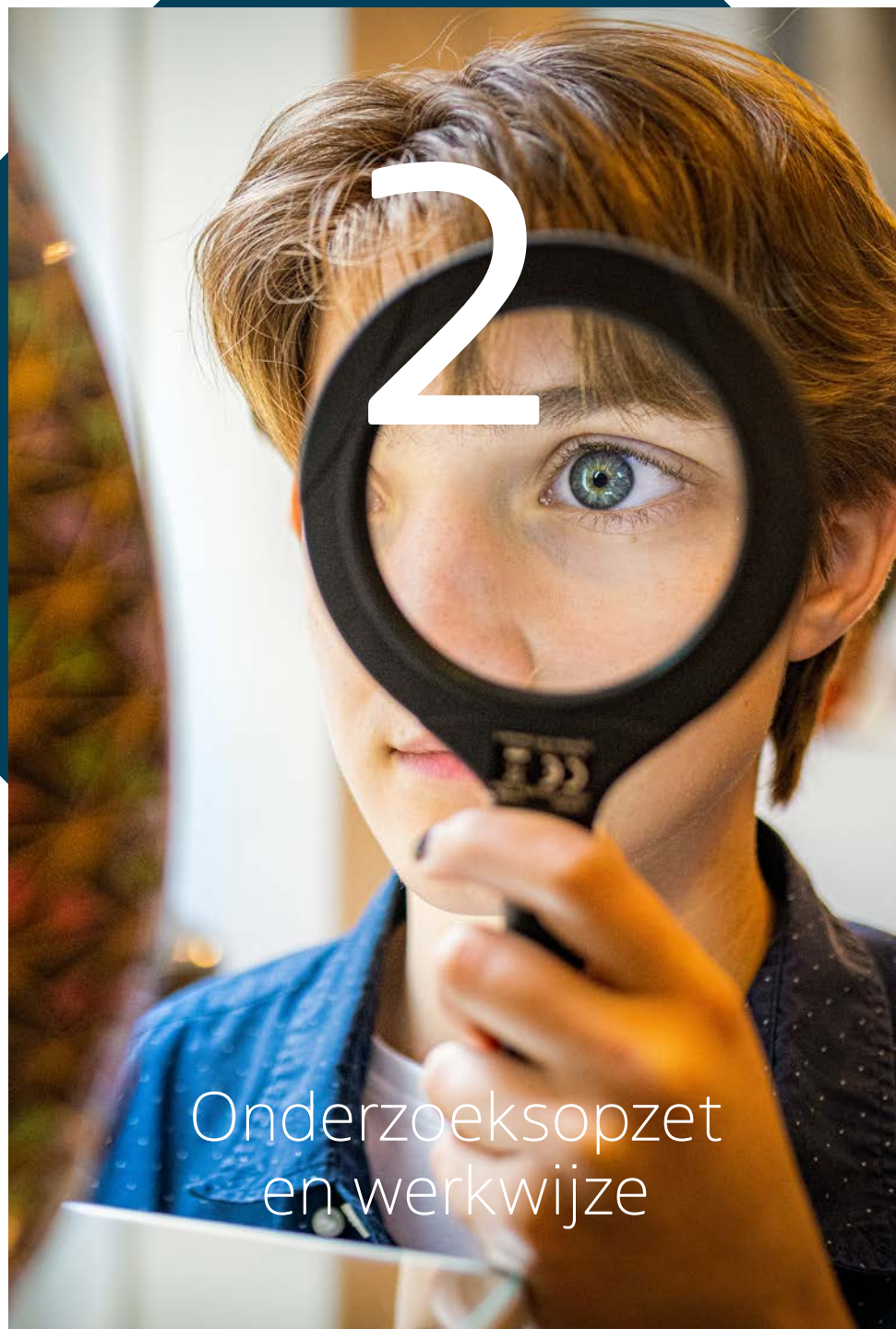
1.1 Aanleiding

In 2018 presenteerde het college destijds het Coalitieakkoord 2018-2022 'Den Haag, Stad van Kansen en Ambities'. Hierin stelt zij dat een sterke culturele en creatieve sector van essentiële waarde is voor een open, ontwikkelde en verbonden stad. Kunst en cultuur moeten toegankelijk zijn voor iedereen. (Zie aan mogelijkheden - Beleidskader Kunst en Cultuur 2021-2024). Om dit streven waar te kunnen maken was er ten eerste inzicht nodig in de huidige cultuurparticipatie van de Haagse bevolking. Vandaar dat de gemeente Den Haag de opdracht verstrekke aan The Hague & Partners om dit Publieksonderzoek uit te voeren volgens de methode van het Culturele Doelgroepenmodel, zoals eerder toegepast in Rotterdam.

Uit de eerste meting (september 2019 t/m eind 2020) bleek dat niet alle bevolkingsgroepen in gelijke mate gebruik maken van de beschikbare culturele voorzieningen. Het is de wens om een zo groot mogelijk publiek te interesseren. De huidige energiecrisis en de ongekennde inflatie zullen hier de komende periode waarschijnlijk een dempend effect op hebben.

Om meer inzicht te krijgen in de motieven en interesses van de inwoners van Den Haag wat cultuurbezoek betreft, hebben we gelijktijdig met de tweede meting van het Publieksonderzoek

een kwalitatief onderzoek uit laten voeren onder de vier doelgroepen in Den Haag met de laagste cultuurparticipatie. Daarmee proberen we te achterhalen wat hen weerhoudt van bezoek aan culturele instellingen en wat voor aanbod wel interessant voor hen zou zijn. Een korte samenvatting van de resultaten van dit kwalitatieve onderzoek is terug te lezen in de bijlage bij dit rapport.



De onderzoeksopzet en werkwijze van deze tweede meting zijn grotendeels gelijk aan die van de eerste meting

2.1 Segmentatie als hulpmiddel

Om het publiek in kaart te brengen is gebruik gemaakt van het vernieuwde Culturele Doelgroepenmodel, dat bestaat uit elf verschillende segmenten. Dit segmentatiemodel vormt de basis voor dit onderzoek. Maar wat houdt segmentatie precies in?

Segmentatie is een onderzoeksmethode die een markt opdeelt in verschillende groepen op basis van demografische kenmerken, overeenkomstige gedragspatronen of behoeften. De belangrijkste demografische kenmerken die voorspellen hoe vaak men culturele instellingen bezoekt zijn leeftijd, gezinssamenstelling, opleidingsniveau en hoogte van het besteedbaar huishoudelijk inkomen. Ook in het recente Cultuurbeleid onderzoek van het Haagse stadspanel is te zien dat er een verband bestaat tussen opleidingsniveau en belangstelling voor kunst en cultuur.

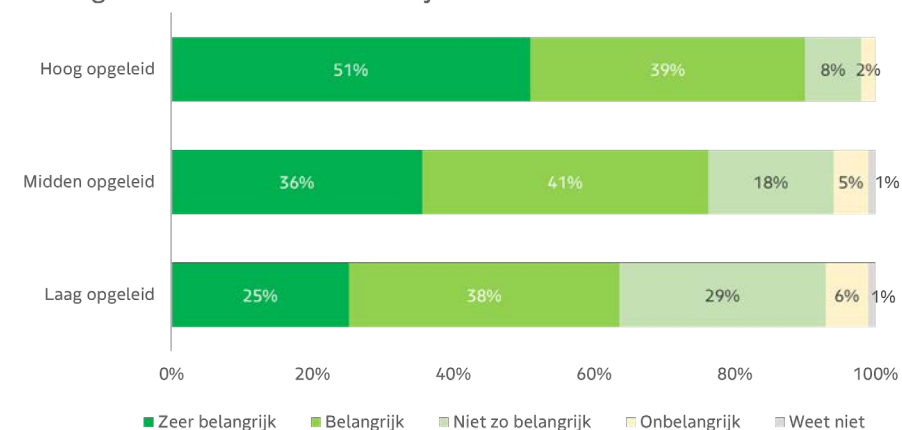
Segmentatie vormt een goed hulpmiddel om overeenkomsten tussen groepen zichtbaar te

maken en doelgroepen samen te stellen. Dit geldt ook voor de culturele sector.

Het Culturele Doelgroepenmodel is gebaseerd op het doelgroepensegmentatiemodel van Whize (voorheen Mosaic). Whize segmenteert Nederlandse consumenten op basis van demografische en sociaal-economische kenmerken, gegevens over hun gedrag en kenmerken van hun buurt. Aan de hand van die data zijn profielen gemaakt op huishoudniveau. De combinatie van een postcode en huisnummer is voldoende om het profiel van dat specifieke huishouden op te halen uit de aangelegde database. Rotterdam Festivals heeft een aantal jaren terug op basis van de Whize-data een model ontwikkeld dat specifiek gericht was op cultureel gedrag. Daarbinnen werden acht segmenten onderscheiden. In 2021 was dit model toe aan een update. Ook waren er verzoeken van de deelnemers om het aantal doelgroepen binnen de lichte categorie uit te breiden om meer handvatten te bieden om deze groepen aan te spreken. Het aantal doelgroepen is daarom uitgebreid naar elf. Deze worden in het volgende hoofdstuk nader uitgewerkt en toegelicht.

figuur 1. Bron: Onderzoek 'Kunstbeleid' via het Haagse Stadspanel, Onderzoeksbureau Steda, oktober 2022

Belang van kunst en cultuur voor jezelf



Het segmentatiemodel van Whize is alleen gebaseerd op gegevens van Nederlandse huishoudens. Het is dus niet mogelijk om buitenlandse bezoekers mee te nemen in dit onderzoek.

Het Culturele Doelgroepenmodel (figuur 1a) onderscheidt drie hoofdgroepen:

Categorie Intensief (cultuur als vanzelfsprekend): deze groep is gewend om regelmatig cultuur te bezoeken. De kenmerken van deze groep komen vaak overeen met het beeld dat we gewoonlijk van de gemiddelde cultuurbezoeker hebben: hoger opgeleid, hoger welstandsniveau en vaak autochtoon.

Categorie Medium (cultuur als optie): dit zijn meer incidentele bezoekers van kunst en cultuur. Cultuur is voor hen wel een serieuze optie als vrijetijdsbesteding, maar veel aanbod gaat aan hen voorbij of ze kiezen vaak eerder voor een niet-culturele activiteit.

Categorie Licht (cultuur als ongebruikelijk): deze groep bezoekt cultuur eerder bij toeval (zoals bij een gratis festival) en staat verder af van het culturele aanbod dan de andere hoofdgroepen. Ze weten niet wat er speelt en denken dat het huidige cultuuraanbod niet aantrekkelijk voor hen is.

Deze drie hoofdgroepen zijn vervolgens weer onderverdeeld in de elf culturele doelgroepen die centraal staan in ons onderzoek.

¹ Kijkend naar de frequentie en het gebruik van het huidige kunst- en cultuuraanbod

² Percentages representeren de aanwezigheid in de stad Den Haag

* De sterretjes geven aan welke leeftijden het vaakst voorkomen

Kunst- en cultuurgebruik ¹	Subgroepen	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-80	gemiddeld
Intensief	14% ² Culturele Alleseters		*					39,3
	8% Kindrijke Cultuurvreters			*	*			39,5
	5% Weelderige Cultuurminnaars					*	*	55,8
	13% Klassieke Cultuurliefhebbers					*	*	71,1
Medium	11% Startende Cultuurspeurders	*	*	*				31,1
	3% Actieve Vermaakvangers			*				36,9
	5% Proevende Buitenwijkers				*	*	*	53,7
Licht	5% Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	*	*	*				24,2
	12% Flanerende Plezierzoekers			*	*	*		35,8
	11% Sociale Cultuurhoppers				*	*	*	54
	15% Lokale Vrijetijdsgenieters						*	75,1

figuur 1a



Overzicht culturele doelgroepen

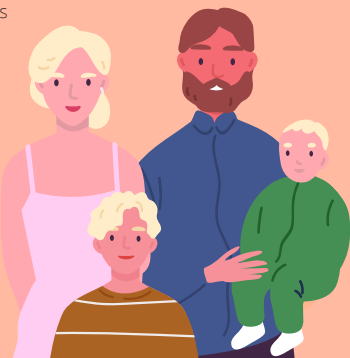
Categorie: Intensief **Culturele Alleseters**

Allesproevende,
hippe stadsvogels
zonder kinderen



Categorie: Intensief **Kindrijke Cultuurvreter**

Hippe ouders
met jonge
kinderen



Categorie: Intensief **Weelderige Cultuurminnaars**

Welgestelde,
statusgevoelige
cultuurliefhebbers



Categorie: Intensief **Klassieke Kunstliefhebbers**

Fijnproevende
kunstbewonderaars
op leeftijd



Categorie: Medium **Startende Cultuurspeurders**

Avontuurlijke starters
en studenten
met een budget



Categorie: Medium **Actieve Vermaakvangers**

Bezige bijtjes
met en zonder
kinderen met
een voorkeur
voor populaire
uitjes



Categorie: Medium **Proevende Buitenwijkers**

Bewoners in
de randen van
de stad zonder,
of met oudere
kinderen die
gaan voor
gezelligheid



Categorie: Licht **Nieuwsgierige Toekomstgrippers**

Stadse jongelingen
met een minimaal
inkomen maar
grote dromen



Categorie: Licht **Flanerende Plezierzoekers**

Mensen met en zonder
kinderen met een
brede smaak
qua uitgaan
maar weinig
middelen



Categorie: Licht **Sociale Cultuurhoppers**

Relaxte middelbaren
zonder strakke
planning



Categorie: Licht **Lokale Vrijetijdsgenieters**

Gepensioneerden
met een traditionele
smaak binnen
eigen cultuur



AVG-proof

De onderzoeksmethodiek en de gegevensverwerking voldoen aan de eisen van de AVG-wetgeving. De culturele instellingen hebben alleen de postcodes en huisnummers van bezoekers opgevraagd, deze adressen zijn niet gekoppeld aan de naam of overige persoonlijke gegevens van de bezoekers. Tevens is toestemming gevraagd aan de bezoekers om hun postcode en huisnummer te gebruiken voor onderzoeksdoeleinden.

Dat deden zij bijvoorbeeld via een melding op hun website of een bordje bij de kassa met daarop een korte uitleg van het onderzoek. Om te voldoen aan alle eisen van de wetgeving hebben alle deelnemende instellingen een verwerkersovereenkomst afgesloten met The Hague & Partners waarin afspraken zijn vastgelegd om de privacy van de culturele bezoekers te waarborgen.

2.2 Werkwijze

De volgende onderzoeksvragen staan centraal:

- Wat is het profiel van de huidige bezoekers van de Haagse culturele sector?
- Hoe verschilt dit profiel ten opzichte van de eerste meting?
- Verschilt het publieksprofiel per genre?
- Zijn er wijken in Den Haag met een lage cultuurparticipatie, die extra aandacht verdienen?
- Hoe kunnen we het publieksbereik van de Haagse culturele sector verbreden?
- Waar liggen kansen voor samenwerking tussen Haagse partijen?

In de zomer van 2021 zijn we begonnen met het benaderen van de Haagse culturele instellingen voor deelname aan de tweede meting. Er zijn in totaal 114 culturele instellingen, zoals theaters, musea, gezelschappen en festivals, door The Hague & Partners benaderd voor vrijwillige deelname aan het onderzoek. De meeste van de benaderde instellingen maken onderdeel uit van het Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur. Om echter een zo volledig mogelijk beeld te krijgen van de cultuursector in Den Haag is ook een aantal grote relevante instellingen benaderd die hier geen deel van uitmaken.

Er is wederom voor gekozen om instellingen niet te verplichten om mee te doen aan dit project. Uiteindelijk hebben 61 Haagse culturele instellingen zich opgegeven voor deelname, dus 54% van het totaal.

Om de statistische betrouwbaarheid van de analyses te garanderen, is als voorwaarde gesteld dat elke deelnemende instelling minimaal 300 unieke adressen (postcode + huisnummer) moest aanleveren, die aan het adres van een particulier huishouden gekoppeld konden worden. In sommige gevallen is een uitzondering gemaakt en zijn er alleen postcodes opgeleverd. Het moest dan wel gaan om postcodes met zes posities. Bij de analyses wordt vervolgens gerekend met de gemiddelde segmentatie van elke postcode. Uiteraard is dit minder nauwkeurig dan analyses op huishoudniveau en daarom niet wenselijk.

De culturele instellingen hebben zelf hun bezoekersdata verzameld, in de meeste gevallen door het automatisch uit te vragen bij de online ticketverkoop. De meetperiode is van start gegaan op 1 september 2021 en duurde precies een jaar. Uiteindelijk is deze eerste meting gebaseerd op de data van 44 Haagse culturele instellingen. De overige culturele instellingen die zich op hadden gegeven voor deelname waren niet in staat of niet meer bereid om op tijd voldoende adressen aan te leveren die aan de kwalitatieve eisen voldeden.

2.3 Onderzoekstechniek

Zoals eerder aangegeven wordt voor dit onderzoek gewerkt met het Culturele Doelgroepen-model, gebaseerd op de segmentatiemethodiek van Whize. Alle particuliere huishoudens in Nederland zijn in één van de elf culturele segmenten ingedeeld op basis van informatie uit verschillende databases. Het gaat dan om gegevens als onder andere huur- of koopwoning, waarde van de woning, hoeveelheid kinderen, leeftijd kinderen, tijdschriftabonnementen. Ontbrekende gegevens worden aangevuld op basis van voorspellende modellen.

De aangeleverde data van de 44 deelnemende Haagse culturele instellingen is geanalyseerd:

- Om inzicht te geven in de verhouding waarin de elf cultuursegmenten die specifieke instelling bezoeken;
- Om een sectorprofiel op te stellen op basis van de data van de culturele instellingen uit dezelfde sector;
- Om een beeld te vormen van de totale Haagse culturele sector.

Van alle Nederlandse bezoekers aan de deelnemende instellingen komt 28% uit de gemeente Den Haag, 34% uit Zuid-Holland en 38% uit de rest van Nederland. Deze verhoudingen zijn

vrijwel gelijk aan de resultaten van de eerste meting.

Deze analyse is ongewogen op de grootte van instellingen en wordt dus sterk beïnvloed door de deelnemende culturele instellingen met de meeste bezoekers, zoals het Maurits-huis, Kunstmuseum Den Haag en Amare.

In figuur 2b is te zien dat kleine instellingen die minder dan 5.000 bezoekers per jaar trekken een veel groter aandeel Haagse bezoekers trekken (58%) en maar 15% van buiten Zuid-Holland. Bij middelgrote instellingen is dit al gedaald tot iets minder dan de helft bezoekers uit Den Haag. Voor de grootste culturele instellingen met meer dan 20.000 bezoekers per jaar geldt dat ruim een kwart van de bezoekers uit Den Haag komt en 39% van buiten de provincie.

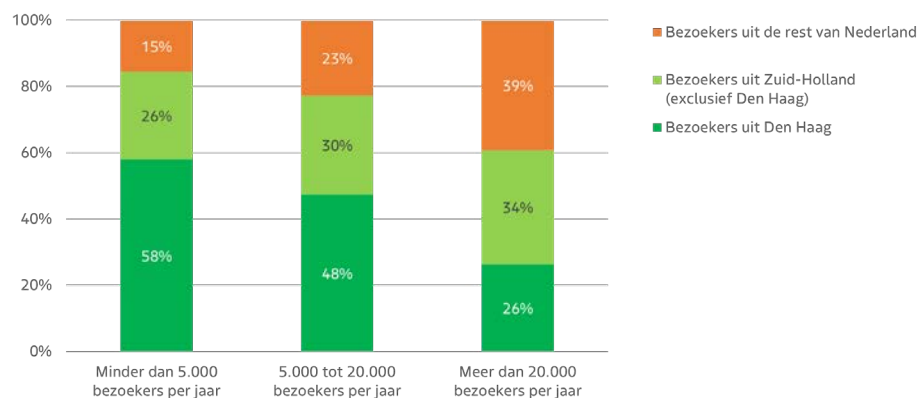
In het onderzoek wordt inzicht gegeven in het profiel van de culturele instellingen, afgezet tegen de bevolking van Den Haag. Op basis daarvan is gekeken wat het bereik is van een instelling in vergelijking tot de gemiddelde vertegenwoordiging van een specifieke doelgroep in (een wijk in) de stad. Zo is het mogelijk om te zien welke doelgroepen in Den Haag over- of juist ondervertegenwoordigd zijn in het culturele bezoek.

Herkomst bezoekers Haagse cultuursector



figuur 2a

Herkomst bezoekers per grootte instelling



figuur 2b

2.4 Opgeleverde producten

Het onderzoek heeft geleid tot vier opgeleverde producten:

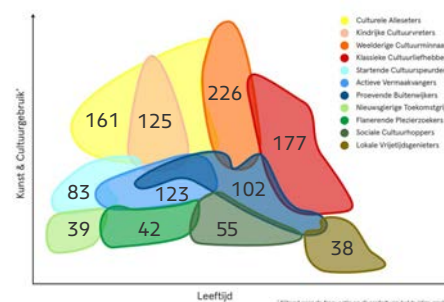
1. Een hoofdrapport met een beschrijving van de resultaten van de totale groep en per sector.
2. Individuele rapportages voor de deelnemers: in december 2022 heeft elke deelnemende instelling een rapportage voor eigen gebruik ontvangen met een beschrijving van de samenstelling van hun eigen publiek. Deze rapporten zijn afgesloten met suggesties voor mogelijke samenwerkingspartners om in de toekomst een groter of breder publiek te kunnen bereiken. Eén van de doelen van dit onderzoek is namelijk om de onderlinge samenwerking tussen de Haagse culturele instellingen te versterken. Door elkaar te steunen en kennis te delen, kunnen culturele instellingen sneller herstellen van de negatieve effecten van de coronacrisis.

Natuurlijk is het niet noodzakelijk dat elke instelling alle doelgroepen aanspreekt: van nature zal een bepaald publiek zich meer aangetrokken voelen tot bepaalde culturele activiteiten, maar met wat kleine aanpassingen in marketing en communicatie en het actief beperken van de barrières op cultuurbezoek voor bepaalde groepen, kan er al veel vooruitgang worden geboekt. Het bevorderen van de samenwerking tussen de culturele instellingen met het oog op het meer toegankelijk maken van het aanbod is dan ook één van de doelen van dit onderzoek.

3. In aanvulling op hun individuele rapportage werden de deelnemers voorzien van een korte samenvatting van de resultaten van het aanvullend kwalitatief onderzoek dat in 2022 is uitgevoerd door onderzoeksbureau Labyrinth naar de drempels en motieven bij cultuurbezoek onder de vier segmenten van het Cultuurmodel die onder de lichte cultuurgebruikers vallen (zie voor de belangrijkste conclusies van dit onderzoek vanaf pagina 77).

4. Interactieve dashboards: de verzamelde data is gepubliceerd in twee interactieve Power BI-dashboards (figuur 2c) die beschikbaar zijn gesteld aan de gemeente Den Haag (en niet openbaar toegankelijk zijn). De dashboards laten alleen samengevoegde data zien en tonen geen gegevens over specifieke culturele instellingen. In de dashboards kunnen selecties en filters aanbracht worden en bieden daarmee een schat aan informatie. De dashboards maken onderscheid in de verschillende segmenten, in vier verschillende genres en er kan geselecteerd worden op de periode waarop instellingen toegevoegd zijn aan het cultuurplan. Daarnaast is er specifieke aandacht voor de Cultuurankers. Dit zijn acht culturele instellingen die van de gemeente de taak hebben gekregen om hun programmering zoveel mogelijk af te stemmen op de behoeften van de inwoners van het stadsdeel waarin ze gevestigd zijn.

Onder- en oververtegenwoordiging bezoekers totaal (totaal) in Den Haag



Handleiding: hoe kun je het dashboard gebruiken?

Aan de slag

Dit dashboard geeft inzicht in de samenstelling van het publiek dat bereikt wordt door de Den Haagse cultuurplanningen. Het instapscherm laat het gezamenlijke bereik zien van alle instellingen die data hebben aangeleverd, in percentages. De elf Cultuurgroepen zijn gegroept op twee assen: leeftijd (horizontaal) en kunst en cultuurgebruik (verticaal). De groep Nieuwsgierige Toekomstrijgers bui bevindt zich links onderin en is dus relatief jong en participeert relatief weinig. De Klassieke Cultuurleefhebbers daarentegen zijn ouder en gaan relatief vaak. Wil je zien hoe de percentages zich verhouden tot de aanwezigheid van de doelgroepen in de stad (of ieder ander

figuur 2c

RESET

Gewogen
Ongewogen

Index
Percentage

Intrede cultuurplan

2012 of ouder
2013-2016
2017 tot nu
Niet in kunstplan

Cultuuranker

Ja
Nee

Genre

Klassieke muziek
Populaire muziek
Dance

Theater
Overige
Totaal

Jaar

2020
2022

Type instelling

Cultuurankers
Festivals
Musea / beeldende kunst

Producterend
Programmerend
Totaal

Regio

Den Haag
Zuid Holland incl. Den Haag
Regio Haaglanden min Den Haag
Regio Haaglanden incl. Den Haag
Zuid Holland min Den Haag

Zuid Holland incl. Den Haag
Nederland min Regio Haaglanden
Nederland min Zuid Holland
Heel Nederland / totaal

3

De culturele
doelgroepen



Categorie: Intensief

Culturele Alleseters

Allesproevende, hippe stadsvogels zonder kinderen

Wie zijn de Culturele Alleseters?

Ze zijn over het algemeen tussen de 25 en 30 jaar oud en (nog) niet met kinderen bezig. De meesten, zo'n twee derde, wonen alleen. Je vindt ze centraal in de stad, daar waar 'het' gebeurt en bruist, meestal in een hip ingericht appartement. Met hun hbo- of universitaire achtergrond op zak timmert deze groep lekker aan hun carrière. Dat vinden ze ook belangrijk: ze zoeken vol-doening in werk én in vrije tijd. Al associëren ze zich misschien niet met die term, dit zijn echte young professionals.

Favoriete uitjes

Onderstaande culturele instellingen trekken bovengemiddeld veel Culturele Alleseters. Zij zijn interessante samenwerkingspartners voor culturele instellingen die (nog) meer Culturele Alleseters willen bereiken:

- Grauzone Festival
- STET The English Theatre
- Festival Dag in de Branding
- Holland Dance Festival
- Movies that Matter
- Museumnacht
- Museum Panorama Mesdag
- Korzo Theater
- Filmhuis Den Haag
- Huis van het Boek

Vrijtijdsbesteding van Culturele Alleseters

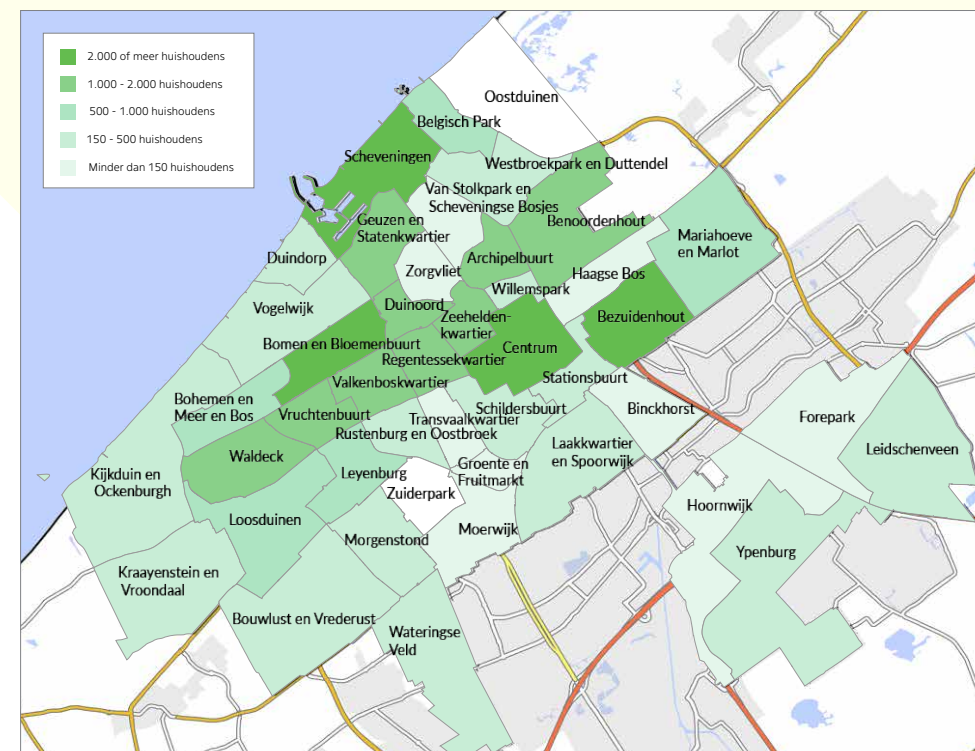
Ze zijn breed cultureel geïnteresseerd: design en architectuur, maar ook comedy en stand up, filmhuizen en zowel festivals met hiphop en R&B als moderne dans of ballet. Lekker koken, kwalitatieve kleding, nieuwe films zien, spraakmakende voorstellingen bezoeken: de Culturele Alleseter heeft een hedonistisch kantje. Ze zijn bereid meer uit te geven aan biologisch en duurzaam, deze groep vindt het vanzelfsprekend dat we goed voor onze planeet zorgen. Het is de meest sportieve doelgroep, na de werkdag blijven ze graag actief. Het weekend is altijd vol gepland, dit is om nieuwe, leuke, gekke, bijzondere en avontuurlijke dingen te ontdekken. Ze wonen vaak midden in de stad zonder auto, dus ze maken veel gebruik van de fiets en het OV.



Waar wonen ze?

14% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 8%. Culturele Alleseters wonen in Den Haag voornamelijk in het Centrum, Bezuidenhout, Scheveningen, Bomen- en Bloemenbuurt en het Geuzen- en Statenkwartier.

Wijken waar de meeste **Culturele Alleseters** wonen in absolute aantallen



Categorie: Intensief

Kindrijke Cultuurvreter

Blakende jonge gezinnen die prat gaan op culturele uitjes

Wie zijn de Kindrijke Cultuurvreter?

Ze zijn over het algemeen hoogopgeleid en tussen de 35 en 45 jaar oud. De kinderen (meestal één, soms twee) zijn jong: ze zitten nog (niet) op de basisschool. De ouders werken hard om zelf - samen met de kids - van het leven te kunnen genieten. Daardoor blijft er tussen al het schoolwerk, de zwemlessen, meetings en familiebezoeken niet altijd zoveel tijd over als de Kindrijke Cultuurvreter zou willen. Maar ze letten er goed op dat er tussendoor ruimte is om nieuwe ervaringen op te doen. Het gezin is jong, hip en energiek. Deze vaders en moeders willen hun kinderen graag de verschillende kanten van het leven, de stad en de wereld laten zien. Voordat de kleintjes er waren, was de agenda elk weekend propvol met culturele avonturen. De wil en de interesse is er nu nog steeds, maar niet alles kan meer zomaar. Ze zijn volledig op de hoogte van wat er allemaal hot en happening is op cultuurgebied.

Favoriete uitjes

Onderstaande culturele instellingen trekken bovengemiddeld veel Kindrijke Cultuurvreters. Zij zijn interessante samenwerkingspartners voor culturele instellingen die (nog) meer Kindrijke Cultuurvreters willen bereiken:

- De Betovering
- Rabarber
- BibliotheekLeidschendam-Ypenburg
- De Nieuwe Regentes
- Theater Dakota
- Laaktheater
- Theater De Vaillant
- Literatuurmuseum / Kinderboekenmuseum
- Het Nationale Theater
- Muzee Scheveningen

Vrijtijdsbesteding van Kindrijke Cultuurvreters

Als er overdag een mooi festival is, gaan de kleintjes lekker mee (mét een hip pakje aan en grote oorbeschermers op). Een paar keer per jaar gaat het gezin naar een attractiepark of de dierentuin. Toen ze echt nog heel klein waren, gingen de kinderen mee op de (bak)fiets. Nu is die grotere auto wel heel handig. In het weekend zitten ze op een terras naast een groot speelplein of hangen in het park met bevriende gezinnen. Speciaalbiertje erbij en lekkere snacks mee. Vakanties zijn met kleintjes een heel geregeld, dus een Europese trip (lekker natuur en cultuur combineren) of een weekendje in een vakantiepark tussendoor, is op dit moment al volop genieten. Die verre reizen komen wel weer.



Wijken waar de meeste **Kindrijke Cultuurvreters** wonen in absolute aantallen



Waar wonen ze?

8% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 6%. Kindrijke Cultuurvreters wonen in Den Haag voornamelijk in Laakkwartier en Spoorwijk, Rustenburg en Oostbroek, Leidschenveen, Leyenburg en het Valkenboskwartier.



Categorie: Intensief

Weelderige Cultuurminnaars

Gevestigde bewoners die ten volste van het goede leven willen genieten, een leven vol avontuur, kwaliteit en comfort.

Wie zijn de Weelderige Cultuurminnaars?

Deze groep is over het algemeen ouder dan 45 en woont samen met de partner in een mooi, ruim huis of luxe appartement. De kinderen zijn wat ouder of misschien zelfs al het huis uit. De ouders hebben in hun leven veel uitdaging gezocht en dat heeft onder meer tot een mooie carrière geleid. Daarnaast is het belangrijk om een vrije, avontuurlijke geest te behouden, veel van de wereld te zien en lekker te genieten. Deze waarden geeft de Weelderige Cultuurminnaar ook graag mee aan het nageslacht. Je leeft maar een keer, dat mag in de eerste plaats goed en lekker zijn, maar in de tweede plaats bewust. Je hebt kennis over de maatschappij en voelt je er verantwoordelijk voor. Maar ondanks de statusgevoeligheid is deze groep zijn uitbundige, soms experimentele haren nog niet helemaal kwijt, en combineren ze luxe ook graag met gepaste hipheid. De Weelderige Cultuurminnaar staat open voor heel veel verschillende invloeden, en heeft dan ook een brede culturele smaak ontwikkeld. Ze lezen veel, waaronder tijdschriften, kranten en online, en krijgen ook via de tv de nodige (culturele) updates

Favoriete uitjes

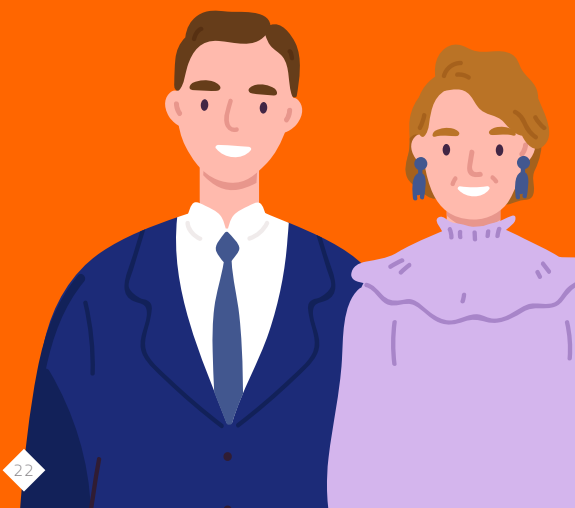
Onderstaande culturele instellingen trekken bovengemiddeld veel Weelderige Cultuurminnaars. Zij zijn interessante samenwerkingspartners voor culturele instellingen die (nog) meer Weelderige Cultuurminnaars willen bereiken:

- Rabarber
- Bibliotheek Leidschendam-Ypenburg
- Theaters Diligentia en PePijn
- Holland Dance Festival

- De Betovering
- Festival Classique
- STET The English Theatre
- Het Nationale Theater
- Amare
- Museon-Omniversum

Vrijtijdsbesteding van Weelderige Cultuurminnaars

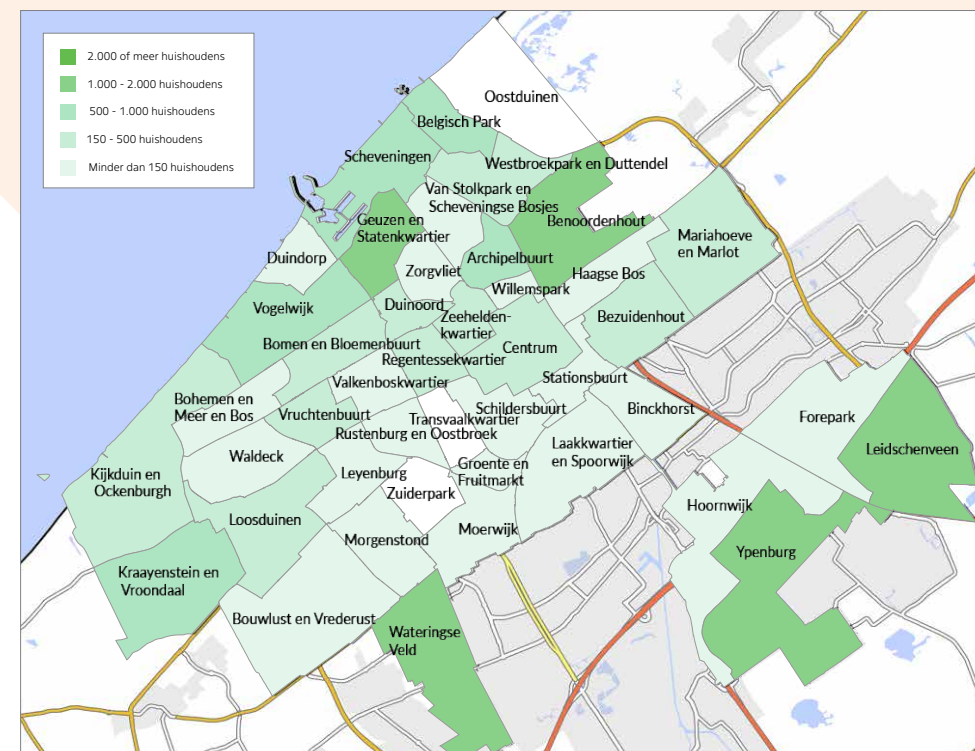
Ze werken vaak in hoge leidinggevende functies of hebben een eigen bedrijf. Hun inkomen is voor de meesten twee keer modaal of hoger. Goede horeca met het juiste hippe eten en een goede fles wijn zijn belangrijk in het leven van de Weelderige Cultuurminnaar. Hij of zij blijft goed op de hoogte van nieuwe voorstellingen, literatuur en de laatste trends via de cultuurpagina's van (online) magazines en kranten. In het weekend willen ze graag alle nieuw spannende tentoonstellingen en culturele festivals meepikken en daarvoor reizen ze ook graag naar een andere stad. Ze zijn dol op verre reizen, maar slaan luxe tripjes in Europa ook zeker niet over.



Waar wonen ze?

5% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 7%. Weelderige Cultuurminnaars wonen in Den Haag voornamelijk in Ypenburg, Leidschenveen, Benoordenhout, Wateringse Veld en het Geuzen- en Statenkwartier.

Wijken waar de meeste **Weelderige Cultuurminnaars** wonen in absolute aantallen



Categorie: Intensief

Klassieke Kunstliefhebbers

Klassieke Kunstliefhebbers leven graag het goede en verfijnde leven en ze zijn bewonderaars van de meer traditionele kunsten.

Wie zijn de Klassieke Kunstliefhebbers?

Deze groep heeft in de meeste gevallen de pensioengerechtigde leeftijd bereikt. Jarenlang hebben ze culturele trends en artiesten gevolgd in alle uithoeken van het land (en daarbuiten). Nu ze meer op leeftijd komen, is het tijd om het iets rustiger aan te doen. Toch, al zijn de wilde jaren voorbij, vindt de Klassieke Kunstliefhebber het belangrijk om de smaak breed te houden. Er komt nu alleen flink wat verfijning bij. De kunsten - opera, ballet, orkest, literaire voordrachten - passen daar goed bij. Maar hedendaagse galleries, spraakmakende fotocollecties of bijzondere combinaties van genres bezoekt de Klassieke Kunstliefhebber ook. Het mag hier en daar best onorthodox of experimenteel. De groep is veelal hoogopgeleid en heeft vaak een mooie carrière achter de rug waar er veel van hen werd verwacht. Dat heeft ze opengesteld voor allerlei werelden en ze blijven nog altijd nieuwsgierig. Klassiek, maar niet stoffig dus.

Favoriete uitjes

Onderstaande culturele instellingen trekken bovengemiddeld veel Klassieke Kunstliefhebbers. Zij zijn interessante samenwerkingspartners voor culturele instellingen die (nog) meer Klassieke Kunstliefhebbers willen bereiken:

- Classical Now
- Prinses Christina Concours
- Theaters Diligentia en PePijn
- Bibliotheek Nieuw-Waldeck / Loosduinen
- Museum Beelden aan Zee
- Kunstmuseum Den Haag
- Festival Dag in de Branding
- Muzee Scheveningen
- Filmhuis Den Haag
- Festival Classique

Vrijtijdsbesteding van Klassieke Kunstliefhebbers

Omdat ze meestal niet meer werken hebben ze veel vrije tijd, met ruimte voor lunches met vrienden, bekenden of familie, mooie boeken lezen en overdag, als het rustig is, een tentoonstelling of een art house film bezoeken. Met fietstochten (eventueel op de elektrische fiets), zwemmen of een fijne wandeling blijven ze in beweging. Ze blijven goed op de hoogte van digitale ontwikkelingen, zo luisteren ze geregeld naar Spotify en op de bank zitten ze met een tablet op schoot. Digitale fotografie is een veel voorkomende hobby. Deze groep bezoekt het vaakst van allemaal musea en heeft zeer vaak een Museumkaart. Ze gaan nog graag op reis, maar heel verre reizen hoeven vaak niet meer, Europa is al mooi genoeg.



Wijken waar de meeste **Klassieke Kunstliefhebbers** wonen in absolute aantallen



Waar wonen ze?

13% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 18%. Klassieke Kunstliefhebbers wonen in Den Haag voornamelijk in Benoordenhout, het Geuzen- en Statenkwartier, Scheveningen, Waldeck en de Bomen- en Bloemenbuurt.



Categorie: Medium

Startende Cultuurspeurders

Bijna of pas-afgestudeerde jongeren die alles willen zien en beleven maar dan wel graag budgetvriendelijk.

Wie zijn de Startende Cultuurspeurders?

Qua leeftijd staan ze als student of starter middenin het leven, maar qua budget nog niet echt middenin de maatschappij. Deze vrolijke, avontuurlijke groep moet nu eenmaal op de kleintjes letten. Maar dat houdt ze niet tegen om er een leuke tijd van te maken. In hun netwerk weten ze nieuwe, hippe events te vinden: creatieve pop-ups, de opening van een skatecafé, een klein streetfestival of blockparty - ook als je niet veel te besteden hebt, kan je van de stad een grote speeltuin maken. Deze studenten en starters wonen het liefst zo centraal als het maar kan, maar omdat de huur niet te hoog kan zijn, betekent dat ze veel te vinden zijn in opkomende wijken. Daar zitten ze tussen leeftijdsgenoten die net als zij nog op kamers wonen of appartementen delen met huisgenoten. De Startende Cultuurspeurder is veel online te vinden, vooral in muziekstreaming en sociale apps.

Favoriete uitjes

Onderstaande culturele instellingen trekken bovengemiddeld veel Startende Cultuurspeurders. Zij zijn interessante samenwerkingspartners voor culturele instellingen die (nog) meer Startende Cultuurspeurders willen bereiken:

- Project Space 1646
- PAARD
- Movies that Matter
- Museumnacht
- Musicon
- Grauzone Festival
- Laaktheater
- Nest Foundation
- Festival Dag in de Branding
- Korzo Theater

Vrijtijdsbesteding van Startende Cultuurspeurders

Ze studeren nog of zijn net begonnen met werken. De studie of beginnende functie gecombineerd met de sociale activiteiten maakt dat er niet altijd evenveel vrije tijd is als ze zouden willen. Ze eten graag samen met vrienden, kijken veel series op streamingplatforms en luisteren naar véél muziek. Ook bekijken ze graag films in de bios, maar dan wel het liefst niet te moeilijk. In beweging blijven is heerlijk, bij een budgetfitnessschool, een yogastudio of misschien wel (hiphop of moderne) dansles

In gevestigde musea of filmhuizen voelen ze zich misschien wat minder thuis. Een DIY-expo in een underground kunst instelling is dan al wat interessanter. Het allerliefst gaan ze in het weekend dansen in cafés, clubs of op festivals met dance of hiphop.



Waar wonen ze?

11% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 7%. Startende Cultuurspeurders wonen in Den Haag voornamelijk in Laakkwartier en Spoorwijk, het Centrum, Bezuidenhout, Rustenburg en Oostbroek en de Stationsbuurt.

Wijken waar de meeste **Startende Cultuurspeurders** wonen in absolute aantallen



Actieve Vermaakvangers

Wie zijn de Actieve Vermaakvangers?

Favoriete uitjes

Vrijtijdsbesteding van Actieve Vermaakvangers

Wijken waar de meeste **Actieve Vermaakvangers** wonen in absolute aantallen



Waar wonen ze?

3% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 7%. Actieve Vermaakvangers wonen in Den Haag voornamelijk in Ypenburg, Wateringse Veld, Leidscheven, Loosduinen en Kraayenstein en Vroondaal.



Categorie: Medium

Proevende Buitenwijkers

De Proevende Buitenwijker houdt van popcultuur met een beetje subcultuur, als er iets te vieren valt, zijn ze graag van de partij.

Wie zijn de Proevende Buitenwijkers?

Een ontspannen leven, lekker werken en plezier op z'n tijd. De Proevende Buitenwijker heeft het prima voor elkaar. Als er kinderen zijn, zijn ze al redelijk zelfstandig en vragen ze niet zo veel tijd meer als vroeger. Iedereen trekt wat meer z'n eigen plan, maar op z'n tijd een familiemoment (of vriendendag) hoort er zeker bij. Deze groep verdient aardig, werkt fulltime of parttime. Een groot deel heeft een middelbare opleiding, maar er zijn er ook die hoger onderwijs afgerond hebben. Het is een sociale groep, het is vooral leuk als er iets te vieren valt, of iets om echt naartoe te leven. Koningsdag, het circus, het EK, een conventie van comicfanaten of fantasy-events. Hoewel deze groep dol is op de populaire muziekgenres als pop en dance springen ze ook wel uit de band met metal, hardrock en punk op bekende festivals. Soms gaan de kids zelfs mee! De Proevende Buitenwijkers vinden het niet zo belangrijk om heel centraal te wonen. Hipheid en de allernieuwste trends staan ook niet perse bovenaan het lijstje. In hun woningkeuze kijken ze meer naar ruimte, groen en betaalbaarheid. En een goede sfeer in de wijk.

Favoriete uitjes

Onderstaande culturele instellingen trekken bovengemiddeld veel Proevende Buitenwijkers. Zij zijn interessante partners voor culturele instellingen die (nog) meer Proevende Buitenwijkers willen bereiken:

- Kaderock
- Laaktheater
- Musicon
- Theater Dakota
- Theater de Vaillant
- Bibliotheek Leidschendam-Ypenburg
- PAARD

- Theaters Diligentia en PePijn
- Korzo Theater
- Museumnacht

Vrijtijdsbesteding van Proevende Buitenwijkers

Ook op de werkvloer vindt de Proevende Buitenwijker het belangrijk dat de sfeer goed is. In hun carrière is gezellige collegialiteit belangrijker dan status. Als er kinderen zijn, rondt die de middelbare school af of zijn ze al het huis uit. In huis staat de radio aan of ze zetten een favoriete playlist op, ze lezen populaire boeken of een geliefde reeks. Ter ontspanning kijken ze YouTube, TV of ze gamen.

Proevende Buitenwijkers brengen regelmatig een bezoek aan een favoriet restaurant of gaan naar de bios (voor een kaskraker die je gezien móet hebben!) met natuurlijk aansluitend een drankje. Ze zoeken graag vrienden op. Theater is leuk, maar muziek- en straatfestivals zijn favoriet: populaire muzikanten, Koningsdag of langs de kant van de weg kijken naar een optocht.



Waar wonen ze?

5% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 10%. Proevende Buitenwijkers wonen in Den Haag voornamelijk in Laakkwartier en Spoorwijk, Ypenburg, Bouwlust en Vrederust, Wateringse Veld en Rustenburg en Oostbroek.

Wijken waar de meeste **Proevende Buitenwijkers** wonen in absolute aantallen



Nieuwsgierige Toekomstgrijpers

Wie zijn de Nieuwsgierige Toekomstgrippers?

Vrijetijdsbesteding van Nieuwsgierige Toekomstgrippers

Deze groep is geëngageerd en zoekt echt naar een plek in de wereld. Daarin zijn ze bewust in hun consumentengedrag en ze spreken met leeftijdsgenoten over misstanden, klimaatproblematiek of sociaal onrecht. Na de werkdag moet je studeren! En zo niet dan hangt de Nieuwsgierige Toekomstgrijper op de bank met een filmpje, hun smartphone of vrienden. Ze gaan graag de stad in. Voor een (gratis) lezing of panel, het werk bekijken van een nieuwe, opkomende stadskunstenaar, de lancering van een nieuwe plaat. De groep heeft ondanks hun budget goed de vinger aan de pols van de laatste hippe happenings. Deze groep heeft affiniteit met de DIY-aanpak en grassrootsinitiatieven. Want al kun je het niet allemaal betalen, er zijn een hoop inventieve manieren om jezelf te vermaken.

Favoriete uitjes

Onderstaande culturele instellingen trekken relatief veel Nieuwsgierige Toekomstgrippers. Zij zijn interessante partners voor culturele instellingen die (nog) meer Nieuwsgierige Toekomstgrippers willen bereiken:

- Musicon
- Project Space 1646
- Nest Foundation
- PAARD
- Museumnacht
- Korzo Theater
- Movies that Matter
- Theater de Vaillant



Wijken waar de meeste **Nieuwsgierige Toekomstgrippers** wonen in absolute aantallen



Waar wonen ze?

5% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 3%. Nieuwsgierige Toekomstgrijpers wonen in Den Haag voornamelijk in Laakkwartier en Spoorwijk, Moerwijk, Morgenstond, Valkenboskwartier en Stationsbuurt.



Categorie: Intensief

Flanerende Plezierzoekers

Flanerende Plezierzoekers zijn dertigers die het niet breed hebben, bij hen gaat het vooral om de beleving en het samenzijn.

Wie zijn de Flanerende Plezierzoekers?

De Flanerende Plezierzoeker heeft niet altijd werk en geen hoge opleiding, en daarom letten ze goed op waar ze hun geld aan uitgeven. Daar word je overigens wel creatief van en je waardeert wat je wél hebt. Een deel van deze groep heeft (jonge) kinderen, maar ook zonder gezin zijn Flanerende Plezierzoekers georiënteerd op familie en vrienden. Het is een sociale groep. Ze bezoeken elkaar, gaan samen naar (gratis) events en straatfestivals. Dansen in het park met een hapje en drankje, de kleintjes huppen mee met al hun neefjes en nichtjes. Voor de Flanerende Plezierzoekers kan cultuur van alles zijn. Niet perse tentoonstellingen met beeldende kunst of het filmhuis, maar ook eten, muziek en een gemeenschapsgevoel. Ook gaan ze graag tijdens weekendavonden de stad in. Dan is het leuk om er op je best uit te zien.

Favoriete uitjes

Onderstaande culturele instellingen trekken bovengemiddeld veel Flanerende Plezierzoekers. Zij zijn interessante partners voor culturele instellingen die (nog) meer Flanerende Plezierzoekers willen bereiken:

- Laaktheater;
- Theater De Vaillant;
- Project Space 1646;
- Theater Dakota;
- Grauzone Festival;
- Musicon;
- PAARD;
- Museumnacht;
- De Betovering;
- Nest Foundation.

Vrijtijdsbesteding van Flanerende Plezierzoekers

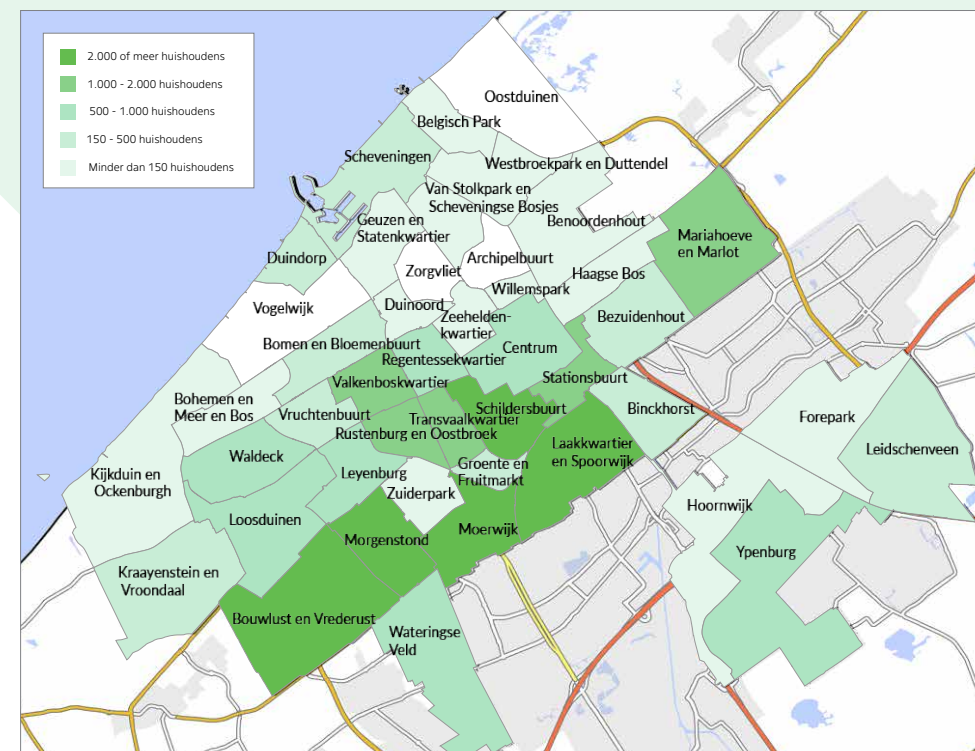
Er zijn in deze groep een hoop mensen die nog op zoek zijn naar werk of een uitkering hebben. Dat is niet altijd makkelijk. Met een praktische of middelbare opleiding hebben ze vaak een uitvoerend beroep. Eventuele kinderen zitten nog op de basisschool, dus als er kinderen zijn, gaat daar veel aandacht naartoe. Muziek is een belangrijk onderdeel in het leven: in de woonkamer wordt er regelmatig gedanst op een favoriete playlist met dance, pop, R&B of wereldmuziek. Met een culturele kortingspas in de zak houdt de Flanerende Plezierzoeker in de gaten wat er te beleven valt en daardoor komen ze regelmatig met nieuwe dingen in aanraking. Gratis festivals worden zeker bezocht, maar er wordt ook gespaard voor de grotere events die echt de moeite waard zijn. Dit is de groep die het meest van allemaal gebruik maakt van het OV.



Waar wonen ze?

12% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 9%. Flanerende Plezierzoekers wonen in Den Haag voornamelijk in Laakkwartier en Spoorwijk, Schildersbuurt, Bouwlust en Vrederust, Moerwijk en Morgenstond.

Wijken waar de meeste **Flanerende Plezierzoekers** wonen in absolute aantallen



Categorie: Licht

Sociale Cultuurhoppers

Wie zijn de Sociale Cultuurhoppers?

Favoriete uitjes

Onderstaande culturele instellingen trekken bovengemiddeld veel Sociale Cultuurhoppers. Zij zijn interessante samenwerkingspartners voor culturele instellingen die (nog) meer Sociale Cultuurhoppers willen bereiken:

- Theater De Vaillant;
- Kaderock;
- Project Space 1646;
- Musicon;
- Bibliotheek Leidschendam-Ypenburg;
- Laaktheater;
- Grauzone Festival;

- Nest Foundation;
- PAARD;
- Korzo Theater.

Vrijtijdsbesteding van Sociale Cultuurhoppers

Een carrière najagen heeft geen prioriteit gehad. Belangrijk is dat je lekker in je vel zit, leuke mensen om je heen hebt, en stressvol gedoe achterwege kunt laten. Na de werkdag worden vrienden, familie en buurtgenoten bezocht voor een praatje aan de deurpost, staan ze lekker te koken, lezen ze een boek of staat de tv aan. In het weekend leeft de Sociale Cultuurhopper met de dag. Een flyer van een grote markt, een buurtfestival of lokaal optreden van een artiest? Deze groep neemt gerust een kijkje en wandelt langs, maar gaat zelden in de rij staan om als eerste een kaartje te bemachtigen.

Ontspannen vibe, live muziek op de achtergrond en bekende gezichten tegenkomen, dat vindt de Sociale Cultuurhopper heerlijk. Van alle groepen gaat deze groep het minst op vakantie. Ze blijven vaak in eigen land of die met een migratie achtergrond bezoeken familie in het land van herkomst.



Wijken waar de meeste **Sociale Cultuurhoppers** wonen in absolute aantallen



Waar wonen ze?

11% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat ook 11%. Sociale Cultuurhoppers wonen in Den Haag voornamelijk in Schildersbuurt, Laakkwartier en Spoorwijk, Ypenburg, Centrum en Bouwlust en Vrederust.



Categorie: Licht

Lokale Vrijtijdsgenieters

Buurtbewoners op leeftijd (65-80 jaar), die houden van de wijk en van een gemoedelijke middag.

Wie zijn de Lokale Vrijtijds- genieters?

Als je een bepaalde leeftijd hebt bereikt, hecht je vaak meer waarde aan je directe omgeving. Waar het rustig en netjes is en de burens hun best doen om dat zo te houden. Dat vindt deze groep fijn. Deze vaak alleenstaande bewoners voelen zich betrokken en zijn dol op een gezelligheid, maar staan meestal niet vooraan in de polonaise. Nu het werkende leven achter ze ligt, is de wereld iets kleiner. Maar de (klein)kinderen komen op bezoek, de benen worden gestrekt tijdens een wandeling en soms houdt hij of zij zich bezig met vrijwilligerswerk. Vanuit hun appartement of rijtjeswoning is de wereld overzichtelijk en knus. Een gemeenschap die er voor elkaar is, dat vinden zij belangrijk. Sommigen vullen dat ook religieus in. Maar de groep kijkt hier en daar ook verder dan de eigen wijk. Een deel gaat nog geregeld de stad in en op pad om wat cultuur te snuffelen. Overdag naar een museum of naar een voorstelling om te lachen of mee te zingen.

Favoriete uitjes

Onderstaande culturele instellingen trekken bovengemiddeld veel Lokale Vrijtijdsgenieters. Zij zijn interessante partners voor culturele instellingen die (nog) meer Lokale Vrijtijdsgenieters willen bereiken:

- Bibliotheek Nieuw-Waldeck/Loosduinen;
- Theater De Vaillant;
- Prinses Christina Concours;
- Museum Beelden aan Zee;
- Bibliotheek Leidschendam-Ypenburg;
- Theater Dakota;
- Musicon;
- Kaderock;
- Muzee Scheveningen;
- Oranjehotel.

Vrijtijdsbesteding van Lokale Vrijtijdsgenieters

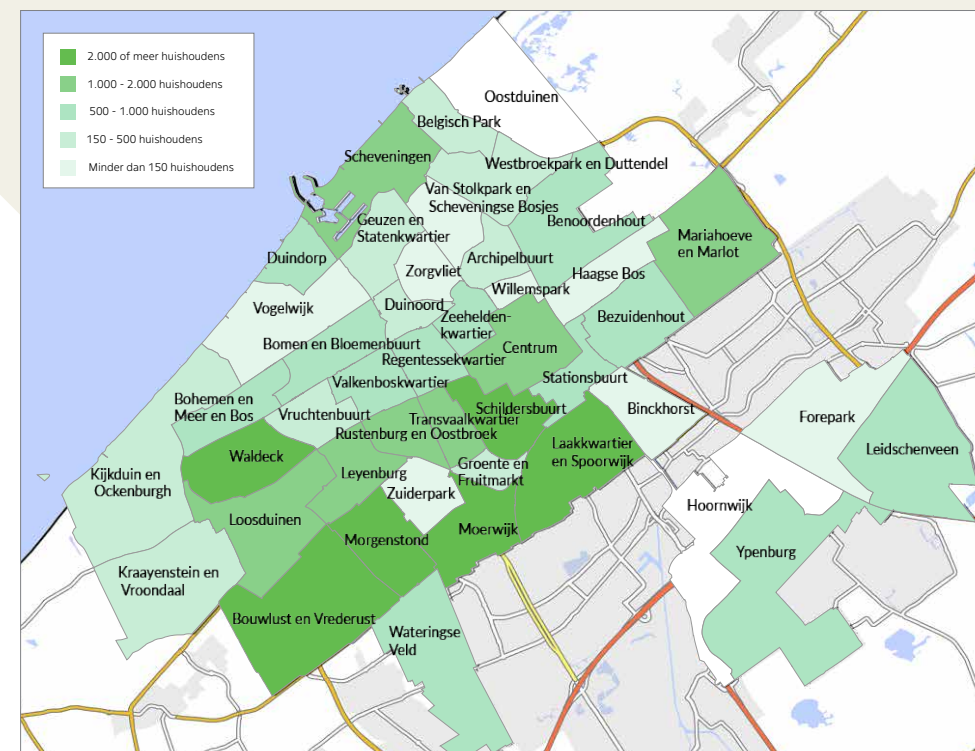
De radio staat thuis aan (gouwe ouwen, classics, wereldmuziek, religieuze muziek - niks heftigs), een lokale krant (met ingevulde puzzel) ligt op tafel om een beetje bij te blijven. Soms onderhoudt de Lokale Vrijtijdsgenieter een gemoedelijke hobby of zet zich in bij buurtwerk of een sociale instelling. 's Avonds lezen ze een boek of kijken ze nog een beetje TV. Een informatieve tentoonstelling (bijvoorbeeld over geschiedenis of andere wetenswaardigheden), musea, de bios of bieb; de groep heeft nog allerlei interesses. Met Koningsdag, de kermis, gezellige markten of braderieën in de wijk komt de Lokale Vrijtijdsgenieter zeker langs. Veel van hen hebben een museumjaarkaart of bezoeken een voorstelling in het theater. Ook gaan ze graag met de (klein)kinderen op pad. Vakanties zitten er niet zo vaak meer in, maar als ze gaan is het in eigen land, in Spanje, Duitsland of Zwitserland, of wat verder naar Turkije of Noord-Afrika. Met de jaren raak je een beetje mobiliteit kwijt. Dan is een (elektrische) fiets of een scootmobiel wel fijn om je te verplaatsen. Een derde heeft nog een auto.



Waar wonen ze?

15% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 14%. Lokale Vrijtijdsgenieters wonen in Den Haag voornamelijk in Bouwlust en Vrederust, Schildersbuurt, Laakkwartier en Spoorwijk, Waldeck en Moerwijk.

Wijken waar de meeste **Lokale Vrijtijdsgenieters** wonen in absolute aantallen





Wie bezoekt de Haagse culturele instellingen en tot welke doelgroep behoren zij? Die vraag staat centraal in dit hoofdstuk. De deelnemende culturele instellingen zijn ingedeeld per deelsector en in dit hoofdstuk zullen de meest voorkomende en de minst voorkomende doelgroepen per deelsector worden meegenomen.

Daarin maken we onderscheid in de volgende categorieën:

1. Musea;
2. Programmerende instellingen (theaters en podia);
3. Producerende instellingen (gezelschappen);
4. Festivals;
5. Cultuurankers.

Voor de cultuurankers geldt dat dit veelal instellingen zijn met een dubbele functie: ze zijn bijvoorbeeld zowel theater als cultuuranker. Voor de twee vestigingen van de bibliotheek Den Haag is in dit onderzoek alleen de data meegenomen van hun Cultuuranker-activiteiten.

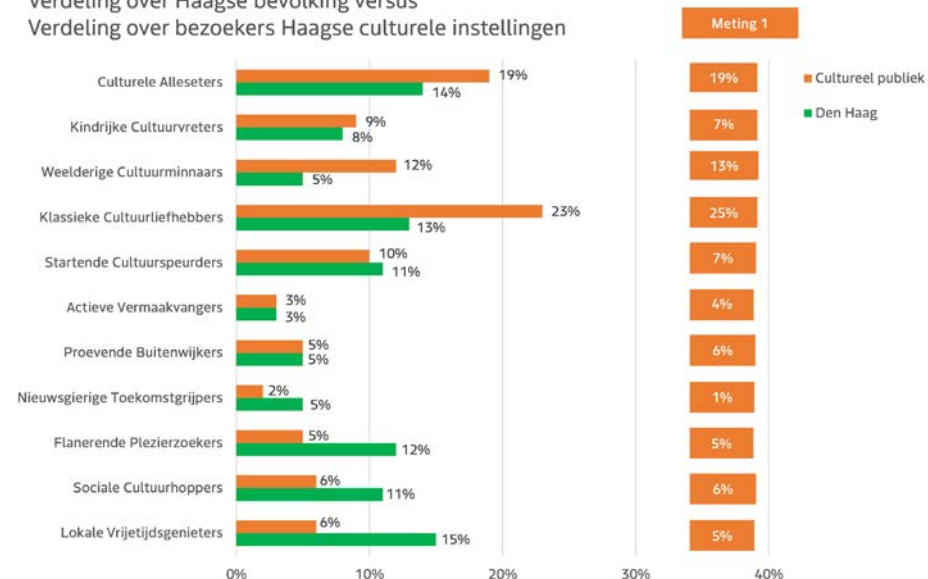
Om de verschillen tussen de percentages in deze grafieken in dit hoofdstuk beter te kunnen begrijpen, zijn ze omgezet naar indexcijfers. Met een index wordt direct zichtbaar welke doelgroepen meer of minder vertegenwoordigd zijn onder de bezoekers. Een index van rond de 100 betekent dat de groep gemiddeld vertegenwoordigd is. Met andere woorden: het bereik van deze groep is even groot als hun percentuele aandeel in de stad. Ligt de index boven de 120 dan is de groep onder het cultuurbpubliek zeer sterk vertegenwoordigd, onder de 80 juist minder sterk.

4.1 Algeheel beeld van de Haagse culturele instellingen

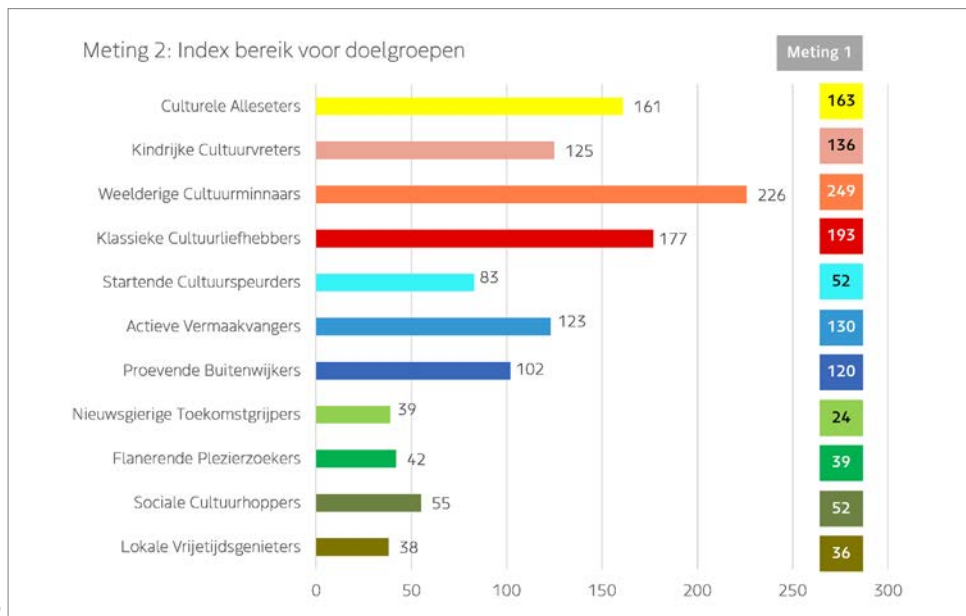
We kijken eerst naar het totale bezoek aan alle culturele instellingen in Den Haag.

Net zoals bij de eerste meting zien we een oververtegenwoordiging bij de doelgroepen uit de categorie 'Intensief' onder het publiek

Verdeling over Haagse bevolking versus
Verdeling over bezoekers Haagse culturele instellingen



figuur 3



van de Haagse culturele instellingen, een redelijk goede vertegenwoordiging bij de 'Medium' doelgroepen en een flinke ondervertegenwoordiging bij de 'Licht' doelgroepen.

De grootste oververtegenwoordiging zien we bij de Weelderige Cultuurminnaars, zij maken 5% van de Haagse bevolking uit, maar 12% van het publiek van alle Haagse culturele instellingen. De grootste groep onder de culturele bezoekers is Klassieke Cultuurliefhebbers, zij maken maar liefst 23% van het publiek uit, maar vorige meting was dit nog 25%, het aandeel van dit segment is daarmee ook het meest afgenomen onder de bezoekers van Haagse culturele instellingen.

Het meest gestegen aandeel is van de Startende Cultuurspeurders, zij vergroten hun aandeel van 7% naar 10%. Bij de overige doelgroepen blijft een eventuele wijziging t.o.v. de vorige meting beperkt

tot een stijging of daling van 1%. Maar bij de Nieuwsgierige Toekomstgrippers betekent een stijging van 1% naar 2% een verdubbeling. We kunnen dus stellen dat de twee jongste doelgroepen veel ruimer vertegenwoordigd zijn onder de bezoekers van Haagse culturele instellingen, dan tijdens de eerste meting. Deze stijging komt niet alleen voort uit een hoger aandeel deelnemende festivals, want zoals we in de volgende paragrafen zullen zien, vindt deze stijging voor de twee jongste doelgroepen plaats bij alle onderzochte sectoren, behalve bij de Cultuurankers.

De indexcijfers van de doelgroepen uit de categorie 'Intensief' zijn allen in meer of mindere mate gedaald deze meting en de indexcijfers van de 'Licht user' doelgroepen zijn allen licht gestegen. Daardoor is de spreiding van de doelgroepen over de Haagse Cultuurbezoekers iets beter vergelijkbaar geworden met de verdeling binnen de Haagse populatie.



"Ik vind persoonlijk dat we in Den Haag niet heel veel van die actieve musea hebben. Ik heb echt veel te veel energie als ik in een museum ben. Ik vind het wel leuk als je een beetje interactie met dingen hebt of een beetje iets kan doen. Ik heb echt een te korte spanningsboog om de hele tijd naar iets te kijken."

Citaat Nieuwsgierige Toekomstgripper

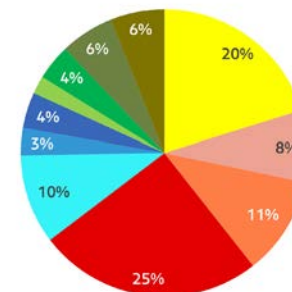
4.2 Musea

De Haagse musea worden relatief vaak bezocht door Weelderige Cultuurminnaars (index 221) en Klassieke Cultuurliefhebbers (index 195). Ook bezoekers uit de groep Culturele Alleseters (index 169) komen vaker voor onder het museumpubliek dan verhoudingsgewijs onder de Haagse bevolking. Het Mauritshuis wordt in absolute zin het meest bezocht door deze groep, maar Panorama Mesdag laat de grootste oververtegenwoordiging van Culturele Alleseters zien. Actieve Vermaakvangers (index 121) zijn ook nog licht oververtegenwoordigd, bij hen heeft het Literatuurmuseum / Kinderboekenmuseum het hoogste absolute bezoekersaantal, maar Louwman Museum het hoogste indexcijfer. Kindrijke Cultuurvreters (index 116) komen naar verwachting voor onder het publiek van Haagse musea. Zij nemen hun kinderen het liefst mee naar het

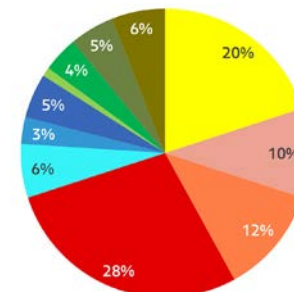
Kinderboekenmuseum. Proevende Buitenwijkers dalen van 96 naar 86 in deze meting.

Bij de Startende Cultuurspeurders zien we een groot positief verschil met de eerste meting, een stijging van index 51 naar 79. Het zijn vooral de grootste musea die het goed doen onder deze groep, maar ook Beeld en Geluid en Het Huis van het Boek hebben een redelijk aandeel. Ook bij de jeugdige doelgroep Nieuwsgierige Toekomstgrijpers is een stijging te zien ten opzichte van de eerste meting van index 23 naar 37. Het Mauritshuis is het meest bezocht door deze groep, maar liever lijkt men de musea 's avonds te bezoeken tijdens het Museumnacht festival. Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers zijn ondervertegenwoordigd bij alle musea, dit is ongewijzigd sinds de eerste meting. Lokale Vrijtijdsgenieters komen ook relatief weinig voor onder Museabezoekers, ze zijn het best vertegenwoordigd onder de bezoekers van Museum Beelden aan Zee.

Meting 2: Samenstelling publiek musea

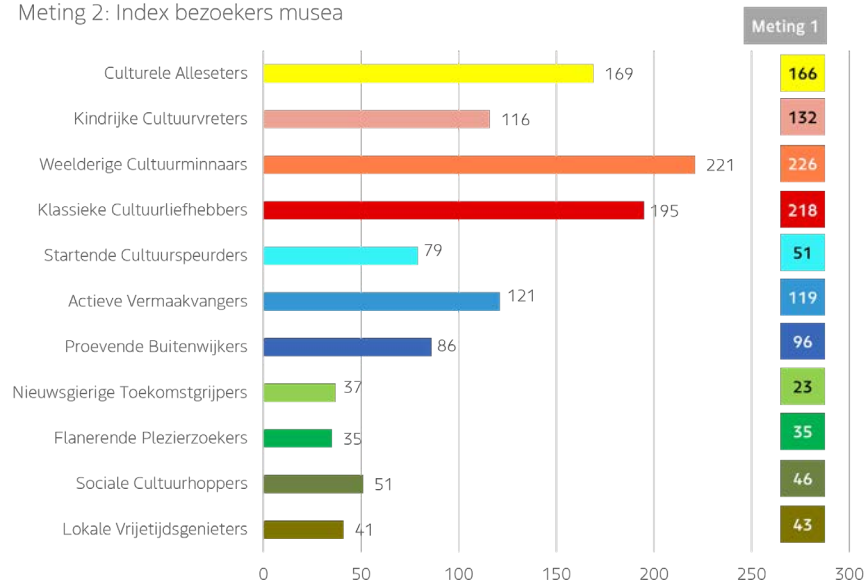


Meting 1: Samenstelling publiek musea



figuur 6a en 6b

Meting 2: Index bezoekers musea



figuur 5



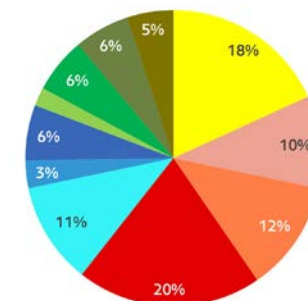
4.3 Programmerende instellingen

Als we kijken naar de samenstelling van het publiek van de diverse programmerende instellingen, zien we weinig verschil tussen de eerste en tweede meting. Het grootste verschil is voor de Startende Cultuurspeurders waarvan het aandeel toeneemt van zeven naar elf procent. Dit gaat vooral ten koste van het aandeel Weelderige Cultuurminnaars en Klassieke Cultuurliefhebbers die elk dalen met twee procent. De heropening van PAARD zal hier wellicht aan hebben bijgedragen. Het indexcijfer van de Weelderige Cultuurminnaars daalt van 267 in de eerste meting naar 232, maar het blijft de best vertegenwoordigde groep in het publiek van de podia. Het Amare Theater en het Nationale Theater zijn daarbij de partijen die het meest bezocht worden door dit segment. Ook de indexcijfers van de Culturele Alleseters (162

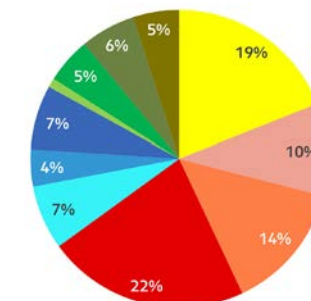
naar 155) en de Klassieke Cultuurliefhebbers (172 naar 155) dalen t.o.v. de eerste meting, maar blijven ruim vertegenwoordigd in deze sector. De Culturele Alleseters komen het meest voor onder de bezoekers van Korzo Theater en de Theaters Diligentia en PePijn, de Klassieke Cultuurliefhebbers komen veel voor onder de bezoekers van Filmhuis Den Haag dat ook binnen de programmerende categorie valt.

Voor de vier 'Licht' segmenten is het indexcijfer bij alle doelgroepen een beetje gestegen, de grootste stijging is te zien bij de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers van 26 naar 43. Dit komt waarschijnlijk door de deelname van Musicon, de enige Haagse culturele instelling met een goede vertegenwoordiging van deze doelgroep onder haar bezoekers. Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers en Lokale Vrijetijdsgenieters zijn het best vertegenwoordigd onder de bezoekers van Theater De Vaillant.

Meting 2: Samenstelling publiek programmerend

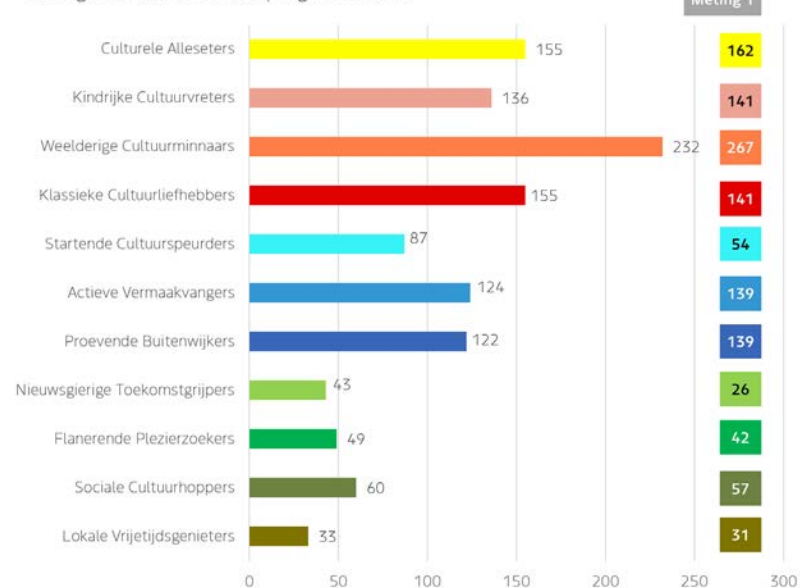


Meting 1: Samenstelling publiek programmerend



figuur 8a en 8b

Meting 2: Index bezoekers programmerend



figuur 7



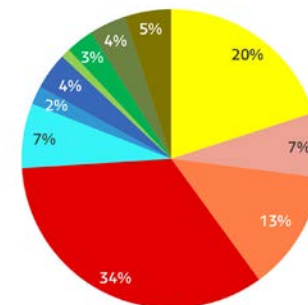
4.4 Producterende instellingen

De cijfers van deze tweede meting zijn gebaseerd op vijf gezelschappen die klassieke muziek produceren, twee theatergroepen en een dansgezelschap. In de eerste meting was het aantal deelnemers door de coronamaatregelen zeer beperkt, alleen de grootste producerende instellingen zoals bijvoorbeeld het Nederlands Dans Theater wisten voldoende bezoekersadressen te verzamelen om mee te kunnen doen. Het is belangrijk om dit in het achterhoofd te houden bij de historische vergelijking. Toch zijn er geen grote verschillen te zien in de segmentatie, de Klassieke Cultuurliefhebbers blijven met 34% veruit de grootste groep onder de bezoekers. Bij het publiek van Classical Now komen ze zelfs vier keer vaker voor dan in de bevolking van Den Haag. Het aandeel

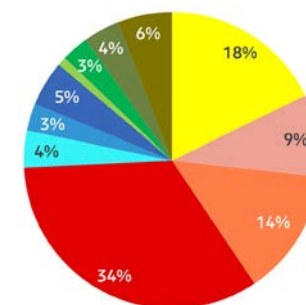
van de Culturele Alleseters neemt iets toe van 18% naar 20%, ze zijn ruim vertegenwoordigd onder het publiek van Firma MES, Matangi Kwartet en STET. 13% van de bezoekers van de producerende instellingen bestaat uit Weelderige Cultuurminnaars, met een indexcijfer van 245 zijn ze zeer ruim vertegenwoordigd. In absolute zin wordt het Residentie Orkest het best bezocht door deze doelgroep, relatief komen ze het meest voor onder de bezoekers van Firma MES. Kindrijke Cultuurvreter hebben een index van 97, deze groep is bij geen enkele producerende partij significant oververtegenwoordigd.

Zoals ook bij de andere sectoren neemt het aandeel Startende Cultuurspeurders toe van 4% in de eerste meting naar 7% in de tweede meting, de index neemt toe van 31 naar 55. STET heeft bij deze groep de hoogste vertegenwoordiging. De overige twee 'Medium' doelgroepen hebben

Meting 2: Samenstelling publiek producerend



Meting 1: Samenstelling publiek producerend



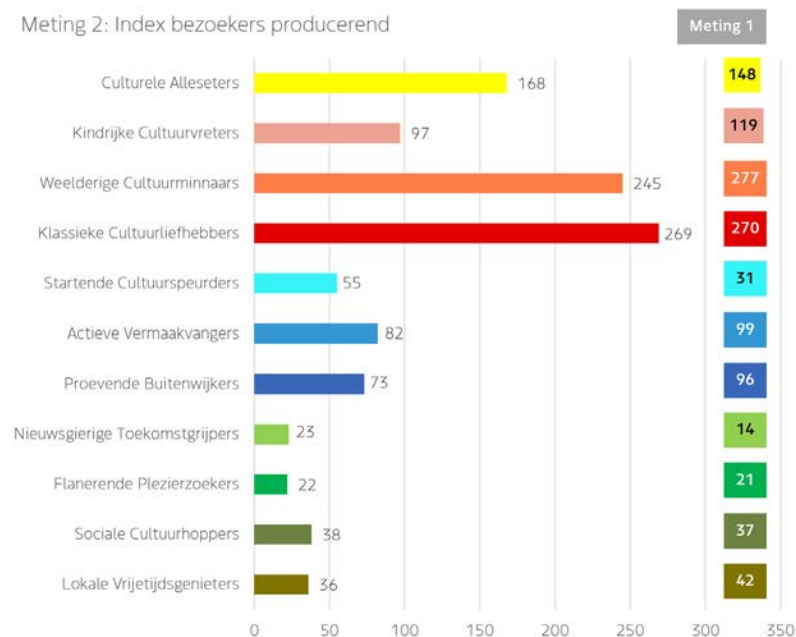
figuur 10a en 10b

een iets lagere index dan bij de eerste meting, 82 voor de Actieve Vermaakvangers en 73 voor de Proevende Buitenwijkers. Firma MES heeft de hoogste index voor beide doelgroepen.

De index van Nieuwsgierige Toekomstgrijpers neemt toe van 14 naar 23, maar dit blijft natuurlijk een lage score, er is niet één producerende instelling die hoger weet te scoren dan 50 voor deze doelgroep. Dit geldt ook voor Flanerenden-

de Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers, er is geen voorbeeld te noemen van een producerende instelling die wel een relatief hoog aandeel van deze segmenten onder haar bezoekers heeft. Voor de Lokale Vrijtijdsgenieteners is er wel een uitzondering. Net als tijdens de eerste meting weet Ciconia Consort deze doelgroep succesvol aan te spreken.

Meting 2: Index bezoekers producerend



figuur 9



4.5 Festivals

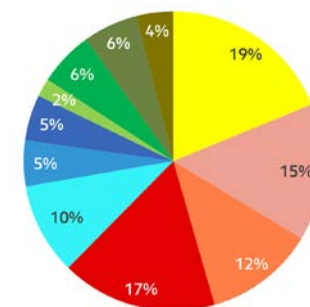
Voor de sector Festivals geldt nog sterker dat we niet goed met de eerste meting kunnen vergelijken. Door de coronamaatregelen konden in 2019-2020 slechts drie festivals meedoen.

Deze meting hebben negen festivals voldoende data aan weten te leveren om mee te kunnen doen waaronder populair muziekfestival Kaderock, elektronisch muziekfestival Grauzone en filmfestival Movies that Matter. We zien dan ook dat het aandeel van de jongste doelgroepen flink is gestegen t.o.v. de eerste meting. De Weelderige Cultuurminnaars hebben met 232 de hoogste index, Festival Classique trekt deze doelgroep het meest succesvol aan. Dan volgen de Kindrijke Cultuurvreter met 210 waarbij kinderfestival De Betovering het meest populair is. Met

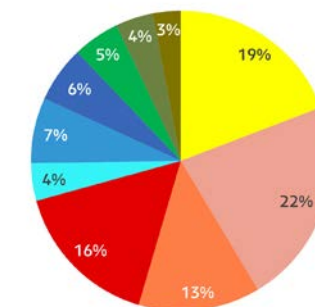
een hoge index van 187 blijkt dat ook de Actieve Vermaakvangers dol zijn op een feestje, De Betovering is ook hier het festival waarop ze het meest vertegenwoordigd zijn onder de bezoekers. Hierop volgen de Culturele Alleseters met een index van 164, in absolute zin zijn ze het meest terug te vinden bij Festival Classique en in relatieve zin bij Grauzone Festival. De Proevende Buitenwijkers zijn met een index van 90 wat minder vaak terug te vinden op festivals, zij hebben een sterke voorkeur voor Kaderock. Startende Cultuurspeurders zijn met een index van 79 licht ondervertegenwoordigd, Movies that Matter spreekt deze jonge doelgroep nog het meest aan.

Nieuwsgierige Toekomstgrijpers zijn met een index van 33 niet veel terug te vinden op deze Haagse festivals, Museumnacht heeft voor deze doelgroep nog de beste vertegenwoordiging. De index van Flanerende Plezierzoekers is met

Meting 2: Samenstelling publiek festivals



Meting 1: Samenstelling publiek festivals

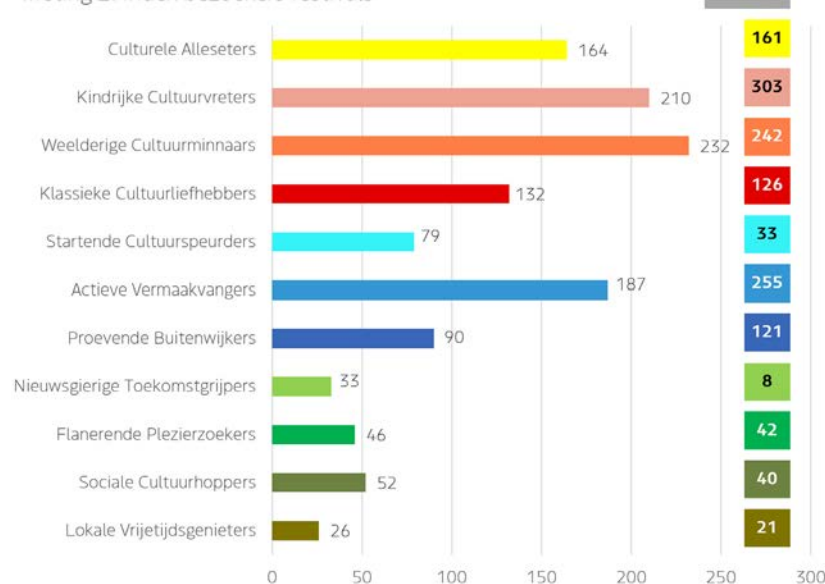


figuur 12a en 12b

46 iets hoger, maar er is geen festival dat er echt uitspringt voor deze groep. De Sociale Cultuurhoppers zijn met een index van 52 nog de best scorende 'Licht' doelgroep. Ook bij hen is het

bescheiden geprijsde Kaderock het meest populaire festival. De oudste doelgroep Lokale Vrijtijdgenieters (index 26) is het minst vaak terug te vinden onder de festivalbezoekers.

Meting 2: Index bezoekers festivals



figuur 11



4.6 Cultuurankers

Om cultuur dichterbij de eigen inwoners te brengen zijn er Cultuurankers opgericht in Den Haag. Deze culturele instellingen hebben als doel om zich met hun activiteiten te richten op bewoners in het eigen stadsdeel om de cultuurparticipatie te vergroten, met name onder mensen die niet vanzelfsprekend met kunst en cultuur in aanraking komen. Het gaat dan om de volgende instellingen:

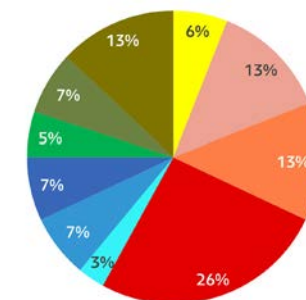
- Bibliotheek Leidschenveen-Ypenburg
- Bibliotheek Loosduinen-Nieuw Waldeck
- Laaktheater
- Muzee Scheveningen
- Podium Noord
- Theater & Filmhuis Dakota
- Theater De Vaillant
- Theater De Nieuwe Regentes

Deze meting hebben er zeven cultuurankers

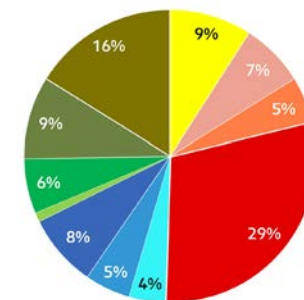
meegedaan aan dit onderzoek, vorige meting waren het er vijf. Deze meting zien we dat het aandeel van de vier 'Intensief' segmenten met 58% hoger ligt dan bij de eerste meting (50%). Dat komt waarschijnlijk vooral doordat dit keer ook Bibliotheek Leidschenveen-Ypenburg meedoet, dit cultuuranker vertegenwoordigt een stadsdeel waar ook veel Kindrijke Cultuurvreterers en Weelderige Cultuurminnaars wonen.

Ook Actieve Vermaakvangers zijn zeer goed vertegenwoordigd onder de bezoekers van dit Cultuuranker. Het aandeel Lokale Vrijtijdsgenieters is afgenomen van 16% naar 13%. Daarmee zakt de index voor dit segment onder de 100, maar dat is nog wel de hoogste score van deze doelgroep vergeleken met de andere sectoren. Dat komt vooral door Bibliotheek Loosduinen-Nieuw Waldeck, maar ook Theater De Vaillant wordt goed bezocht door Lokale Vrijtijdsgenieters.

Meting 2: Samenstelling publiek cultuurankers



Meting 1: Samenstelling publiek cultuurankers

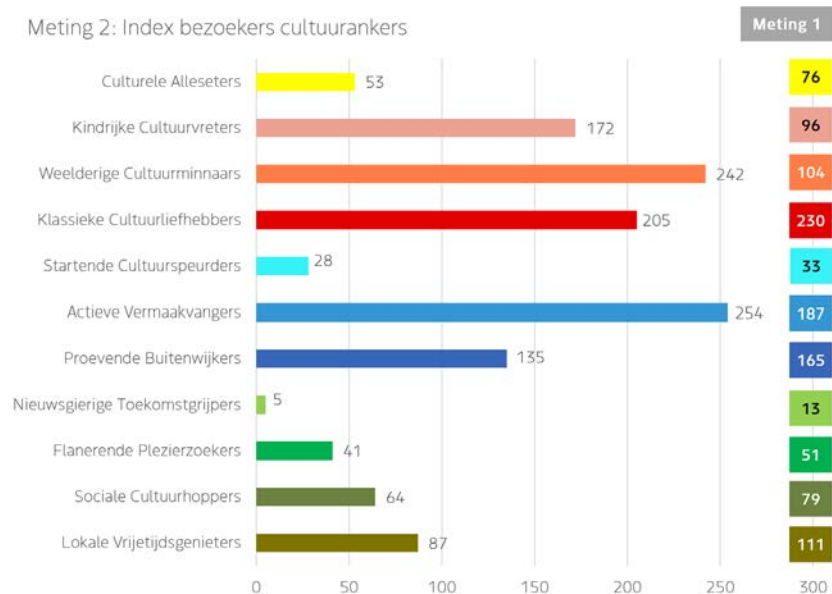


figuur 14a en 14b

Het aandeel Nieuwsgierige Toekomstgrijpers is helaas nog lager geworden, het zakt van 1% naar 0%. Alleen Theater De Vaillant weet deze groep nog enigszins aan te trekken. De wat oudere

'Licht' doelgroepen Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers zijn wel goed vertegenwoordigd onder de bezoekers van Theater De Vaillant en het Laaktheater.

Meting 2: Index bezoekers cultuurankers

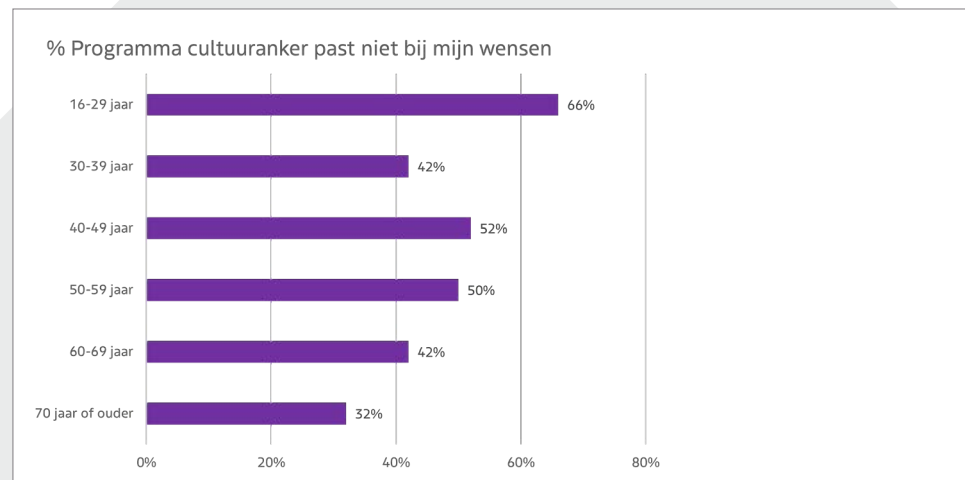


figuur 13





figuur 15. Bron: Onderzoek 'Kunstbeleid' via het Haags Stadspanel, Onderzoeksbureau Steda, oktober 2022



Cultuuranker Theater Dakota doet het goed onder de 'Intensief' doelgroepen, maar ook Actieve Vermaakvangers en Proevende Buitenwijkers zijn veel terug te vinden in haar publiek.

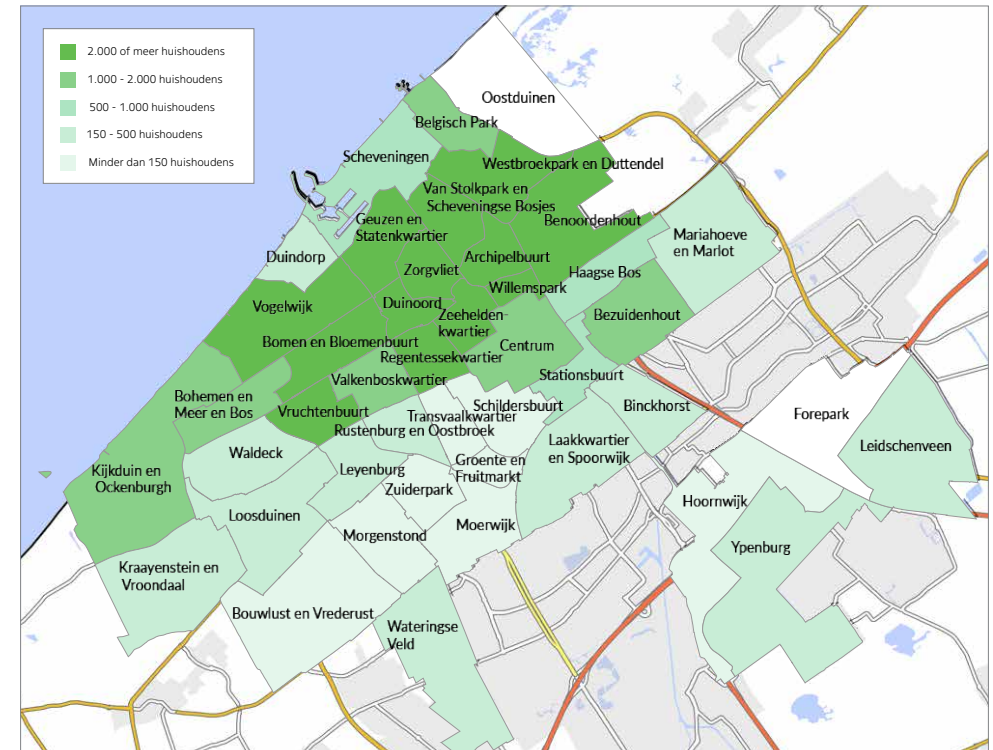
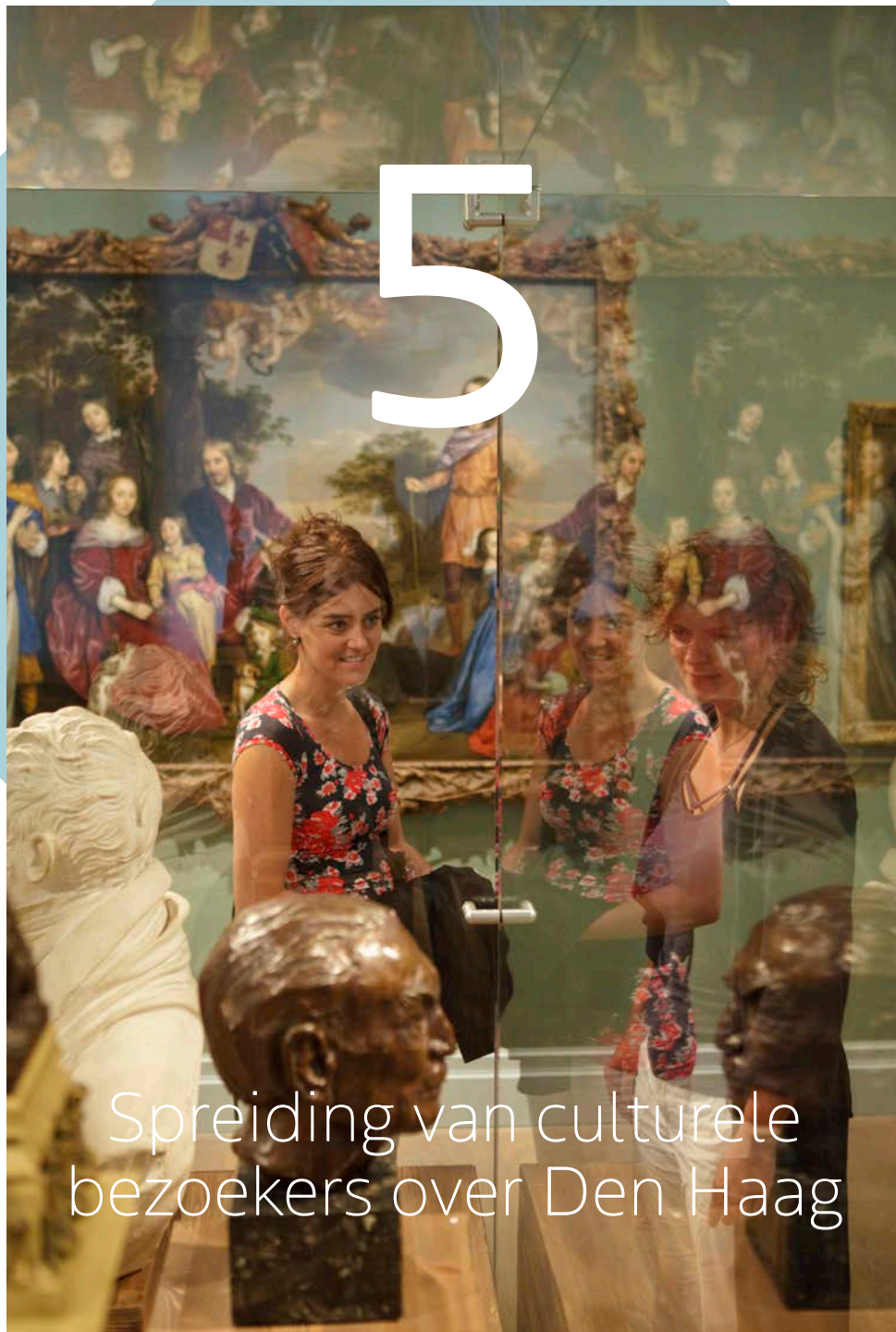
Jongeren zonder kinderen vinden nog niet goed hun weg naar de Cultuurankers. Startende Cultuurspeurders zakken ook iets weg van 4% naar 3% in deze meting. Alleen het Laaktheater heeft een goede vertegenwoordiging van deze doel-

groep onder haar bezoekers.

Het recente onderzoek van het Stadspanel onder inwoners van Den Haag bevestigt het beeld dat jongeren zich minder agetrokken voelen tot de programmering van de Cultuuranker (figuur 15). In figuur 16 is een overzicht te zien van de doelgroepsegmentatie per gemeten sector in vergelijking met de bevolking van Den Haag.

	Musea	Programmerend	Producterend	Cultuurankers	Festivals	Den Haag
Culturele Alleseters	20%	18%	20%	6%	19%	14%
Kindrijke Cultuurvreter	8%	10%	7%	13%	15%	8%
Weelderige Cultuurminnaars	11%	12%	13%	13%	12%	5%
Klassieke Cultuurliefhebbers	25%	20%	34%	26%	17%	13%
Startende Cultuurspeurders	10%	11%	7%	3%	10%	11%
Actieve Vermaakvangers	3%	3%	2%	7%	5%	3%
Proevende Buitenwijkers	4%	6%	4%	7%	5%	5%
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	2%	2%	1%	0%	2%	5%
Flanerende Plezierzoekers	4%	6%	3%	5%	6%	12%
Sociale Cultuurhoppers	6%	6%	4%	7%	6%	11%
Lokale Vrijtijdsgenieters	6%	5%	5%	13%	4%	15%

figuur 16



Op bovenstaande kaart is te zien dat de cultuurparticipatie van de inwoners van Den Haag niet evenwichtig verdeeld is. Er zijn wijken waarvan de bewoners relatief vaak culturele instellingen bezoeken en wijken waar dit sterk achterblijft. Er zijn grote onderlinge verschillen tussen de diverse wijken. Als een wijk donkergroen is gekleurd, dan is de cultuurparticipatie hoog, van een lichtgroen gekleurde wijk bezoeken de bewoners niet frequent cultuur buitenshuis. Wijken met minder dan honderd huishoudens zijn wit gelaten.

5.1 Spreiding culturele bezoekers door de stad

De algemene verdeling is grotendeels gelijk gebleven aan die van de eerste meting. De wijken met het hoogste cultuurbezoek liggen meer in de buurt van de kust, met name ten noordwesten

van het centrum. De hoogste indexcijfers zijn te vinden in wijken als Zorgvliet, Vogelwijk, Geuzen- en Statenkwartier, Duinoord en Benoordenhout. Dit zijn wijken met duurdere koopwoningen, voornamelijk bewoond door welgestelde bewoners. De wijken met de laagste indexcijfers en dus ook de laagste cultuurparticipatie vinden we met name ten zuidoosten van het Centrum, wijken zoals Moerwijk (19), Transvaalkwartier (19), Bouwlust- en Vredelust (21) en Morgenstond (27). Dit zijn wijken met kleine huurwoningen en veel beneden modaal verdienende bewoners. Deze uitschieters aan de boven- en onderkant van de schaal zijn grotendeels gelijk aan de vorige meting.

In de tabel (figuur 17) zie je de Haagse wijken staan met het hoogste aantal huishoudens.

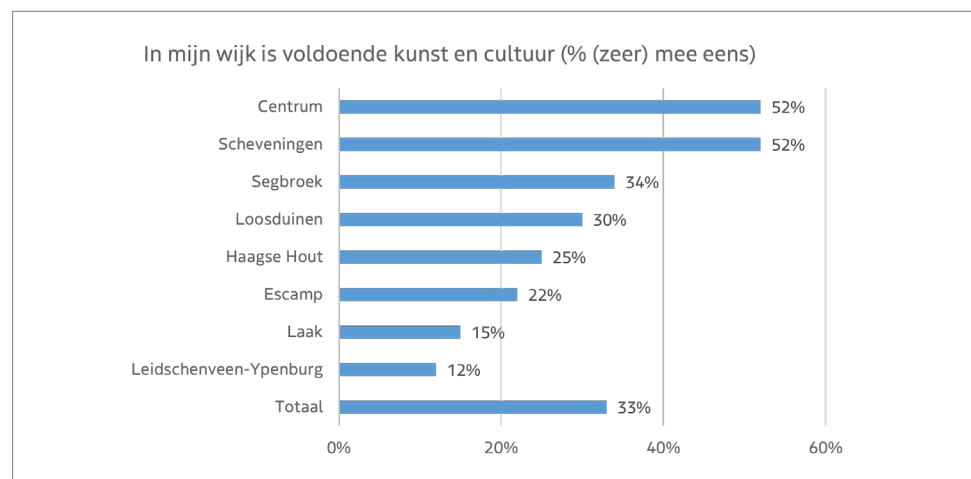
figuur 17

Wijk	Huishoudens	Index	Meting 1
Laakkwartier en Spoorwijk	20.768	52	29
Centrum	13.018	145	132
Bouwlust en Vrederust	12.854	21	24
Schildersbuurt	12.764	34	28
Scheveningen	10.630	109	114
Bezuidenhout	10.404	144	161
Moerwijk	10.295	19	20
Morgenstond	10.136	27	25
Waldeck	10.022	79	88
Ypenburg	9.748	73	59
Valkenboskwartier	9.717	139	131
Mariahoeve en Marlot	8.912	76	84
Loosduinen	8.680	70	79
Rustenburg en Oostbroek	8.486	53	48
Leyenburg	8.474	62	58

De cultuurparticipatie verschilt sterk in deze wijken. In het Centrum (13.018 huishoudens) zijn veel culturele instellingen te vinden die met relatief weinig moeite te bezoeken zijn, het indexcijfer ligt dan ook hoog op 145, een stijging met 13 punten t.o.v. de eerste meting.

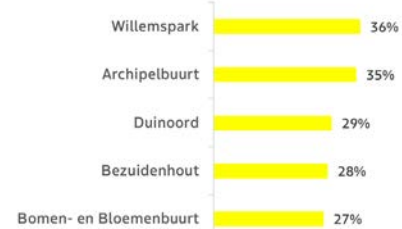
Uit het onderzoek Cultuurbeleid van het Stads- panel blijkt dat er grote verschillen per stadsdeel zijn wat betreft de tevredenheid met het aanbod van kunst en cultuur in de eigen wijk. Deze tevredenheid is het hoogst onder inwoners van het Centrum en Scheveningen en het laagst onder inwoners van Leidschenveen-Ypenburg (figuur 18).

figuur 18. Bron: Onderzoek 'Kunstbeleid' via het Haags Stads- panel, Onderzoeksbureau Steda, oktober 2022



In deze grafieken (figuur 19a t/m 19k) is zichtbaar welke wijken het hoogste percentage bevatten van alle elf doelgroepen. In Den Haag woont bijvoorbeeld het hoogste aandeel Proevende Buitenwijkers in de wijken Groente- en Fruitmarkt, Vruchtenbuurt, Wateringse Veld, Ypenburg en Rustenburg en Oostbroek.

% Culturele Alleseters per wijk



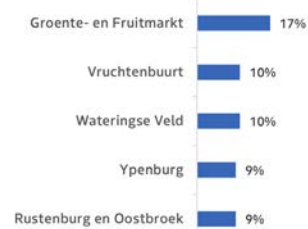
figuur 19a

% Klassieke Cultuurliefhebbers per wijk



figuur 19d

% Proevende Buitenwijkers per wijk



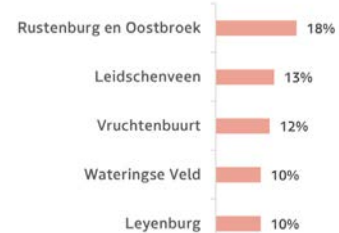
figuur 19g

% Sociale Cultuurhoppers per wijk



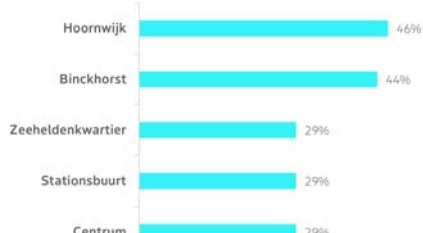
figuur 19j

% Kindrijke Cultuurvreter per wijk



figuur 19b

% Startende Cultuurspeurders per wijk



figuur 19e

% Nieuwsgierige Toekomstgrippers per wijk



figuur 19h

% Lokale Vrijetijdsgenieters per wijk



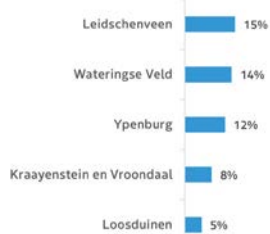
figuur 19k

% Weelderige Cultuurminnaars per wijk



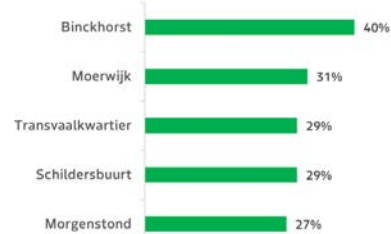
figuur 19c

% Actieve Vermaakvangers per wijk



figuur 19f

% Flanerende Plezierzoekers per wijk



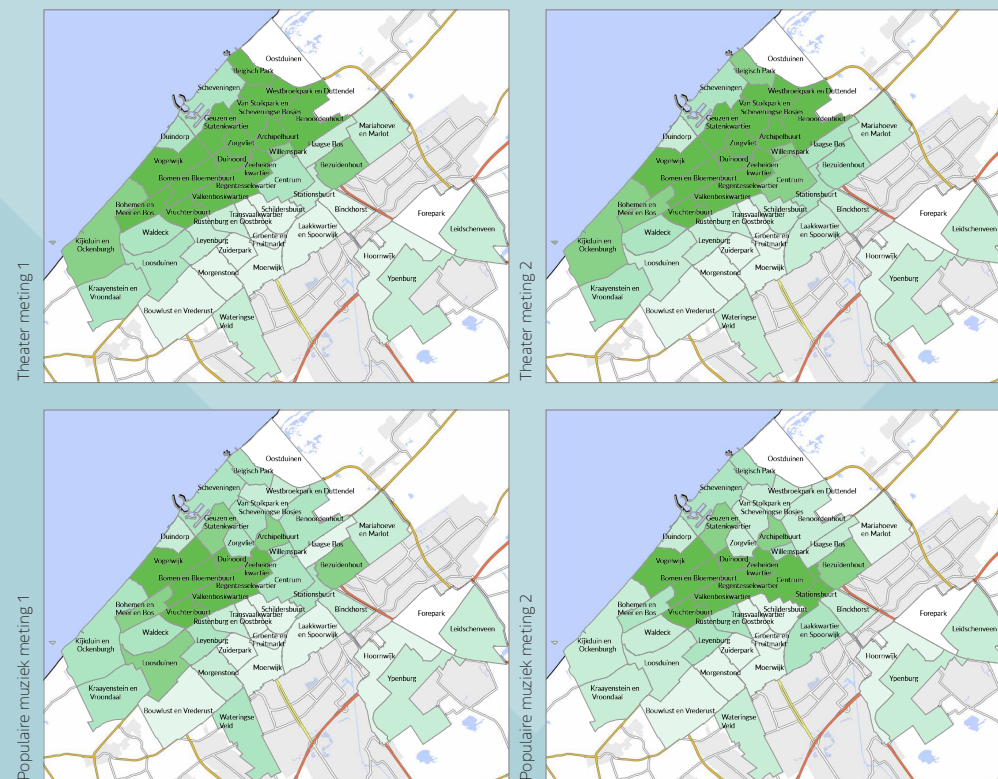
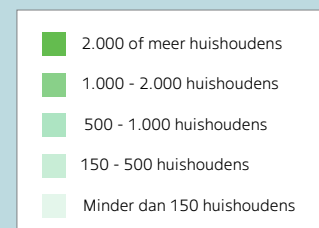
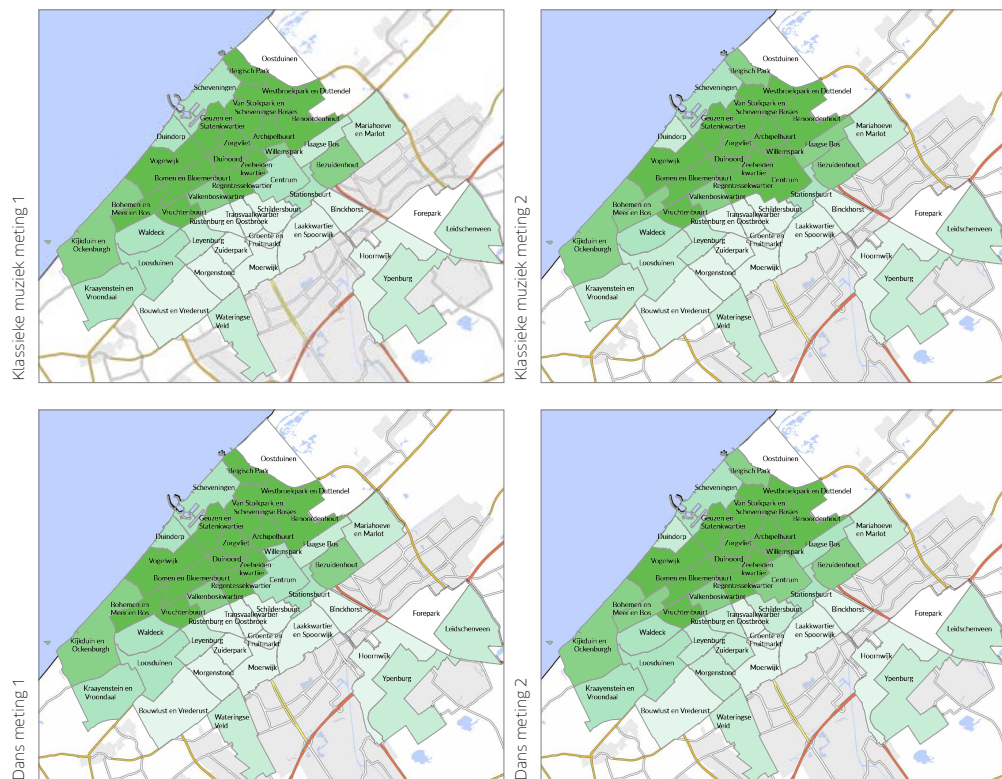
figuur 19i

Verschillen per genre

Bij de deelnemende culturele instellingen is weer een indeling gemaakt op basis van genre: klassieke muziek, populaire muziek, dans en theater. De wijken waar deze genres veel bezocht worden, zijn grotendeels hetzelfde als tijdens de eerste meting, namelijk ook hier de noordwestelijke wijken langs de kust, dat geldt voor zowel klassieke muziek als dans en theater.

Bij populaire muziek is wel een verschuiving opgetreden, de indexcijfers voor zuidelijke wijken als Loosduinen (123 naar 74) en Kijkduin en Ockenburgh (109 naar 66) zijn gedaald, terwijl er juist een sterk stijging is

geweest voor de wijken Centrum (108 naar 163), Stationsbuurt (103 naar 230) en Laakkwartier en Spoorwijk (van 41 naar 107). Dit zijn wijken waar relatief grote concentraties jonge Nieuwsgierige Toekomstgrijpers en Startende Cultuurspeurders wonen. Die bezoeken vaak voor het eerst deelnemende instellingen met populaire muziek zoals Musicon en Grauzone Festival.



5.2 Groepen met een lage cultuurparticipatie en de verdeling over de stad

Zoals eerder beschreven, zijn in het geüpdatete Cultuurmodel vier 'Licht' segmenten, doelgroepen met een lagere cultuurparticipatie. Dat zijn de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers en de Lokale Vrijtijdsgenieters. Hier gaan we dieper in op deze segmenten. Waar wonen ze? Op welke wijken kan je het beste richten om ze te bereiken?

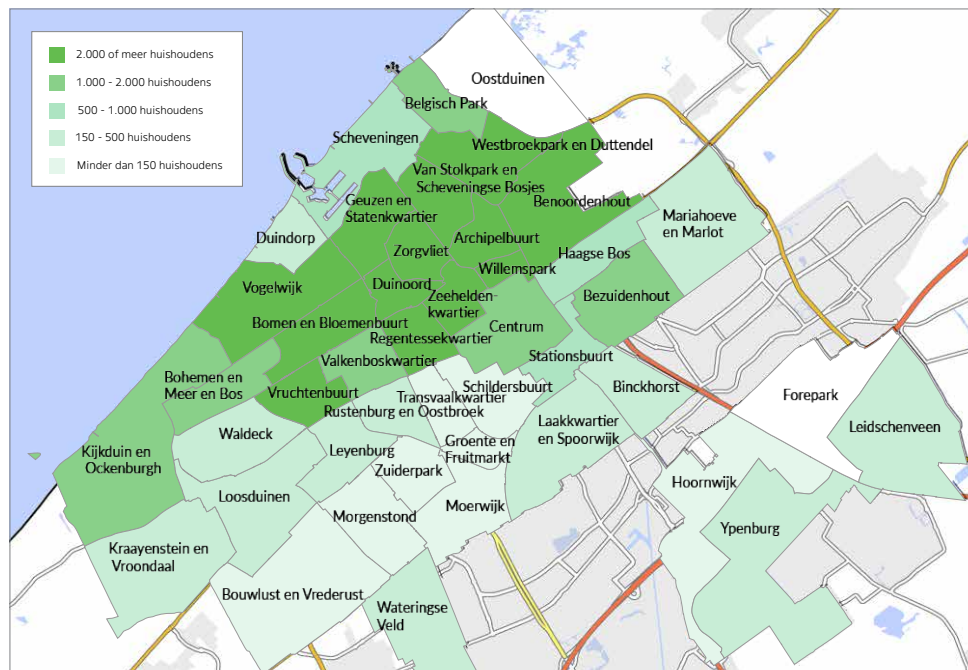
♦ Nieuwsgierige Toekomstgrijpers

We hebben in de grafiek van pagina .. al gezien dat Nieuwsgierige Toekomstgrijpers percentageel het best vertegenwoordigd zijn in Laakkwartier en Spoorwijk, Stationsbuurt, Moerwijk, Morgenstond en Regen-

tessekwartier. Op deze plattegrond is te zien welke wijken in absolute zin de meeste huishoudens bevatten die tot de doelgroep Nieuwsgierige Toekomstgrijpers behoren.

De tabel laat d.m.v. de indexcijfers ook zien in welke wijken de cultuurparticipatie van de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers die er wonen het hoogst is. Van deze wijken wonen in de Stationsbuurt, het Regentessekwartier en het Valkenboskwartier de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers die het vaakst culturele instellingen bezoeken. Dit zijn wijken die dicht bij het centrum liggen waar een ruim cultureel aanbod voor handen is.

De wijken waar veel Nieuwsgierige Toekomstgrijpers wonen die het minst terug te vinden zijn onder de bezoekers van Haagse culturele instellingen zijn Moerwijk, Morgenstond en Bouwlust- en Vrederust. Dat zijn de wijken die



Wijk	Huishoudens	Index	Meting 1
Laakkwartier en Spoorwijk	2.884	97	133
Moerwijk	1.265	22	45
Morgenstond	1.088	33	40
Schildersbuurt	1.028	96	92
Valkenboskwartier	909	210	99
Stationsbuurt	855	218	255
Leyenburg	792	91	25
Mariahoeve en Marlot	755	79	103
Regentessekwartier	727	212	115
Bouwlust en Vrederust	725	37	52
Valkenboskwartier	9.717	139	131
Mariahoeve en Marlot	8.912	76	84
Loosduinen	8.680	70	79
Rustenburg en Oostbroek	8.486	53	48
Leyenburg	8.474	62	58

figuur 20



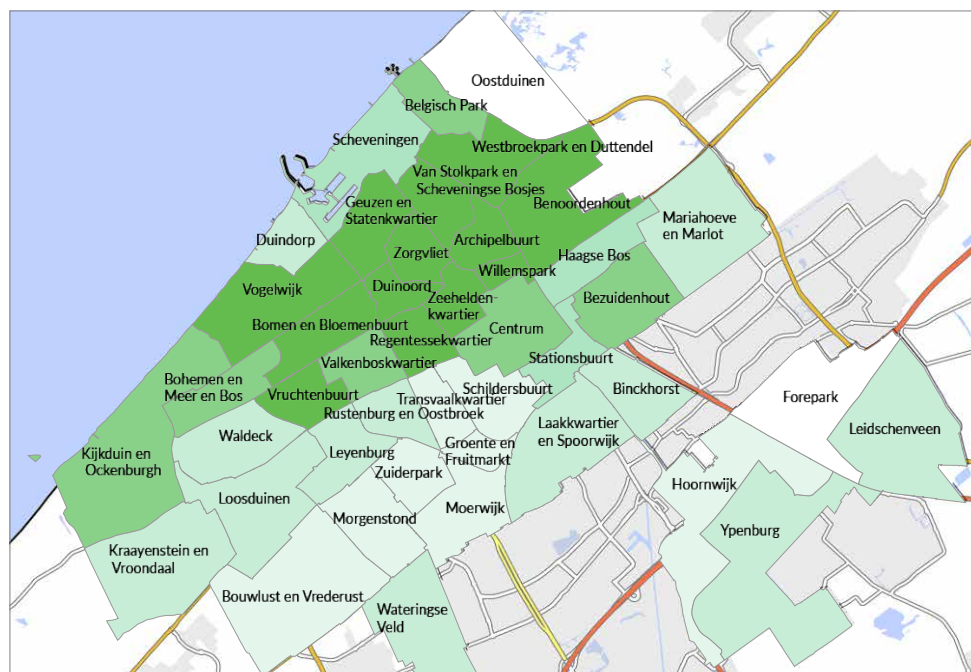
het meest zuidoostelijk liggen en dus ook ver verwijderd van het centrum en de meeste culturele instellingen.

♦ Flanerende Plezierzoekers

Percentueel gezien wonen Flanerende Plezierzoekers het meest in de kleine wijk Binckhorst, maar in absolute zin zijn de meeste huishoudens uit dit segment te vinden in de meest zuidelijke wijken van Den Haag. De wat noordelijker gelegen wijken die dichterbij het centrum liggen hebben ook bij deze groep een hogere cultuurparticipatie. Vooral de Stationsbuurt springt eruit met een index van 232, deze wijk had vorige meting al een hoge score maar die is nog verder gestegen. Flanerende Plezierzoekers hebben vaak jonge kinderen wat het lastig maakt om veel buiten de deur te ondernemen, maar we zien aan

deze wijk en de ook flink gestegen index van het Valkenboskwartier dat de wil er zeker is voor veel huishoudens nu de coronamaatregelen ten einde lijken.

Veruit de meeste Flanerende Plezierzoekers wonen in Laakkwartier en Spoorwijk. Wat bijzonder is aan deze wijk is dat de cultuurparticipatie van de Flanerende Plezierzoekers die hier wonen sterk toegenomen is t.o.v. de eerste meting, het gaat van een ondervertegenwoordiging (index 59) naar een ruime vertegenwoordiging van 117. Mogelijk komt dit door de deelname van het Laaktheater en Musicon deze meting en de heropening van PAARD, instellingen die relatief vaak bezocht worden door deze doelgroep.



Kaart Flanerende Plezierzoekers

Wijk	Huishoudens	Index	Meting 1
Laakkwartier en Spoorwijk	4.151	117	59
Schildersbuurt	3.642	70	64
Bouwlust en Vrederust	3.144	30	32
Moerwijk	3.138	32	39
Morgenstond	2.716	53	41
Transvaalkwartier	1.746	57	42
Mariahoeve en Marlot	1.580	117	106
Valkenboskwartier	1.521	198	140
Rustenburg en Oostbroek	1.218	117	120
Stationsbuurt	1.155	232	186
Valkenboskwartier	9.717	139	131
Mariahoeve en Marlot	8.912	76	84
Loosduinen	8.680	70	79
Rustenburg en Oostbroek	8.486	53	48
Leyenburg	8.474	62	58

figuur 21

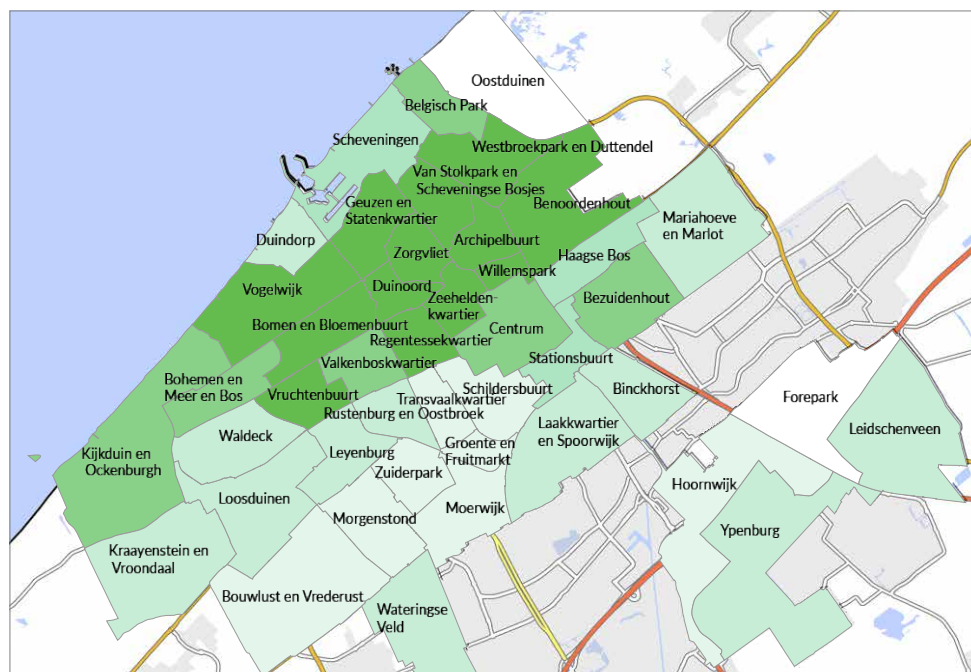


◆ Sociale Cultuurhoppers

De Schildersbuurt is zowel percentueel als in absolute zin de wijk waar de Sociale Cultuurhoppers het meest voorkomen. Zowel bij deze wijk als bij Laakkwartier en Spoorwijk zien we dat de Sociale Cultuurhoppers die hier wonen nog steeds ondervertegenwoordigd zijn onder het Haagse culturele publiek, maar niet meer zo sterk als tijdens de eerste meting. Bij beiden zijn de indexcijfers gestegen.

Deze groep van voornamelijk vijftigers en zestigers heeft meestal geen thuiswonende kinderen meer en heeft dus net wat meer tijd voor culturele activiteiten dan de andere drie 'Licht' doelgroepen wat zich uit in het hoogste indexcijfer overall van de vier 'Licht' doelgroepen.

Maar ook hier geldt dat een lange reistijd niet bijdraagt tot de bereidheid voor een cultureel bezoek, zo blijft de index van het ver van het centrum verwijderde Ypenburg aan de lage kant, maar het zijn vooral de Sociale Cultuurhoppers uit Moerwijk die bijna helemaal niet terug te vinden zijn in het publiek van Haagse culturele instellingen. De hoogste cultuurparticipatie hebben Sociale Cultuurhoppers die in het Centrum wonen of in het Valkenboskwartier of de Stationsbuurt.



Kaart Sociale Cultuurhoppers

Wijk	Huishoudens	Index	Meting 1
Schildersbuurt	2.479	46	27
Laakkwartier en Spoorwijk	2.415	57	36
Ypenburg	1.758	74	67
Centrum	1.750	193	206
Bouwlust en Vrederust	1.680	37	30
Valkenboskwartier	1.471	173	116
Waldeck	1.425	90	84
Loosduinen	1.302	90	94
Moerwijk	1.270	18	27
Stationsbuurt	1.255	169	113
Valkenboskwartier	9.717	139	131
Mariahoeve en Marlot	8.912	76	84
Loosduinen	8.680	70	79
Rustenburg en Oostbroek	8.486	53	48
Leyenburg	8.474	62	58

figuur 21



♦ Lokale Vrijtijdsgenieters

Voor de Lokale Vrijtijdsgenieters geldt dat ze al behoorlijk op leeftijd zijn en daarom vaak slecht ter been of meer aan huis gebonden door een matige gezondheid. Ook voor deze doelgroep zien we dat hun cultuurparticipatie lager is naarmate ze verder van het centrum afwonen.

Bouwlust en Vrederust is de wijk waar in absolute zin de meeste Lokale Vrijtijdsgenieters wonen. Met een index van slechts 34 is deze wijk aan de zuidgrens van Den Haag een voorbeeld van een wijk waarvan de meeste Lokale Vrijtijdsgenieters niet tot nauwelijks culturele activiteiten buitenshuis ondernemen. Ook Moerwijk en Morgenstond vallen in deze categorie. Mogelijk zorgt de migratie-achtergrond van veel bewoners van deze wijken er ook voor dat het aanbod

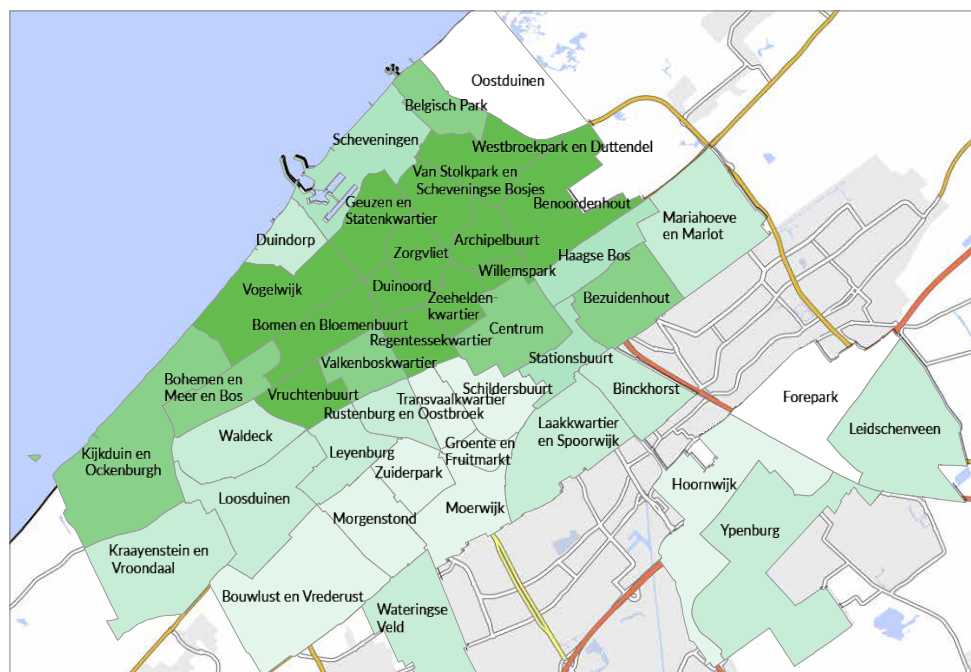
minder aansprekend voor hen is, maar afkomst is bewust niet meegenomen als factor in dit onderzoek.

De leden van deze doelgroep die in Mariahoeve en Marlot wonen zijn naar verwachting vertegenwoordigd onder de culturele bezoekers, dat komt wellicht door de aanwezigheid van het drukbezochte Louwman Museum in deze wijk en ook het Literatuurmuseum ligt aan de grens van deze wijk.

In de wijken Waldeck en Loosduinen zien we ook deze meting weer de positieve invloed van de Cultuurankeer-activiteiten van de Bibliotheek en in Scheveningen zijn Cultuurankeer Muzee en het Museum Beelden aan Zee aantrekkelijke instellingen voor Lokale Vrijtijdsgenieters om te bezoeken. Dit is terug te zien in het relatief hoge indexcijfer 118. Lokale Vrijtijdsgenieters hebben door hun leeftijd en fysieke gesteldheid meer

Wijk	Huishoudens	Index	Meting 1
Bouwlust en Vrederust	4.105	34	40
Schildersbuurt	3.246	62	43
Laakkwartier en Spoorwijk	3.143	76	63
Waldeck	2.881	132	155
Moerwijk	2.650	36	47
Morgenstond	2.639	48	52
Loosduinen	1.876	98	92
Mariahoeve en Marlot	1.763	97	162
Transvaalkwartier	1.523	28	22
Scheveningen	1.390	118	105
Valkenboskwartier	9.717	139	131
Mariahoeve en Marlot	8.912	76	84
Loosduinen	8.680	70	79
Rustenburg en Oostbroek	8.486	53	48
Leyenburg	8.474	62	58

figuur 21



Kaart Lokale Vrijtijdsgenieters



moeite om culturele instellingen buiten hun wijk te bezoeken dan de overige segmenten, maar velen van hen zijn wel geïnteresseerd in het bezoeken van culturele activiteiten waar ze niet ver voor hoeven te reizen.

Aantrekken van doelgroepen uit de 'Licht' categorie

Wat is nu de beste manier om de cultuurparticipatie van Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers en Lokale Vrijtijdsgeïnteresseerden te verhogen? Het is vooral belangrijk om goed zichtbaar te zijn in de wijken waar ze wonen. Onbekend maakt onbemind en veel bewoners van wijken als Morgenstond komen weinig buiten hun eigen wijk en gemeenschap.

De Cultuurankers kunnen hier veel in betekenen, maar helaas zijn alle vier de 'Licht' doelgroepen relatief minder vaak terug te vinden onder de bezoekers van deze zeven instellingen dan bij de eerste meting. Er is een duidelijk lineair verband te zien tussen leeftijd en de mate waarin de doelgroepen vertegenwoordigd zijn onder de bezoekers van Cultuurankers, er is een redelijke vertegenwoordiging van de Lokale Vrijtijdsgeïnteresseerden, maar de indexcijfers dalen naar-

mate het doelgroep gemiddeld jonger is. Nieuwsgierige Toekomstgrijpers vinden hun weg vrijwel helemaal (nog) niet naar de Cultuurankers (m.u.v. Theater De Vaillant).

Om meer inzicht te geven in hoe mensen uit deze segmenten aankijken tegen cultuur en door welke culturele activiteiten ze zich wel aangesproken voelen en waar het volgens hen nog aan ontbreekt in het Haagse culturele aanbod, is er in 2022 een kwalitatief onderzoek uitgevoerd onder de bevolking van Den Haag. Een korte samenvatting van dit kwalitatieve onderzoek is te lezen vanaf pagina 77.

"Op het ogenblik is het dus dat ik de afweging maak van: Kan ik parkeren? Is de loopafstand van mijn auto naar de plek niet te ver? Dus de praktische dingen zijn voor mij nu prioriteit om ergens naartoe te gaan."

Citaat Lokale Vrijtijdsgeïnteresseerde





In 2022 is de culturele sector langzaam opgekrabbeld na twee lange coronajaren. Maar veel (met name kleinere) Haagse culturele instellingen zijn helaas nog niet terug op het niveau van 2019, voor de grootste instellingen is de weg naar volledig herstel wel succesvol ingeslagen.

Ondanks de sterk veranderde maatschappelijke omstandigheden heeft deze tweede meting in veel opzichten de conclusies van de eerste meting bevestigd. Nog steeds kunnen we concluderen dat nog niet alle inwoners van Den Haag gebruik maken van het culturele aanbod. Net als vorige keer is duidelijk te zien dat doelgroepen met een hogere opleiding en meer besteedbaar inkomen vaker voorkomen onder de bezoekers van culturele instellingen dan verwacht zou worden op basis van hoe vaak ze voorkomen onder de Haagse bevolking en dat doelgroepen met een praktijkgerichte tot middelbare opleiding en minder besteedbaar inkomen sterk ondervertegenwoordigd zijn onder het Haagse culturele publiek.

Wel is er bij deze meting een kleine verbetering zien bij de vier doelgroepen met de laagste cultuurparticipatie, vooral de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers participeren meer dan in 2020. De jongste doelgroep uit de categorie 'Medium', de Startende Cultuurspeurders, maakt de grootste stijging door. Bij de vergelijking met de eerste meting moeten we er echter ook rekening mee houden dat 2020 een sterk afwijkend jaar was door de vele lockdowns en overige beperkende maatregelen. Ook is de groep deelnemers sterk uitgebreid bij deze tweede meting. Een stijging zal dus eerder veroorzaakt worden door de heropening van de cultuursector en het uitgaansleven, dan dat het veroorzaakt wordt door een ander aanbod of marketingacties van de culturele instellingen. Als een volgende meting plaatsvindt tijdens een periode zonder beperkende maatregelen kunnen we beter kijken naar de verschillen, omdat omdat externe factoren dan minder effect zullen hebben op deze verschillen.

Inmiddels wordt met het in dit onderzoek gebruikte Culturele Doelgroepenmodel gewerkt in de G4 en de regio's Brabant en de Noordelijke provincies. DEN (Kennisinstituut cultuur & digitale transformatie) is actief aan het onderzoeken of en hoe dit model doorontwikkeld kan worden tot de nationale standaard voor de volledige cultuursector van Nederland. Ondersteund door het ministerie van OCW worden er veel activiteiten ondernomen om het model verder te testen en te verdiepen. Zo wordt er bijvoorbeeld ten tijde van het schrijven van dit rapport een grootscheeps nationaal kwantitatief onderzoek uitgevoerd om het culturele gedrag van de diverse segmenten beter in kaart te brengen.



Bijlage

Kwalitatief onderzoek naar drempels en motieven bij cultuurbezoek onder de culturele doelgroepen met een lage culturele participatie.

Rotterdam Festivals heeft in 2018 een verdiepend kwalitatief onderzoek uit laten voeren door onderzoeksbureau Labyrinth naar de houding van de verschillende doelgroepen ten opzichte van cultuurbeleving. Op basis van onze aanbeveling in het vorige rapport om een vervolgonderzoek te doen in Den Haag hebben we dezelfde externe partner gevraagd om in 2022 een vergelijkbaar kwalitatief onderzoek te doen onder Haagse deelnemers uit de vier segmenten van het Cultuurmodel met de laagste cultuurparticipatie. Daarbij zijn ongeveer dezelfde onderzoeksvragen behandeld, namelijk waar denkt men aan bij het woord cultuur, wat vinden ze van het culturele aanbod in Den Haag, wat weerhoudt hen om vaker culturele activiteiten te ondernemen en welk aanbod zou wel aantrekkelijk voor hen zijn.

Voor het segment Sociale Cultuurhoppers is een focusgroep gehouden, de acht deelnemers hadden allen een migratie-achtergrond en waren niet werkzaam. Om meer variatie te kunnen aanbrengen in de achtergrond van de overige deelnemers, is vervolgens voor de andere drie segmenten ervoor gekozen om de methode aan te passen en individuele diepte-interviews te houden met acht deelnemers per segment, dus 24 diepte-interviews in totaal.

In deze bijlage worden de resultaten van dit onderzoek kort samengevat.

♦ Resultaten Nieuwsgierige Toekomstgrijpers

Deze groep is voornamelijk 18 tot 30 jaar oud. Ze verdienen vaak beneden modaal. Door hun jonge leeftijd zijn ze meestal alleenstaand of wonen samen zonder kinderen.

De meeste Nieuwsgierige Toekomstgrijpers in dit onderzoek hebben een andere opvatting over wat cultuur is, dan normaliter gebruikelijk is. Ze verbinden cultuur minder snel met de nauwere defi-

nitie van theaters, musea en tentoonstellingen. Ze denken hierbij eerder aan de omgang tussen mensen uit andere culturen of die ze nog niet kennen. Bijna alle Nieuwsgierige Toekomstgrijpers gebruiken volop internet en social media om informatie te vinden over wat er te doen is in de stad. Velen zoeken via Google wat er te doen is, en veel gebruikte social media kanalen zijn TikTok, Instagram en Facebook. De jongeren worden daarbij sterk beïnvloed door activiteiten die anderen al hebben gedaan en die dat promoten via social media.

De gesproken Nieuwsgierige Toekomstgrijpers noemen drie redenen waarom zij niet zo vaak een culturele instelling of festival bezoeken. Door de coronapandemie zijn ze er in de afgelopen jaren minder vaak eropuit gegaan en dat gedrag blijft soms hetzelfde ook nu de regels er niet meer zijn. Een andere vaak genoemde reden is dat respondenten niemand kunnen vinden om mee te gaan. Een laatste veel genoemde reden zijn de kosten. Entree en parkeerkosten samen lopen snel op. Een aantal van de jongere Nieuwsgierige Toekomstgrijpers geven aan dat ze ook wel een keer naar popconcerten van grote, bekende artiesten zouden willen, zoals de Weeknd of Ariana Grande. Bij musea zouden er interactieve elementen toegevoegd kunnen worden om tegemoet te komen aan de kortere spanningsboog van dit jonge segment.

In het verleden zijn Nieuwsgierige Toekomstgrijpers vaak wel naar een museum of theater geweest, en vonden dat toen vaak heel erg leuk. Een familielid nam dan vaak het initiatief, of het was een verplichte activiteit vanuit school, maar nu voelen jongeren zich te oud om nog met hun familie naar een culturele instelling te gaan, maar ze nemen ook niet zo vaak zelf het initiatief. Ze kiezen dan eerder voor relaxen, sporten of de bioscoop (Pathé). Om cultuur meer te promoten onder deze doelgroep, is het zaak om het belang van sociale banden te erkennen, ze willen het liefst samen met hun vrienden gaan.

◆ Resultaten Flanerende Plezierzoekers

Deze groep is tussen de 30 en 45 jaar oud en heeft vaak een gezin met kinderen tot 11 jaar. Hun inkomen is bescheiden en hun opleidingsniveau meestal praktisch of middelbaar opgeleid. Deze groep is vooral erg gericht op familie en vrienden.

De meeste Flanerende Plezierzoekers zien cultuur in een iets engere zin, en refereren aan theaters, muziek, festivals, musea en geschiedenis. De Flanerende Plezierzoekers krijgen via verschillende kanalen informatie binnen over wat er te doen is. Vaak via anderen, maar ook via internet en sociale media. Ze zoeken via Google of op specifieke websites zoals van theaters in hun buurt. Er wordt vooral veel gezocht tijdens schoolvakanties als ze activiteiten voor de kinderen moeten verzinnen. Het is belangrijk dat de entreeprijzen niet te hoog zijn, omdat er ook voor de kinderen moet worden betaald. Ook Social Deal wordt gebruikt als startpunt voor het zoeken naar betaalbare culturele activiteiten. Wat verder opvalt is dat meerdere respondenten ook letten op reclameposters op straat en flyers en folders bij bepaalde instellingen.

Meerdere Flanerende Plezierzoekers noemen de kosten van culturele uitjes en alles wat daarbij komt kijken als obstakel om vaak erop uit te gaan. Ook hier geeft een deelnemer aan dat ze bijna niet meer gaat sinds corona.

Flanerende Plezierzoekers geven aan dat er in Den Haag soms te weinig evenementen worden georganiseerd of dat er te weinig specifieke musea zijn, waardoor ze naar andere steden moeten uitwijken, zoals Amsterdam, Rotterdam of Utrecht. Wat ook sterk naar voren komt bij deelnemers met een migratieachtergrond, is dat er te weinig activiteiten zijn die gericht zijn op hun eigen cultuur. Zij stellen dat er vaak een soort eenzijdige opvatting van cultuur is, die te

“Ik voelde me een beetje buiten-gesloten, want die coronapas had ik niet, dus ik mocht niet naar binnen. En toen zei ik: nou, willen jullie mij dan niet, dan kom ik niet. En ik weet dat alles nu weer open is, maar toch blijft dat soort van, nee, dat hoeft niet meer.”

Citaat Flanerende Plezierzoeker

‘hoog’ of te ‘Nederlands’ is.

Bij Flanerende Plezierzoekers is er een belangrijke rol weggelegd voor de mate waarin familieleden elkaar stimuleren en meenemen naar culturele evenementen. Sommigen nemen wel eens familieleden mee, maar als die in de bijstand zitten, moeten zij het kaartje voor hen kopen. Een manier om tentoonstellingen aantrekkelijker te maken zou zijn om rondleidingen te geven, niet alleen in het Nederlands, maar ook in talen die veel voorkomen onder Haagse inwoners met een migratie-achtergrond.

◆ Resultaten Sociale Cultuurhoppers

Sociale Cultuurhoppers zijn 45 tot 65 jaar oud, ze verdienen beneden modaal tot modaal. Deze groep houdt van een ontspannen leven zonder veel te plannen. Ze doen vooral spontaan aan (culturele) activiteiten mee die ze tegenkomen.

Als de respondenten wordt gevraagd naar hoe zij cultuur zien, dan wordt vooral gerefereerd aan de eigen oorspronkelijke cultuur of het contact tussen mensen van diverse culturen.

De Sociale Cultuurhoppers noemen diverse manieren waarop zij informatie zoeken over activiteiten die er te doen zijn. Zo wordt internet genoemd, bellen naar een organisatie,

kranten en tijdschriften, TV en social media (Facebook). Ook de bibliotheek is een bron van informatie omdat mensen hier gratis kranten en tijdschriften kunnen lezen. Wat opvalt is dat veel respondenten hulp vragen bij het opzoeken van informatie en het bestellen van kaartjes, bijvoorbeeld van familieleden, vrienden en kennissen. Ze nemen in het verleden ook wel hun (klein)kinderen mee naar culturele activiteiten, nu worden zij soms juist door hun volwassen kinderen meegenomen.

Als we kijken naar wat de Sociale cultuurhoppers weerhoudt om (meer) culturele activiteiten te bezoeken, dan zijn er twee belangrijke redenen: geld en gezondheid. Wat ze vooral missen in het huidige culturele aanbod zijn praatgroepen met mannen of vrouwen waarbij men samen leuke dingen doet en informatie uitwisselt over verschillende culturen. Ze geven aan dat voorstellingen die aansluiten bij de cultuur van hun herkomstland of -regio hen zouden stimuleren om meer aan cultuur te doen.

◆ Resultaten Lokale Vrijtijdsgenieters

Deze groep is 65 tot 80 jaar oud en meestal gepensioneerd. Ze zijn alleenstaand of wonen samen zonder kinderen. Het inkomen is vooral beneden modaal tot modaal. Deze groep is vooral lokaal, op de wijk gericht.

Sommige Lokale Vrijtijdsgenieters zijn vrijwilliger, waaronder ook bij culturele verenigingen. Ze hebben relatief veel tijd om nieuws over culturele activiteiten bij te houden. Het meest noemt men informatie via internet en via vrienden, familie en netwerkcontacten. Als respondenten zelf informatie opzoeken, dan doen ze dat de jongere groepen vaak online. Maar in tegenstelling tot de andere doelgroepen maken de Lokale vrijtijdsgenieters ook veel gebruik maken van papieren dagbladen en lokale krantjes.

Als we kijken naar wat Lokale Vrijtijdsgenieters weerhoudt om mee te doen aan culturele activiteiten, dan komen er drie belangrijke zaken

naar voren: het tijdstip waarop een activiteit plaatsvindt, de bereikbaarheid, en de kosten. Vaak zou men wel graag elke maand een cultureel uitje willen ondernemen, maar daar hebben ze het geld niet voor. Vaak kan een uitje maar maximaal 15 tot 20 euro kosten. Meerdere respondenten zouden graag willen dat er meer gepland wordt voor overdag, vooral in de winter zodat ze niet in het donker naar huis hoeven. Ook zijn ze 's avonds vaak te moe om nog weg te gaan. De bereikbaarheid is heel belangrijk, omdat deze groep vaak slecht ter been is.

Over het algemeen zijn de Lokale Vrijtijdsgenieters tevreden met het aanbod van cultuur in Den Haag en zijn er weinig dingen die zij missen. Iets dat wel genoemd wordt is het vieren van bepaalde gratis culturele en religieuze festivals op straat, zoals vroeger Diwali.

Bij stimulerende factoren noemen de Lokale Vrijtijdsgenieters weer matineevoorstellingen. Er zijn veel oudere mensen die het in de avond eng vinden op straat, dus niet te laat thuis zijn is belangrijk. Een andere stimulans is seniorenkorting of korting op voorstellingen als er plekken over zijn. Bijvoorbeeld de Ooievaarspas als men hiervoor in aanmerking komt of de DenHaagPas (€ 7,50). Een andere manier om te besparen is om naar try-outs van concerten te gaan. Tot slot noemt een aantal respondenten dat het bezoeken van culturele activiteiten in georganiseerd groepsverband hun participatie kan vergroten. Zo vraagt iemand voor de leden van haar vereniging soms een Museumbus aan, zodat ze een keer per jaar naar een museum worden gebracht.



Colofon

Verantwoording

De informatie in deze publicatie is gebaseerd op onderzoeksrapporten en analyse van de data aan-geleverd door de deelnemende Haagse culturele instellingen. De weergave van de personages van het doelgroepenmodel zijn gebaseerd op kennis uit onderzoeksdata, maar de personages zelf zijn fictief. Het betreft zogenaamde persona's, representanten van de doelgroep.

Gebruikte bronnen:

- ♦ Dajnowicz, B. Het Culturele Doelgroepen-model, Beschrijvingen Culturele Doelgroepen. 2021. Rotterdam: Rotterdam Festivals
- ♦ I: rotterdamfestivals.nl/nl/publieksbereik/culturele-doelgroepenmodel
- ♦ Onderzoek 'Kunstbeleid' via het Haags Stadspanel, onderzoeksbureau Steda, oktober 2022
I: stadspaneldenhaag.nl/stadspanel-rapportages/36-kunstbeleid

Colofon

Samenstelling en redactie:

The Hague.
& Partners

The Hague & Partners
Prinses Beatrixlaan 582
2508 CD Den Haag

Deze publicatie is tot stand gekomen
i.s.m. de gemeente Den Haag.



Voor meer informatie en vragen over deze publicatie: onderzoek@thehague.com

Eindredactie: The Hague & Partners / Rinda Vreven

Vormgeving: The Hague & Partners / Arjan de Jager

Illustraties: Naz Constante

Fotografie: Anne Reitsma (cover), Vera Cornel, Sjoerd Derine, Maarten Ederveen, Robin Butter, Shutterstock, Wil Looijestijn, Abe Jonker, Jorn Baars Elena Kamphuis, Arjan de Jager e.a.

Hoewel de teksten in deze publicatie met de grootst mogelijke zorgvuldigheid tot stand zijn gekomen, kunnen door het 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.

The Hague & Partners heeft geprobeerd alle rechthebbenden van de in deze uitgave opgenomen foto's te achterhalen. Wanneer u meent rechthebbende te zijn van één of meerdere foto's dient u contact op te nemen met The Hague & Partners (info@thehague.com).

© The Hague & Partners 2023



The **Hague.**
& Partners

The Hague & Partners
Prinses Beatrixlaan 582
2508 CD Den Haag