

Meting 3: september 2023 t/m augustus 2024

# Cultuur voor iedereen: samen op weg naar een breder Haags publiek



Fotografie: Tessa Veldhorst (De Schaaierfabriek)

◆ 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	14
2.4 Opgeleverde producten	14
3 De Culturele Doelgroepen	16
4 Het publiek van de Haagse culturele instellingen	40
4.1 Algeheel beeld van het Haagse cultuurpubliek	41
4.2 Cultuurpubliek per sector	43
4.2.1 Musea en beeldende kunst	44
4.2.2 Programmerende instellingen	46
4.2.3 Producerende instellingen	48
4.2.4 Festivals	50
4.2.5 Cultuurankers	52
4.2.6 Cultuureducatie	54
5 Spreiding van culturele bezoekers over Den Haag	58
5.1 Spreiding cultuurpubliek over stad, provincie en rest van Nederland	59
5.2 Spreiding Haags cultuurpubliek	59
5.3 Spreiding over wijken per sector	64
5.4 Spreiding over wijken per genre	65
5.5 Focus op de Culturele Doelgroepen met lage cultuurparticipatie	66
6 Conclusie	72
Bijlage: Haagse Nacht onderzoek	74
Colofon	78

## Managementsamenvatting

Dit rapport laat de resultaten zien van de derde meting van het Publieksonderzoek Cultuursector Den Haag (2023-2024), uitgevoerd door The Hague & Partners in opdracht van de gemeente Den Haag. Het onderzoek biedt waardevolle inzichten in hoe het Haagse cultuuraanbod verschillende bevolkingsgroepen bereikt en draagt bij aan de ambitie om cultuur toegankelijk te maken voor zoveel mogelijk inwoners van Den Haag.

We zijn trots op de toename (+ 36%) van het aantal deelnemende culturele instellingen. Dit zorgt niet alleen voor een completer beeld van de Haagse culturele sector, maar laat ook zien dat het enthousiasme over het Publieksonderzoek en het onderliggende Culturele Doelgroepenmodel groeit. Dit is een positieve ontwikkeling, omdat wij geloven dat samenwerking essentieel is om een diverser cultuurpubliek en een inclusiever cultuuraanbod te realiseren. Het onderzoek biedt zowel de sector als geheel als individuele instellingen concrete handvatten om hun publieksbereik verder te ontwikkelen.

Uit de resultaten blijkt dat gezamenlijke inspanningen nodig blijven. Net als bij de eerste en tweede meting zijn de vier doelgroepen die intensief gebruikmaken van cultuur oververtegenwoordigd binnen het publiek van Haagse instellingen (index 160). De drie doelgroepen met een gemiddeld cultuurgebruik zijn ongeveer naar verwachting vertegenwoordigd (index 102). De vier doelgroepen met een lichte cultuurparticipatie zijn daarentegen sterk ondervertegenwoordigd (index 51) en nemen dus minder deel aan het Haagse cultuuraanbod dan op basis van hun aanwezigheid in de stad verwacht zou worden.

Toch laten de resultaten van deze meting een positieve ontwikkeling zien. Hoewel er nog geen sprake is van een evenwichtige vertegenwoordiging, groeit het aandeel lichte cultuurgebruikers in het publiek (+3%) en stijgt hun index naar 51. Tegelijkertijd neemt het aandeel intensieve cultuurgebruikers af (-7%) en daalt hun index naar 160. Dit duidt op een geleidelijke verschuiving naar een breder en evenwichtiger publieksbereik in de stad.

De individuele rapportages die instellingen ontvangen bieden concrete informatie over hun huidige en potentiële publiek. Deze kennis kan hen inspireren tot aanpassingen in marketing, communicatie, programmering of beleid. Nieuw in deze editie is het overzicht van mogelijke samenwerkingspartners per culturele doelgroep. Hiermee hopen we de uitwisseling tussen instellingen te stimuleren, zodat zij inspiratie bij elkaar kunnen opdoen en van elkaars aanpak kunnen leren. Dit geeft instellingen niet alleen de kans om hun huidige publiek te behouden, maar ook om nieuwe doelgroepen aan te trekken en hun bereik te vergroten. Daarnaast zijn er dit jaar twee workshops georganiseerd om de deelnemende instellingen te ondersteunen bij het interpreteren van de rapportages en deze te vertalen naar strategie en concrete acties. Een belangrijk onderdeel van deze workshops was het stimuleren van onderlinge uitwisseling en samenwerking tussen instellingen, zodat zij elkaar beter weten te vinden. We hopen dat de onderzoeksresultaten hierdoor meer gaan leven en actief worden ingezet door de instellingen. Op deze manier werken we samen aan een divers en inclusief cultuuraanbod in Den Haag.

Guusje Thijs,  
Analist-onderzoeker business & strategie bij The Hague & Partners



# Inleiding

Dit rapport presenteert de resultaten van de derde meting van het Publieksonderzoek Cultuursector Den Haag (2023-2024). Het onderzoek is opgezet om inzicht te krijgen in het publieksbereik van Haagse culturele instellingen en maakt gebruik van het Culturele Doelgroepenmodel, ontwikkeld door Rotterdam Festivals in samenwerking met databureau Whooz.

De eerste pilotmeting van dit onderzoek startte eind 2019, gevolgd door een tweede meting die begon in september 2021, die de eerdere inzichten verder verdiepte. Om voort te bouwen op deze resultaten en te werken aan een toegankelijker en inclusiever culturaanbod, is in september 2023 de derde meting van start gegaan. Deze nieuwe meting biedt actuele gegevens en inzichten om de Haagse cultuursector te helpen een breder publiek te bereiken.

## 1.1 Aanleiding

Den Haag is een stad van betekenis op het gebied van kunst en cultuur (Beleidskader Zee aan mogelijkheden! Kunst en Cultuur 2021-2024). De Cultuurvisie 2033 onderstreept dat het Haagse kunst- en culturaanbod veelzijdig en vaak bijzonder actueel is — iets om trots op te zijn. Tegelijkertijd maakt de visie duidelijk dat Den Haag een zeer diverse bevolking heeft. Daarom is het cruciaal dat de culturele sector zo veel mogelijk mensen bereikt en weet te raken.

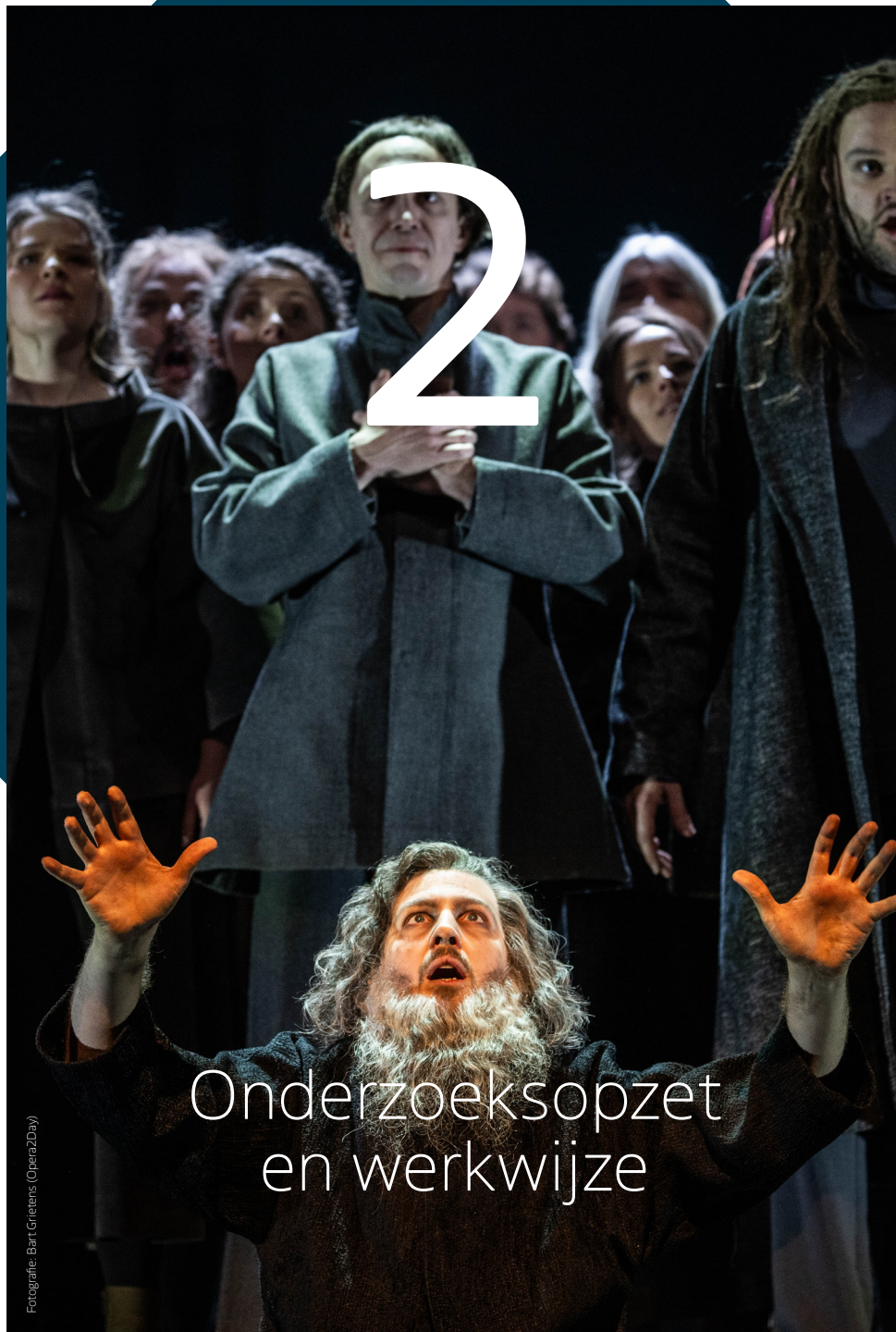
In het beleidskader wordt benadrukt dat cultuur van én voor iedereen moet zijn en voor alle inwoners toegankelijk moet blijven. In dat licht heeft de gemeente Den Haag aan The Hague & Partners de opdracht gegeven om een publieksonderzoek uit te voeren. Dit onderzoek vormt een basis voor mogelijke acties om de diversiteit van het Haagse cultuurpubliek te vergroten.

De wens voor 2033, zoals beschreven in de Cultuurvisie, is namelijk om ook bevolkingsgroepen die zich momenteel nog minder aangesproken voelen beter te bereiken door een passend aanbod te ontwikkelen of zichtbaarder te maken. Het publieksonderzoek helpt monitoren of de culturele sector werkelijk voor iedereen aantrekkelijk is, of dat bepaalde doelgroepen nog buiten de boot vallen. De resultaten bieden zowel de gemeente als culturele instellingen inzicht in de huidige situatie en handvatten om waar nodig verbeteringen door te voeren.

Uit de eerste meting (2019-2020) bleek dat niet alle bevolkingsgroepen in gelijke mate gebruikmaken van de culturele voorzieningen in Den Haag. De tweede meting (2021-2022) bevestigde deze bevindingen. Het doel blijft om een zo breed mogelijk publiek te interesseren voor het culturele aanbod. Tijdens deze derde meting wordt onderzocht of de conclusies uit de eerste twee metingen nog steeds van toepassing zijn of dat er veranderingen hebben plaatsgevonden.

Bij de toekomstige vierde meting van het publieksonderzoek geldt een subsidieverplichting voor instellingen die subsidie ontvangen via de subsidieregeling Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur 2025-2028, categorie B en C, evenals voor instellingen met een begrotingssubsidie op basis van het Beleidskader Kunst en Cultuur 2025-2028 – Ruimte voor Ontwikkeling. Voor instellingen die subsidie ontvangen in categorie A van de subsidieregeling Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur 2025-2026 en voor alle overige Haagse instellingen is deelname aan het onderzoek vrijwillig. Het doel hiervan is beter inzicht te krijgen in de cultuurparticipatie van bewoners die het gesubsidieerde culturele aanbod in de stad bezoeken.

Het nachtleven is, zoals wordt onderstreept in de Nachtvisie Den Haag, een belangrijk onderdeel van de stadscultuur in Den Haag. Het speelt in op de wensen en behoeften van specifieke doelgroepen die zo cultuur ervaren en beleven. Om meer inzicht te krijgen in de beleving van de Haagse Nacht en het publiek is er een onderzoek uitgevoerd door The Hague & Partners in samenwerking met drie Haagse partners en de gemeente Den Haag. Dit was enerzijds een wens vanuit de sector, anderzijds biedt het aanvullende inzichten en ervaringen, perspectieven en ideeën van nachtgangers ter aanvulling op het reguliere Publiekscultuuronderzoek.



## Onderzoeksopzet en werkwijze

Fotografie: Bart Grietens (Opera2Day)

In dit hoofdstuk lees je alles over de onderzoeksopzet en de werkwijze van het Publieksonderzoek. Er wordt ingegaan op de doelgroepsegmentatie van Whooz, de basis van het Culturele Doelgroepenmodel, waarin drie culturele hoofdgroepen worden onderscheiden en elf subsegmenten worden beschreven. Daarnaast komen onder meer de onderzoekstechniek, onderzoeksvragen, het aantal deelnemende instellingen, de dataverzamelmethode, de toepassing van de AVG-richtlijnen en de opgeleverde producten aan bod. De onderzoeksopzet en werkwijze van de derde meting sluiten grotendeels aan op die van de eerste twee metingen.

### 2.1 Segmentatie als hulpmiddel

Om het publiek in kaart te brengen is wederom gebruik gemaakt van het Culturele Doelgroepenmodel. Dit segmentatiemodel vormt de basis voor dit onderzoek.

Segmentatie is een onderzoeksmethode die een markt opdeelt in verschillende groepen op basis van demografische kenmerken, overeenkomstige gedragspatronen of behoeften. 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 Whooz. Whooz 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 Whooz-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 destijds uitgebreid naar elf. Deze worden in het volgende hoofdstuk nader uitgewerkt en toegelicht.

Het segmentatiemodel is alleen gebaseerd op gegevens van in Nederland geregistreerde huishoudens. Het is dus niet mogelijk om in het buitenland woonachtige bezoekers mee te nemen in het onderzoek.

Het model wordt, onder meer door een steeds veranderende wereld, continu geüpdatet en verrijkt met extra onderzoek. Het Culturele Doelgroepenmodel wordt in het hele land (Rotterdam, Utrecht, Den Haag, Amsterdam, maar ook kleinere steden en gemeentes) ingezet en biedt op deze wijze houvast voor de cultuursector.

Het Culturele Doelgroepenmodel 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 dit onderzoek. Uitgebreide informatie over de elf Culturele Doelgroepen vind je in hoofdstuk 3.

Figuur 1: Visueel overzicht Culturele Doelgroepenmodel

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

<sup>1</sup> Kijkend naar de frequentie en het gebruik van het huidige kunst- en culturaanbod

<sup>2</sup> Percentages representeren de aanwezigheid in de stad Den Haag

\* De sterretjes geven aan welke leeftijden het vaakst voorkomen



Fotografie: Eveline van Egdom (Theater de Vulliam)

# Overzicht culturele doelgroepen

Categorie: Intensief

## Culturele Alleseters

Allesproevende, hippe stadsvogels zonder kinderen



Categorie: Intensief

## Kindrijke Cultuurvreters

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 Toekomstgrijpers

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 Vrijtijdsgenieters

Gepensioneerden met een traditionele smaak binnen eigen cultuur



## 2.2 Werkwijze

In het Publieksonderzoek staan de volgende vragen centraal:

- Wat is het publieksbereik van de Haagse culturele sector?
- Verschilt het publieksprofiel per sector of genre?
- Hoe verschilt dit publieksbereik ten opzichte van de vorige meting?
- Zijn er wijken in Den Haag waar de cultuurparticipatie laag is en die extra aandacht verdienen?
- Hoe kunnen we het publieksbereik van de Haagse culturele sector verbreden?

In september 2023 zijn we begonnen met het benaderen van de Haagse culturele instellingen voor deelname aan deze derde meting. Er zijn in totaal 100 instellingen benaderd voor deelname aan het onderzoek. Er is bij deze editie nog voor gekozen om instellingen niet te verplichten om deel te nemen aan het onderzoek. Uiteindelijk hebben er 60 Haagse instellingen deelgenomen aan het onderzoek (60% van het totaal).

In de eerste twee edities moesten deelnemende instellingen minimaal 300 unieke adressen (postcode en huisnummer) aanleveren. Bij de derde meting is deze ondergrens verlaagd naar 50 adressen, om ook kleinere, nieuw betrokken instellingen de kans te geven deel te nemen. Dit stelde hen in staat om alvast ervaring op te doen met het onderzoeksproces, in aanloop naar de vierde meting, waarin deelname verplicht zal zijn voor bepaalde instellingen (deze voorwaarden worden toegelicht in de aanleiding).

Er zijn ook instellingen die (voor een deel) alleen postcodes opgeleverd hebben. Daarbij gaat het dan om postcodes met zes posities. Bij de analyses wordt vervolgens gerekend met de gemiddelde segmentatie van elke postcode. Dit is minder nauwkeurig dan analyses op huishoudniveau en daarmee minder wenselijk.

De culturele instellingen hebben zelf de benodigde data verzameld, waarbij verschillende methoden zijn ingezet. Vaak gebeurde dit via automatische gegevensverzameling bij online ticketverkoop. Daarnaast werden ook andere methoden gebruikt, zoals scheurbriefjes (fysieke briefjes waarop, naast antwoord te geven op vragen door op een bepaalde plek het briefje in te scheuren, ook postcode/huisnummer ingevuld kan worden), online en offline enquêtes, balielijsten, wervers en QR-codes. Daarnaast heeft de Museumvereniging postcode data ter beschikking gesteld. De meetperiode startte in september 2023 en duurde precies een jaar. Bij het analyseren van de data is alles in verhouding met het bereik van de betreffende instellingen meegewogen. Zo weegt een klein initiatief minder mee in het totaal bereik dan bijvoorbeeld een groot museum.

### AVG-proof

De onderzoeksmethodiek en gegevensverwerking voldoen aan de eisen van de AVG-wetgeving. De culturele instellingen hebben voor dit onderzoek uitsluitend de postcodes en huisnummers van bezoekers opgevraagd, zonder deze te koppelen aan namen of andere persoonlijke gegevens. De instellingen waren verantwoordelijk voor het informeren van bezoekers over het gebruik van hun postcode en huisnummer voor onderzoeksdoeleinden. Dit gebeurde bijvoorbeeld via een melding op hun website. Om te voldoen aan de wettelijke vereisten hebben de deelnemende instellingen een verwerkersovereenkomst afgesloten met The Hague & Partners. Hierin zijn afspraken vastgelegd om de privacy van culturele bezoekers te waarborgen.



Fotografie: Anne Reitsma (Haags-Historisch Museum)

### 2.3 Onderzoekstechniek

Zoals eerder aangegeven wordt voor dit onderzoek gewerkt met het Culturele Doelgroepenmodel. De aangeleverde data van de 60 deelnemende Haagse culturele instellingen is geanalyseerd met de volgende doeleinden:

- Om inzicht te geven in de verhouding waarin de elf Culturele Doelgroepen 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

In het onderzoek wordt inzicht gegeven in het profiel van de deelnemende 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.

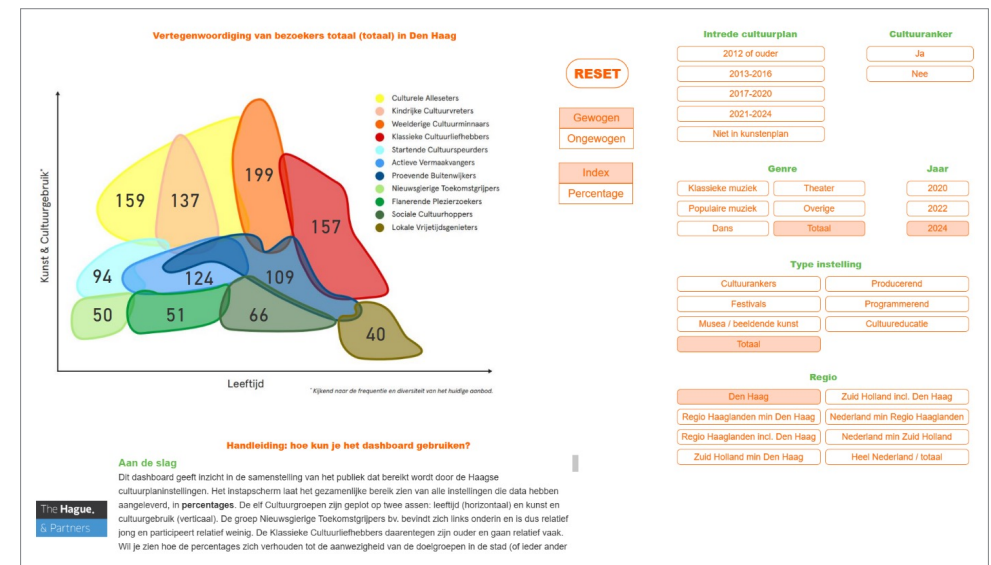
### 2.4 Opgeliverde producten

Het onderzoek heeft geleid tot de oplevering van de volgende producten:

1. Dit hoofdrapport met een beschrijving van de resultaten van de gehele culturele sector en per type instelling.
2. Individuele rapportages voor de deelnemende instellingen: in december 2024 heeft iedere deelnemende instelling een rapportage voor eigen gebruik ontvangen met een beschrijving van de samenstelling van hun eigen publiek. De rapporten hebben deze editie een upgrade gekregen. Een nieuw onderdeel biedt instellingen inzicht in de doelgroepen waarop zij zich moeten richten, afhankelijk van of ze hun publiek willen behouden, versterken of verbreden. Daarnaast werden er per culturele doelgroep ook voorbeelden gegeven van instellingen die deze doelgroep goed weten te bereiken. Dit omdat een van de doelen van dit onderzoek ook het versterken van de onderlinge samenwerking is tussen Haagse culturele instellingen. 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 aanpassingen in marketing, communicatie en aanbod en door het actief beperken van de barrières op cultuurbezoek voor bepaalde doelgroepen, kan er mogelijk al veel vooruitgang worden geboekt. Het bevorderen van de samenwerking tussen de culturele instellingen met het oog op het meer toegankelijker maken van het aanbod is dan ook één van de doelen van dit onderzoek.
3. Interactieve dashboards: de verzamelde data zijn gepubliceerd in twee interactieve PowerBI-dashboards (zie Figuur 2). Deze zijn beschikbaar gesteld aan de gemeente Den Haag en zijn momenteel niet openbaar toegankelijk. De dashboards laten alleen samengevoegde data zien, en geven geen informatie over individuele instellingen. In de dashboards kunnen selecties en filters aangebracht worden, waardoor ze een schat aan informatie bieden. De dashboards maken onderscheid in de verschillende typen instellingen en de genres. Daarnaast kan er geselecteerd worden op de periode waarop de instellingen ingetreden zijn in het cultuurplan.
4. Workshops: In februari organiseerde The Hague & Partners interactieve workshops naar aanleiding van de individuele rapporten die aan de culturele instellingen zijn verstrekt. Tijdens deze workshops is aandacht besteed aan het Culturele Doelgroepenmodel, het publieksbereik binnen de Haagse culturele sector en de manier waarop instellingen hun rapport het beste kunnen interpreteren. Daarnaast hebben zij handvatten gekregen om de inzichten uit hun rapport om te zetten in concrete acties—zoals het verbreden, versterken of behouden van hun publiek—die aansluiten bij de missie en visie van de instelling.

5. Zoals eerder genoemd is er in aanvulling van het Publieksonderzoek ook een onderzoek uitgevoerd naar de Haagse Nacht. Dit onderzoek geeft de gemeente aanvullende inzichten in de beleving van de Haagse nacht. Daarnaast ondersteunen we de drie deelnemende instellingen, die elk een eigen rapport hebben ontvangen, met waardevolle informatie over de meningen en wensen van hun bezoekers. Hopelijk kunnen deze instellingen de inzichten uit hun rapport benutten om hun toekomstige plannen nog beter af te stemmen op de wensen van hun publiek.

Figuur 2: Screenshot van een van de interactieve PowerBI-dashboards





# 3

## De Culturele Doelgroepen

Fotografie: Mees Trouwborst (IPAARD)

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 voldoening 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:

- Stroom
- Museumnacht
- Holland Dance Festival
- Another Kind of Blue
- Museum Bredius
- Panorama Mesdag
- Movies that Matter
- Nederlands Dans Theater
- Filmhuis Den Haag
- Korzo

## 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.



Fotografie: Vera Cornel

## Waar wonen ze?

11% 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, de Bomen- en Bloemenbuurt en het Geuzen- en Statenviertel.

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



Categorie: Intensief

# Kindrijke Cultuurvreters

Blakende jonge gezinnen die prat gaan op culturele uitjes.

## Wie zijn de Kindrijke Cultuurvreters?

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 Kinderrijke 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:

- Eenvijfvijf
- De Betovering
- Rabarber
- De Dutch Don't Dance Division
- Literatuurmuseum
- De Regentes
- Art-s-cool
- New European Ensemble
- Theater Dakota
- Bibliotheek Leidschenveen-Ypenburg

## 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?

7% 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, Wateringse Veld, Leidschenveen en Ypenburg.





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:

- Prinses Christina Concours
- Festival Dag in de Branding
- Classical Now
- Bibliotheek Nieuw Waldeck-Loosduinen
- Bach vereniging
- Opera2Day
- Ciconia Consort
- Matangi Kwartet
- Residentie Orkest
- Another Kind of Blue

## 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, 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:

- The Grey Space in the Middle
- Grauzone Festival
- NEST foundation
- Movies that Matter
- Museumnacht
- Project Space 1646
- PIP Den Haag
- OFFprojects
- Stroom

## 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?

13% van de inwoners van Den Haag behoort tot deze doelgroep, in de regio Haaglanden is dat 8%. Startende Cultuurspeurders wonen in Den Haag voornamelijk in het Centrum, Laakkwartier en Spoorwijk, Bezuidenhout, Stationsbuurt en Scheveningen.

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



Categorie: Medium

# Actieve Vermaakvangers

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

## Wie zijn de Actieve Vermaakvangers?

Zo halverwege de dertig kan het leven een hoop verplichtingen hebben. De Actieve Vermaakvanger heeft z'n handen vol aan werk, sociale verplichtingen, sport en vaak ook (jonge) kinderen. Per huishouden zijn er één of twee middeninkomens en ze hebben een middelbare tot hoge opleiding genoten. Omdat de dagen zo druk zijn, worden ze het liefst zo praktisch en makkelijk mogelijk ingericht. 'Fun' is hierbij het codewoord: deze groep is gek op bekende films, populaire bands en dj's, grote events in de stad (voetbal, vuurwerk of Eurovisie; ook leuk om over na te kunnen praten op werk of met vrienden) en ze zijn dol op een dagje naar een attractiepark of de dierentuin. Er is wat minder ruimte en behoefte om alle hippe trends in de gaten te houden of om culturele instellingen te bezoeken waar je wat meer voorkennis voor moet hebben. Deze groep woont redelijk ruim in een groene, rustige omgeving, eventueel met basisschool en speeltuinen op loopafstand maar in ieder geval met alle faciliteiten, sportverenigingen en vrienden in de buurt.

## Favoriete uitjes

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

- Bibliotheek Leidschenveen-Ypenburg
- Theater Dakota
- De Betovering
- Literatuurmuseum
- Grauzone Festival
- Dutch Don't Dance Division
- Beeld en Geluid
- De Regentes
- Theater de Vaillant
- Matangi Kwartet

## Vrijtijdsbesteding van Actieve Vermaakvangers

Als er kinderen zijn, besteden ze daar veel aandacht aan: huiswerk maken, tekenen of de dag bespreken. Het weekend zit vol met verjaardagen, sportwedstrijden en familiebezoeken. Er is bijna geen tijd om na te denken. De Actieve Vermaakvanger heeft graag een overzichtelijk schema. Ze gaan graag naar de bios, de bieb, de dierentuin of een uitstapje naar een attractiepark. Als de kermis langskomt, zijn de Actieve Vermaakvanger van de partij en hetzelfde geldt voor hun favoriete artiesten en grote festivals. Op vakantie blijven ze grotendeels in Europa op populaire bestemmingen, vakantieparken zijn ook geliefd. Voor de Actieve Vermaakvangers met kids staat er een auto voor de deur waar alle boodschappen, zwemspullen en vriendjes in passen. Het OV wordt niet zoveel gebruikt.



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, Leidschenveen, Kraayenstein en Vroondaal en Loosduinen.



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.

- OFFprojects
- HIIIT
- Bibliotheek Leidschenveen-Ypenburg

## 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, ronden 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.

## Favoriete uitjes

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

- Musicon
- Theater de Vaillant
- Theater Dakota
- Eenvijfvijf
- Laaktheater
- PIP Den Haag
- PAARD



## 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, Bouwlust en Vrederust, Ypenburg, Wateringse Veld en de Schildersbuurt.

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





Categorie: Licht

# Nieuwsgierige Toekomstgrijpers

Deze jongeren zijn stapje voor stapje het leven en de stad aan het uitvinden. Hard aan de studie, scrollend door de socials of de stad in met vrienden.

## Wie zijn de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers?

Deze jongeren zijn vernieuwend, actief en levenslustig (en soms ook een beetje tegendraads). Ze zijn bezig met een studiekeuze, zitten middenin de schoolboeken, zoeken naar of starten net met hun eerste 'echte' baan. Ze volgen een praktische of middelbare opleiding (of hebben die net afgerond). Door de studie of beginnersfunctie verdient deze groep weinig tot zeer weinig. Dus hoewel er aan nieuwsgierigheid en animo geen gebrek is, je kunt niet zomaar overall aan meedoen. Maar de wil is er zeker: eigenzinnigheid en avontuurlijkheid vinden ze belangrijk. Als een jazz- of moderne dansvoorstelling goedkoper zou zijn, zijn ze hierin evengoed geïnteresseerd als in de bioscoop, een hip streetartfestival of live acts van opkomende muzikanten en rappers. Ze wonen in kleine appartementen in opkomende wijken waar de afhaal om de hoek zit en de nachtwinkel open is als je last minute nog een drankje moet regelen. Het niet ingedutte van de wijk is precies waar de Nieuwsgierige Toekomstgrijper naar op zoek is.

## Favoriete uitjes

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

- The Grey Space in the Middle
- Project Space 1646
- NEST foundation
- Art-s-cool

## Vrijtijdsbesteding van Nieuwsgierige Toekomstgrijpers

Deze groep is geëngageerd en zoekt echt naar een plek in de wereld. Daarin zijn ze bewust in hun consumentengedrag en ze spreken met leeftijdgenoten 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.



Wijken waar de meeste **Nieuwsgierige Toekomstgrijpers** 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, Morgenstond, Moerwijk, Schildersbuurt en het Valkenboskwartier.



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:

- Art-s-cool
- Zuiderparktheater
- NEST foundation
- Laaktheater
- PIP Den Haag

## Vrijtijdsbesteding van Flanerende Plezierzoekers

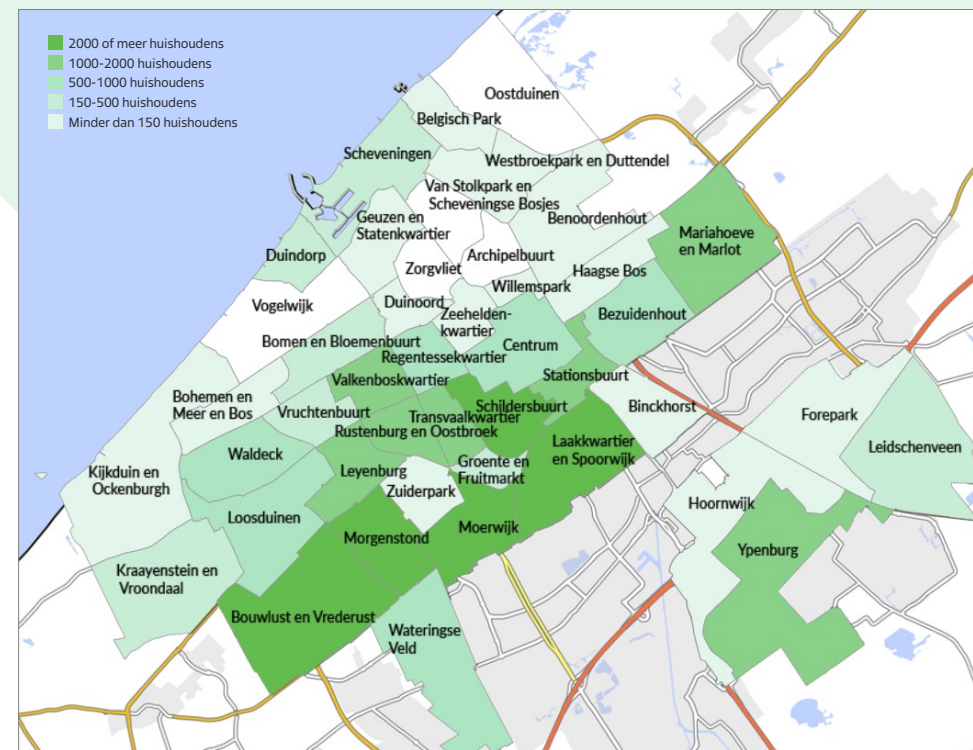
Er zijn in deze groep een hoop mensen die nog op zoek zijn naar werk of een uitkering hebben. Dat is niet altijd makkelijk. Met een praktische of middelbare opleiding hebben ze vaak een uitvoerend beroep. Eventuele kinderen zitten nog op de basisschool, dus als er kinderen zijn, gaat daar veel aandacht 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?

13% 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, Moerwijk, Bouwlust en Vrederust en Morgenstond.

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



Categorie: Licht

# Sociale Cultuurhoppers

Zijn de relaxte langslopers (45-60 jaar), die hier en daar een kijkje, hapje of drankje nemen.

## Wie zijn de Sociale Cultuurhoppers?

De boel de boel laten en wel zien waar het schip strandt. De Sociale Cultuurhopper is gesteld op een ontspannen lentje. Ze gaan richting de middelbare leeftijd, de helft heeft kinderen (die vaak al groot genoeg zijn om zich zelfstandig te vermaken) de andere helft is kinderloos. Na de vaste lasten blijft geen ruim budget over, maar deze groep is niet zo statusgericht of materieel ingesteld. En veel druk leggen op de vrijetijdbesteding, dat vindt de Sociale Cultuurhopper niet nodig. Allerlei ingewikkelde ideeën waar je de planning voor moet afstemmen en een hoop moet voorbereiden; deze groep houdt het liever relaxt. Waarom vandaag beslissen wat je volgende week gaat doen? Dat betekent niet dat deze groep nooit iets leuks wil meemaken of thuis zit te niksen. Op zijn tijd maken ze er een feestje van, gaan ze de stad in of bezoeken ze de bios. En als ze een leuke, laagdrempelige activiteit tegen het lijf lopen (bijvoorbeeld als ze de klanken horen van een buurtfeest of een gratis festival in het park verderop) maken ze er absoluut een gezellige dag van. Het draait allemaal om de beleving, sfeer, lekker eten en drinken.

## Favoriete uitjes

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

- Art-s-cool
- Project Space 1646
- Theater de Vaillant
- Laaktheater
- Zuiderparktheater
- Musicon

- Matangi Kwartet
- HIIIT
- PIP Den Haag
- Podium NOORD

## Vrijetijdsbesteding 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 10%. Sociale Cultuurhoppers wonen in Den Haag voornamelijk in Laakkwartier en Spoorwijk, Schildersbuurt, Centrum, Valkenboskwartier en Ypenburg.



Categorie: Licht

# Lokale Vrijtijdsgenieters

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

## Wie zijn de Lokale Vrijtijdsgenieters?

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
- Prinses Christina Concours
- Ciconia Consort
- Project Space 1646
- Bibliotheek Leidschenveen-Ypenburg

## 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.

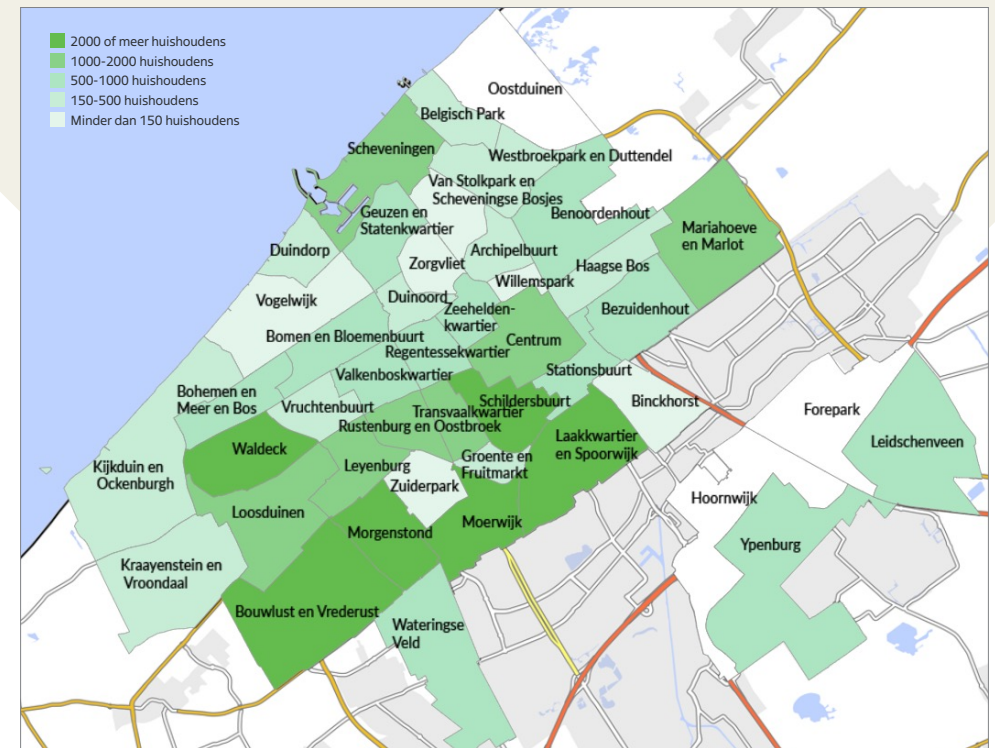


Fotografie: Vera Cornel

## 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, Laakkwartier en Spoorwijk, Schildersbuurt, Waldeck en Moerwijk.

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





## Het publiek van de culturele instellingen

**In dit hoofdstuk onderzoeken we wie de bezoekers van de Haagse culturele instellingen zijn en tot welke Culturele Doelgroepen zij behoren. We beginnen met een algemeen overzicht van de Haagse culturele instellingen en zoomen vervolgens in op de verschillende sectoren om een beter beeld te krijgen van het publiek binnen elke sector.**

In dit hoofdstuk maken we gebruik van zowel percentages als indexen om de samenstelling van doelgroepen te analyseren. Percentages geven aan welk deel een bepaalde doelgroep uitmaakt van de Haagse bevolking of het culturele publiek. Indexen laten zien in hoeverre een doelgroep over- of ondervertegenwoordigd is onder de bezoekers.

Een index van ongeveer 100 betekent dat een groep normaal vertegenwoordigd is, oftewel: het aandeel bezoekers uit deze groep is even groot als hun aandeel in de stad. Een index boven de 120 wijst op een oververtegenwoordiging binnen het culturele publiek, terwijl een index onder de 80 duidt op een ondervertegenwoordiging.

### 4.1 Algeheel beeld van het Haagse cultuurpubliek

Ten eerste kijken we naar de aanwezigheid van de verschillende hoofdgroepen in de huishoudens van Den Haag. 36% van de huishoudens in Den Haag behoort tot de hoofdgroep Intensief (Culturele Alleseters, Kindrijke Cultuurvreter, Weelderige Cultuurminnaars en Klassieke Cultuurliefhebbers). 20% van de Haagse huishoudens valt in de hoofdgroep Medium (Actieve Vermaakvangers, Proevende Buitenwijkers en Nieuwsgierige Toekomstgrijpers). Het grootste gedeelte van de Haagse huishoudens, namelijk 44%, valt in de hoofdgroep Licht (Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers en Lokale Vrijtijdsgenieters).

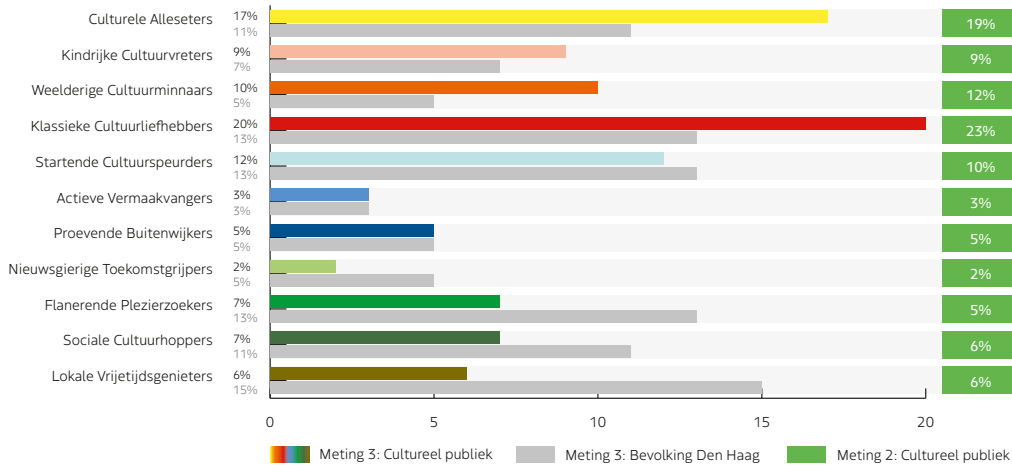
Vervolgens kijken we naar de aanwezigheid van de verschillende hoofdgroepen onder de bezoekers van de culturele instellingen in Den Haag. De hoofdgroep Intensief maakt samen 56% uit van de bezoekers van de culturele instellingen in Den Haag. De hoofdgroep Medium (die uit een doelgroep minder bestaat dan de overige hoofdgroepen) beslaat 20% van het Haagse cultuurpubliek. De hoofdgroep Licht heeft een net iets groter aandeel, namelijk van 22%.

Net zoals bij de eerste en tweede meting zien we, conform de verwachtingen, een oververtegenwoordiging van de doelgroepen uit de hoofdgroep Intensief (index 160), een normale vertegenwoordiging van de doelgroepen die behoren tot hoofdgroep Medium (102) en een ondervertegenwoordiging van doelgroepen die behoren tot de hoofdgroep Licht (51).

Figuur 3: Aandeel in Haagse huishoudens vs. aandeel in Haagse cultuurpubliek

Hoofdgroep	Aandeel in huishoudens (%)	Aandeel in cultureel publiek (%)	Index
Intensief	36%	56%	160
Medium	20%	20%	102
Licht	44%	22%	51

Figuur 4: Procentuele verdeling van de Culturele Doelgroepen over het Haagse cultuurpubliek en over de Haagse huishoudens

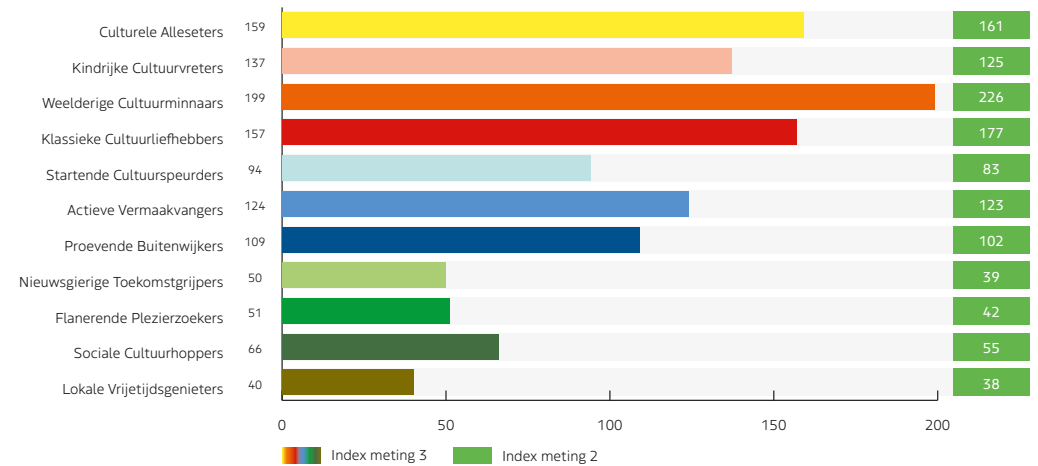


Nu volgt een nadere analyse van de specifieke Culturele Doelgroepen. De Weelderige Cultuurminnaars zijn het meest oververtegenwoordigd, zoals blijkt uit hun index van 199. Zij maken 5% uit van de Haagse bevolking, maar 10% van het publiek van alle Haagse culturele instellingen. Maar ook bij de overige Culturele Doelgroepen uit de hoofdgroep Intensief is er sprake van een oververtegenwoordiging, aangezien alle indexen boven de 120 liggen. Zo maken de Klassieke Cultuurliefhebbers (index 157) 13% uit van de Haagse huishoudens, en 20% van het Haagse cultuurpubliek. De Klassieke Cultuurliefhebbers vormen de Culturele Doelgroep met het grootste procentuele aandeel in het Haagse cultuurpubliek. Op de tweede plek qua aandeel in het cultuurpubliek komen de Culturele Alleseters (index 159): zij maken 11% uit van de Haagse huishoudens, terwijl ze maar liefst 17% van het bezoek aan de Haagse culturele instellingen vormen. De groep met het kleinste aandeel in het cultuurpubliek van de hoofdgroep Intensief zijn de Kindrijke Cultuurvreters. Overigens zijn zij ook het minst oververtegenwoordigd (index 137) in vergelijking met de andere drie doelgroepen uit deze hoofdgroep. De Kindrijke Cultuurvreters beslaan namelijk 7% van de Haagse huishoudens, en 9% van het culturele publiek.

De Culturele Doelgroepen binnen de hoofdgroep Medium zijn relatief normaal vertegenwoordigd. De Startende Cultuurspeurders (index 94), die binnen deze hoofdgroep de grootste doelgroep vormen, maken 13% van de Haagse huishoudens uit en hebben met 12% een vergelijkbaar aandeel in het cultuurpubliek. Ook de Proevende Buitenwijkers (index 109) zijn normaal verdeeld: hun aandeel binnen de Haagse huishoudens komt ongeveer overeen met hun aandeel in het Haagse cultuurpubliek. Hoewel de afgeronde percentages van het aandeel van de Actieve Vermaakvangers in het cultureel publiek en in de Haagse huishoudens in Figuur 4 overeenkomen, zijn zij licht oververtegenwoordigd (index 124). Dit komt doordat hun exacte, niet-afgeronde aandeel in het culturele publiek hoger is dan hun aandeel in de bevolking.

Binnen de hoofdgroep Licht is een duidelijk patroon zichtbaar: alle Culturele Doelgroepen binnen deze groep zijn ondervertegenwoordigd in het Haagse cultuurpubliek ten opzichte van hun aandeel in de Haagse huishoudens. Dit is vooral zichtbaar bij de Lokale Vrijtijdsgenieters (index 40), de grootste doelgroep in de Haagse huishoudens binnen deze hoofdgroep. Zij vormen 15% van de Haagse huishoudens, maar maken slechts 6% van het cultuurpubliek uit. De Nieuwsgierige Toekomstrijpers (index 50) hebben eveneens een beperkt bereik: zij vormen 5% van de huishoudens, maar slechts 2% van het cultuurpubliek. Ook de Flanerende Plezierzoekers (index 51) zijn duidelijk minder vertegenwoordigd. Hoewel zij 13% van de Haagse huishoudens uitmaken, beslaan zij slechts 7% van het cultuurpubliek. Relatief gezien hebben de Sociale Cultuurhoppers (index 66) nog de sterkste vertegenwoordiging binnen deze hoofdgroep: zij vormen 11% van de huishoudens en 7% van het cultuurpubliek.

Figuur 5: Index bereik van Culturele Doelgroepen



Nu wordt er ingegaan op de veranderingen ten opzichte van de vorige meting. De indexen van de Weelderige Cultuurminnaars en Klassieke Cultuurliefhebbers zijn aanzienlijk gedaald, die van de Culturele Alleseters laat een lichte daling zien. Daarentegen is de index van de Kindrijke Cultuurvreters gestegen, net als die van de Startende Cultuurspeurders, Proevende Buitenwijkers, Nieuwsgierige Toekomstrijpers, Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers. Ook de Actieve Vermaakvangers en Lokale Vrijtijdsgenieters laten een toename zien, al is deze stijging minder sterk dan bij de andere groepen.

Uit dit hoofdstuk blijkt, net als bij de voorgaande metingen, dat niet alle Culturele Doelgroepen in gelijke mate gebruikmaken van de culturele voorzieningen. Toch is er een positieve ontwikkeling zichtbaar ten opzichte van de vorige meting. De hierboven beschreven veranderingen ten opzichte van de vorige meting leiden ertoe dat de index van de cultuurgebruikers in de hoofdgroep Intensief daalt (van 168 naar 160), terwijl de indexen van de hoofdgroepen Medium (van 93 naar 102) en Licht (van 44 naar 51) juist stijgen. Daarnaast neemt het aandeel van de hoofdgroep Intensief in het cultureel publiek af (van 63% naar 56%), terwijl de aandelen van de hoofdgroepen Medium (van 18% naar 20%) en Licht (van 19% naar 22%) toenemen. Deze verschuivingen duiden op een betere spreiding van de doelgroepen binnen het Haagse cultuurpubliek, waardoor de verdeling iets meer in lijn komt met die van de Haagse huishoudens.

## 4.2 Cultuurpubliek per sector

De deelnemende instellingen zijn onderverdeeld in de volgende sectoren:

1. Musea en beeldende kunst
2. Programmerende instellingen (theaters en podia)
3. Producerende instellingen (gezelschappen)
4. Festivals
5. Cultuureducatie
6. Cultuurankers

Veel cultuurankers vervullen een dubbele rol en vallen daarom in twee categorieën, bijvoorbeeld zowel in de categorie theater als in de categorie cultuuranker. De Haagse bibliotheken zijn enkel als cultuuranker gecategoriseerd.

### 4.2.1 Musea en beeldende kunst

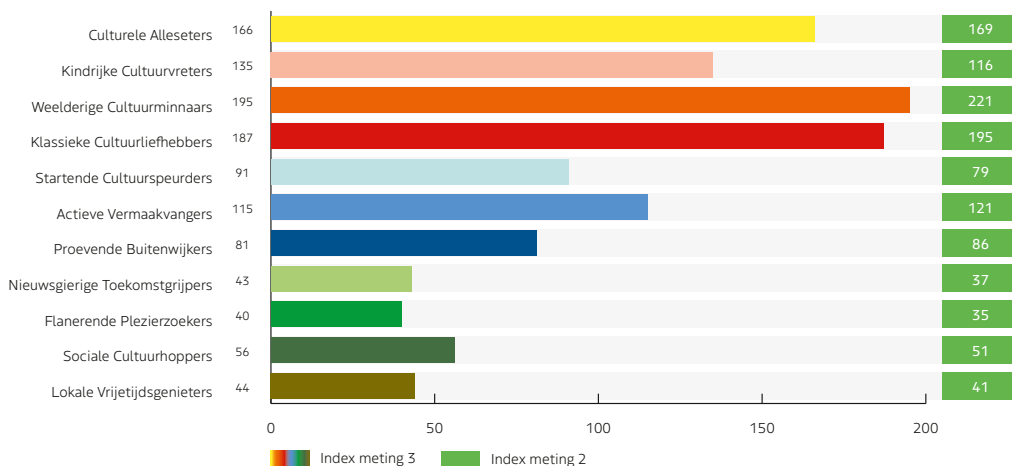
De Haagse musea worden het meeste bezocht door Klassieke Cultuurliefhebbers (24%), Culturele Alleseters (18%) en Startende Cultuurspeurders (11%). Alle doelgroepen uit de hoofdgroep Intensief laten een sterke oververtegenwoordiging zien ten opzichte van hun aandeel in de stad. Vooral de Weelderige Cultuurminnaars (index 195) en de Klassieke Cultuurliefhebbers (index 187) hebben hoge indexen, alhoewel deze wel allebei zijn gedaald ten opzichte van de vorige meting. De doelgroepen uit de hoofdgroep Medium komen ongeveer even vaak terug in het publiek van de Haagse musea als hun aandeel in de stad. De Actieve Vermaakvangers zijn daarbij het beste vertegenwoordigd (index 115), en de Startende Cultuurspeurders maken een mooie stijging ten opzichte van de vorige meting (index stijgt van 79 naar 91). Voor de doelgroepen waarvoor cultuurparticipatie minder vanzelfsprekend is (Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers en Lokale Vrijtijdsgenieters), zien we een ondervertegenwoordiging in het publiek van de Haagse musea.

Voor de sector musea zijn er dus geen opvallende zaken ten opzichte van het te verwachten bereik: alle Culturele Doelgroepen uit de hoofdgroep Intensief zijn oververtegenwoordigd, doelgroepen uit Medium zijn normaal vertegenwoordigd en doelgroepen uit Licht zijn ondervertegenwoordigd bij de musea.

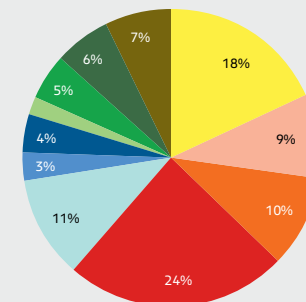
#### Kansen voor de museale sector:

- Actieve Vermaakvangers hebben de potentie om door te groeien van een gemiddeld bereik (index 115) naar een hoger bereik, zeker gezien hun index in de totale Haagse cultuursector (die hoger is) en ook aangezien sommige musea deze doelgroep nu al bovengemiddeld goed weten te bereiken.
- Startende Cultuurspeurders zijn gemiddeld vertegenwoordigd binnen het museumpubliek (index 91) en vallen daardoor niet direct op. Toch weten musea deze doelgroep, op één sector na, beter te bereiken dan alle andere sectoren en is het van belang om de aanwezigheid van deze groep in het cultuurpubliek te versterken. Aangezien de Startende Cultuurspeurders een relatief groot deel van de Haagse huishoudens vormen en zij in de toekomst kunnen doorgroeien tot Culturele Alleseters of Kindrijke Cultuurvreters, is deze doelgroep interessant voor musea.
- Ook bij de Proevende Buitenwijkers en de Kindrijke Cultuurvreters zijn nog groeimogelijkheden voor de museale sector. Van alle sectoren weten musea deze doelgroepen namelijk het minst goed te bereiken, wat kansen biedt voor verdere ontwikkeling.
- Musea weten de Culturele Alleseters en Klassieke Cultuurliefhebbers het beste te bereiken van alle sectoren. Kennisdeling over interessant aanbod of over aantrekkelijke communicatiestijlen kan een impuls en inspiratie zijn voor andere culturele instellingen die deze doelgroepen meer willen bereiken.

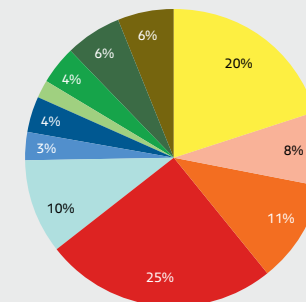
Figuur 6: Index bezoekers musea



Figuur 7a: Meting 3: Samenstelling publiek musea



Figuur 7b: Meting 2: Samenstelling publiek musea



Fotografie: Bart Grietens (155)

### 4.2.2 Programmerende instellingen

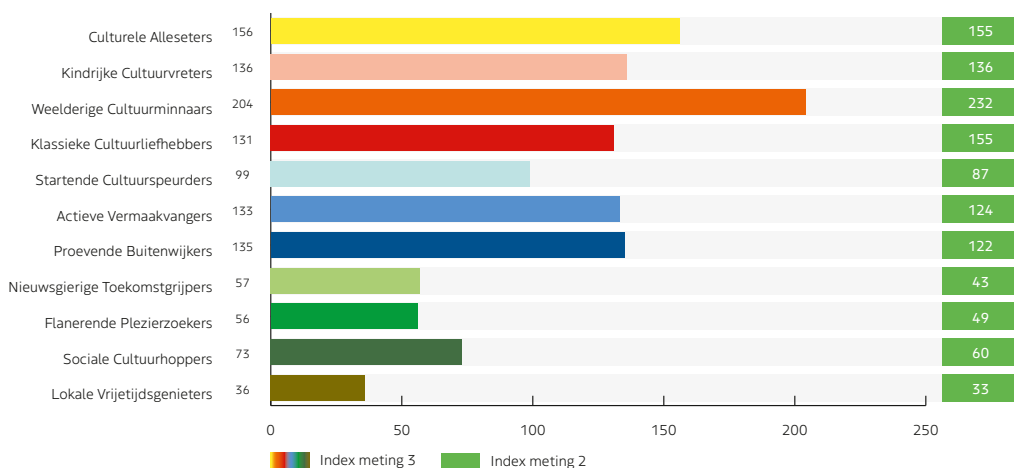
De programmerende instellingen worden vooral goed bezocht door Culturele Alleseters (17%), Klassieke Cultuurliefhebbers (17%) en Startende Cultuurspeurders (12%). Er is sprake van een oververtegenwoordiging van alle Culturele Doelgroepen uit hoofdgroep Intensief, maar opvallend is dat ook de Actieve Vermaakvangers (index 133) en de Proevende Buitenwijkers (index 135) meer voorkomen onder het publiek van programmerende instellingen dan dat zij voorkomen in Haagse huishoudens. De Startende Cultuurspeurders zijn normaal vertegenwoordigd en komen ongeveer evenveel voor onder het publiek van de programmerende instellingen als dat zij aanwezig zijn in de stad. Alhoewel alle Culturele Doelgroepen uit de hoofdgroep Licht ondervertegenwoordigd zijn in het publiek van de Haagse programmerende instellingen, vallen de Sociale Cultuurhoppers op met slechts een lichte ondervertegenwoordiging (index 73).

Kortom: programmerende instellingen laten op twee doelgroepen (de Actieve Vermaakvangers en de Proevende Buitenwijkers) een ander - namelijk hoger - bereik zien dan verwacht.

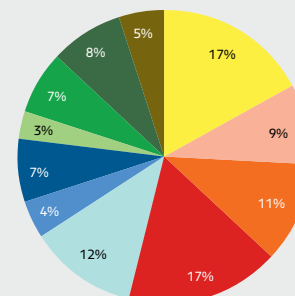
#### Kansen voor programmerende instellingen:

- Alhoewel programmerende instellingen de Startende Cultuurspeurders al het beste weten te bereiken van alle sectoren (index 99) is er nog ruimte om meer Startende Cultuurspeurders te trekken. Dit is ook interessant omdat het een aanzienlijk aandeel van de Haagse huishoudens betreft. Ook kunnen programmerende instellingen kennis delen met andere sectoren die meer moeite hebben om de Startende Cultuurspeurders te bereiken.
- Alhoewel de programmerende instellingen de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers en Sociale Cultuurhoppers al relatief goed weten te bereiken (als beste, op de sector cultuureducatie na), valt er nog winst te behalen. Er is groeipotentie, juist omdat sommige programmerende instellingen deze doelgroepen behorend tot hoofdgroep Licht al beter dan de overige sectoren weten te bereiken.
- Ook bij de Lokale Vrijtijdsgenieters (index 36) is nog lichte groeipotentie, ook gezien de index van deze doelgroep binnen de totale Haagse cultuursector (40).
- De intensieve cultuurgebruikers worden goed bereikt, maar er is nog ruimte voor groei bij de Klassieke Cultuurliefhebbers (index 131). De andere deelssectoren tonen aan dat er nog veel hogere indexen mogelijk zijn (voornamelijk musea en producerende instellingen).

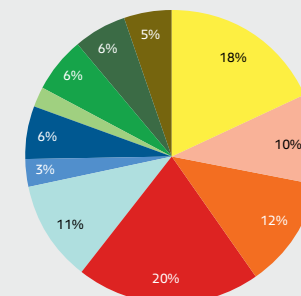
Figuur 8: Index bezoekers programmerende instellingen



Figuur 9a: Meting 3: Samenstelling publiek programmerende instellingen



Figuur 9b: Meting 2: Samenstelling publiek programmerende instellingen



Fotografie: Marijn Beekman (Bibliotheek Leidscheven-ypenburg)



### 4.2.3 Producerende instellingen

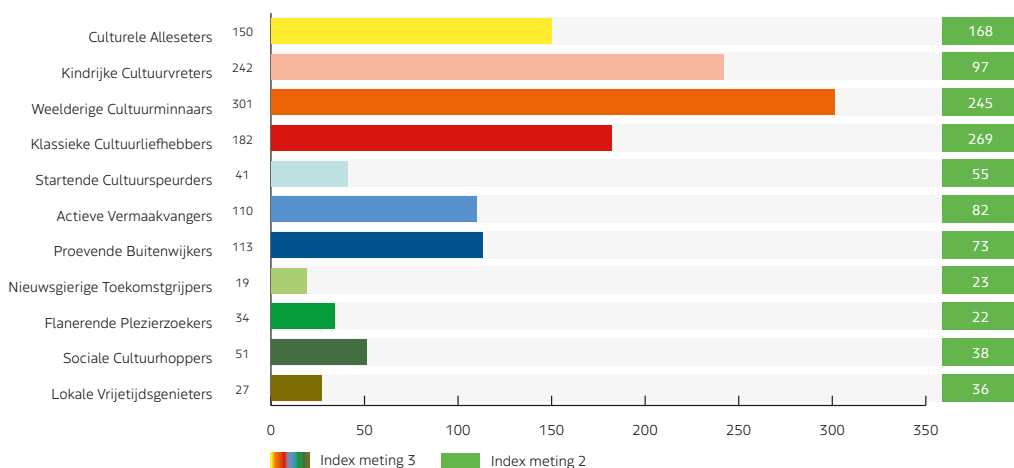
De Haagse producerende instellingen worden vooral veel bezocht door de Klassieke Cultuurliefhebbers (23%), maar ook door de Culturele Alleseters, Kindrijke Cultuurvreter en Weelderige Cultuurminnaars (allemaal 16%). Al deze doelgroepen, die behoren tot hoofdgroep Intensief, zijn oververtegenwoordigd onder het publiek van producerende instellingen. Vooral de Weelderige Cultuurminnaars (301) en de Kindrijke Cultuurvreter (242) komen veel meer voor onder het publiek dan zij aanwezig zijn in de stad. Er is een opvallende stijging van de index van Kindrijke Cultuurvreter (van 97 naar 242) ten opzichte van de vorige meting. Deze stijging lijkt veroorzaakt te zijn door de deelname van twee instellingen (die beiden niet deelnamen aan de vorige meting) die deze groep erg goed weten te bereiken. De producerende instellingen bereiken de Actieve Vermaakvangers (index 110) en Proevende Buitenwijkers (index 113) redelijk goed, vooral in vergelijking met de vorige meting. Daarentegen valt wel op dat de Startende Cultuurspeurders (index 41), die die behoren tot doelgroep Medium, sterk ondervertegenwoordigd zijn. De meeste producerende instellingen weten deze doelgroep nog niet goed te bereiken. De Culturele Doelgroepen uit de hoofdgroep Licht zijn allemaal ondervertegenwoordigd onder het publiek van de producerende instellingen, vooral de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers. Producerende instellingen lijken de jongere doelgroepen nog wat minder te bereiken.

Kortom: producerende instellingen bereiken de meeste doelgroepen zoals verwacht, behalve de Startende Cultuurspeurders, die zijn namelijk ondervertegenwoordigd.

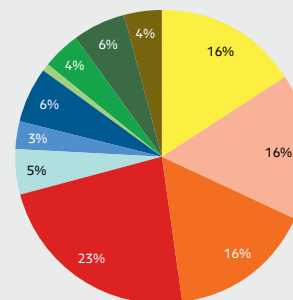
#### Kansen voor de producerende instellingen:

- Zowel de Startende Cultuurspeurders als de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers zijn zwaar ondervertegenwoordigd onder het publiek van de producerende instellingen. Alle andere sectoren weten deze twee groepen beter te bedienen. Mogelijk zou cross sectoraal samenwerken een kans kunnen zijn voor de producerende instellingen om deze jongere doelgroepen beter te bereiken.
- Ook valt op dat de overige Culturele Doelgroepen die in hoofdgroep Licht vallen het minste vertegenwoordigd zijn onder het publiek van de producerende instellingen. De producerende instellingen scoren lagere indexen voor deze culturele doelgroepen dan alle andere sectoren. Mogelijk kunnen ze inspiratie ophalen bij andere sectoren om deze doelgroepen beter te bereiken.
- De producerende instellingen weten de Weelderige Cultuurminnaars (index 301) veruit het beste te bereiken van alle sectoren. De kennis over en werkwijze van de producerende instellingen kunnen als inspiratie dienen voor andere instellingen die de Weelderige Cultuurminnaars minder goed weten te bereiken.

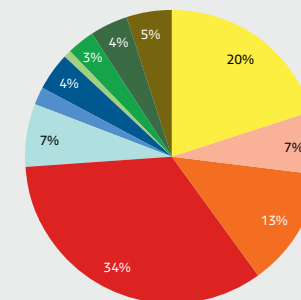
Figuur 10: Index bezoekers producerende instellingen



Figuur 11a: Meting 3: Samenstelling publiek producerende instellingen



Figuur 11b: Meting 2: Samenstelling publiek producerende instellingen



Fotografie: Mennovan der Meer (De Dutch Don't Dance Division)

### 4.2.4 Festivals

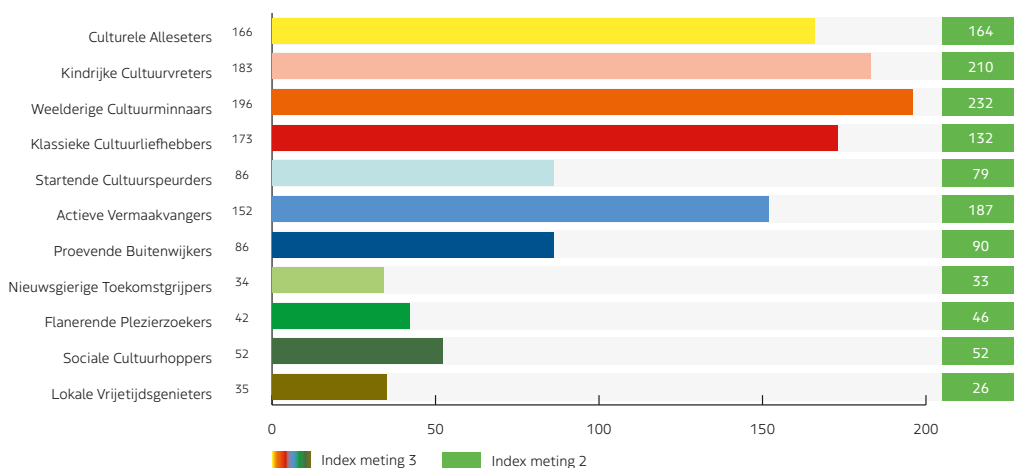
Haagse festivals worden vooral veel bezocht door Klassieke Cultuurliefhebbers (22%), Culturele Alleseters (18%) en Kindrijke Cultuurvreters (12%). De Weelderige Cultuurminnaars (index 196) zijn het beste vertegenwoordigd, maar ook de andere doelgroepen binnen hoofdgroep Intensief zijn oververtegenwoordigd. Wel valt op dat de index van zowel de Kindrijke Cultuurvreters als van de Weelderige Cultuurminnaars aanzienlijk is gedaald. Die van de Klassieke Cultuurliefhebbers is juist aanzienlijk gestegen. Net als bij de vorige meting worden de Actieve Vermaakvangers (index 152) opvallend goed bereikt door de festivalsector in Den Haag, al is de index nu wel iets lager. De overige Culturele Doelgroepen van hoofdgroep Medium worden normaal vertegenwoordigd en daar zijn weinig veranderingen. De Culturele Doelgroepen uit hoofdgroep Licht zijn, net als bij de vorige meting, veel minder te vinden onder het publiek van festivals dan dat zij aanwezig zijn in de stad.

Kortom: de Haagse festivals bereiken de Culturele Doelgroepen grotendeels zoals verwacht, alleen zijn de Actieve Vermaakvangers oververtegenwoordigd (terwijl normale vertegenwoordiging wordt verwacht).

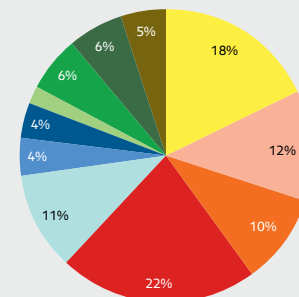
#### Kansen voor festivals:

- De Proevende Buitenwijkers zijn minder vertegenwoordigd in het publiek van festivals in vergelijking met hun aanwezigheid in het cultuurpubliek van de gehele Haagse cultuursector. Dat laat zien dat er nog ruimte is voor groei.
- Vooral Nieuwsgierige Toekomstgrijpers maar ook de Startende Cultuurspeurders zijn ondervertegenwoordigd onder het publiek van festivals in vergelijking met de overige sectoren en het algehele Haagse cultuurpubliek. Net als de producerende instellingen zouden festivals wellicht inspiratie op kunnen halen bij andere sectoren die deze jonge groepen beter weten te bereiken (bijvoorbeeld programmerende instellingen).
- De Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers en Lokale Vrijtijdsgenieters zijn sowieso al sterk ondervertegenwoordigd in het algehele Haagse cultuurpubliek, maar bij de sector festivals is dat nog sterker dan bij de meeste andere sectoren. Er is dus zeker nog groepotentie voor deze Culturele Doelgroepen uit de hoofdgroep Licht bij festivals.

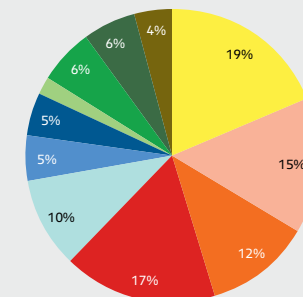
Figuur 12: Index bezoekers festivals



Figuur 13a: Meting 3: Samenstelling publiek festivals



Figuur 13b: Meting 2: Samenstelling publiek festivals



Fotografie: Raymond van Mil (PIP Den Haag)

### 4.2.5 Cultuurankers

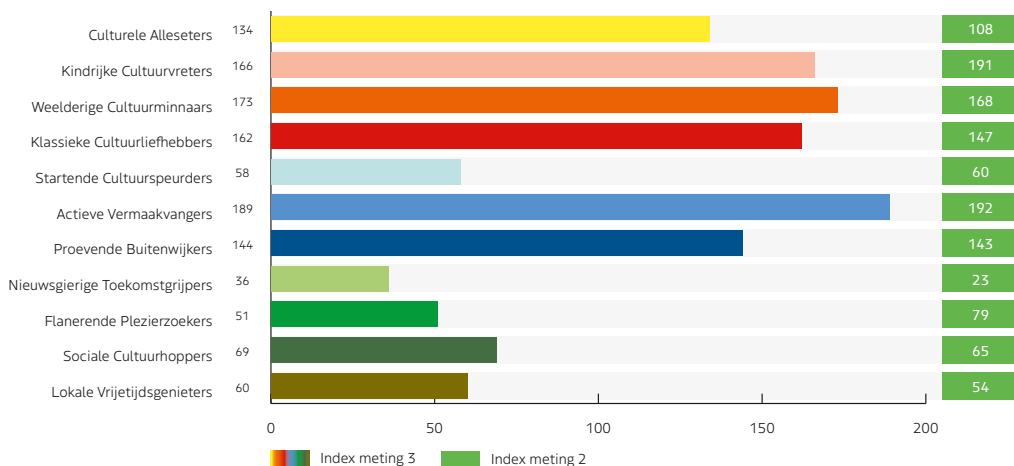
De Cultuurankers worden in absolute zin het meest bezocht door de Klassieke Cultuurliefhebbers (21%), de Culturele Alleseters (15%) en de Kindrijke Cultuurvreter (11%). Alle culturele doelgroepen uit de hoofdgroep Intensief zijn oververtegenwoordigd onder het publiek van de Cultuurankers. Binnen de hoofdcategorie Medium zien we opvallende dingen: zowel de Actieve Vermaakvangers (index 189) als de Proevende Buitenwijkers kennen een stevige oververtegenwoordiging (index 144). Dat betekent dat de Cultuurankers hen bovengemiddeld weten te bereiken. De Startende Cultuurspeurders, ook onderdeel van de hoofdgroep Medium, zijn daarentegen juist flink ondervertegenwoordigd. Alle Culturele Doelgroepen binnen de hoofdgroep Licht zijn ondervertegenwoordigd onder het publiek van de Cultuurankers. Daarbij valt op dat de index van de Flanerende Plezierzoekers (index 51) aanzienlijk is gedaald t.o.v. de vorige meting (index 79). De indexen van de overige Culturele Doelgroepen die behoren tot de hoofdgroep Licht zijn wel gestegen ten opzichte van de vorige meting.

Kortom: de Cultuurankers bereiken acht van de elf Culturele Doelgroepen zoals verwacht, maar hebben een oververtegenwoordiging van de Actieve Vermaakvangers en de Proevende Buitenwijkers terwijl de Startende Cultuurspeurders juist zijn ondervertegenwoordigd.

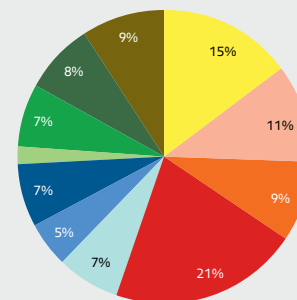
#### Kansen voor de Cultuurankers:

- De Cultuurankers bereiken de Sociale Cultuurhoppers en de Lokale Vrijtijdsgenieters relatief goed in vergelijking met de andere sectoren. Dat blijkt uit het feit dat de indexen voor deze groepen onder het publiek van de Cultuurankers hoger ligt dan de index van deze groepen in het totale Haagse cultuurpubliek. Toch is er nog ruimte voor groei: enerzijds om andere sectoren hierover te inspireren en in te lichten, anderzijds om deze groepen nóg meer te bereiken en te zorgen dat zij evenveel onder het publiek van de Cultuurankers voorkomen als dat zij in de Haagse huishoudens voorkomen.
- Binnen de hoofdgroep Licht weten de Cultuurankers de groep Nieuwsgierige Toekomstgrijpers (index 36) wat minder te bereiken. Daar ligt nog ruimte voor groei, zeker gezien de index van deze groep in het totale Haagse cultuurpubliek (index 50).
- Ook bij een andere jonge doelgroep, namelijk de Startende Cultuurspeurders, bestaan nog kansen voor de Cultuurankers. Deze groep is in het algehele Haagse cultuurpubliek normaal vertegenwoordigd (index 94), maar onder de Cultuurankers ondervertegenwoordigd (index 58).

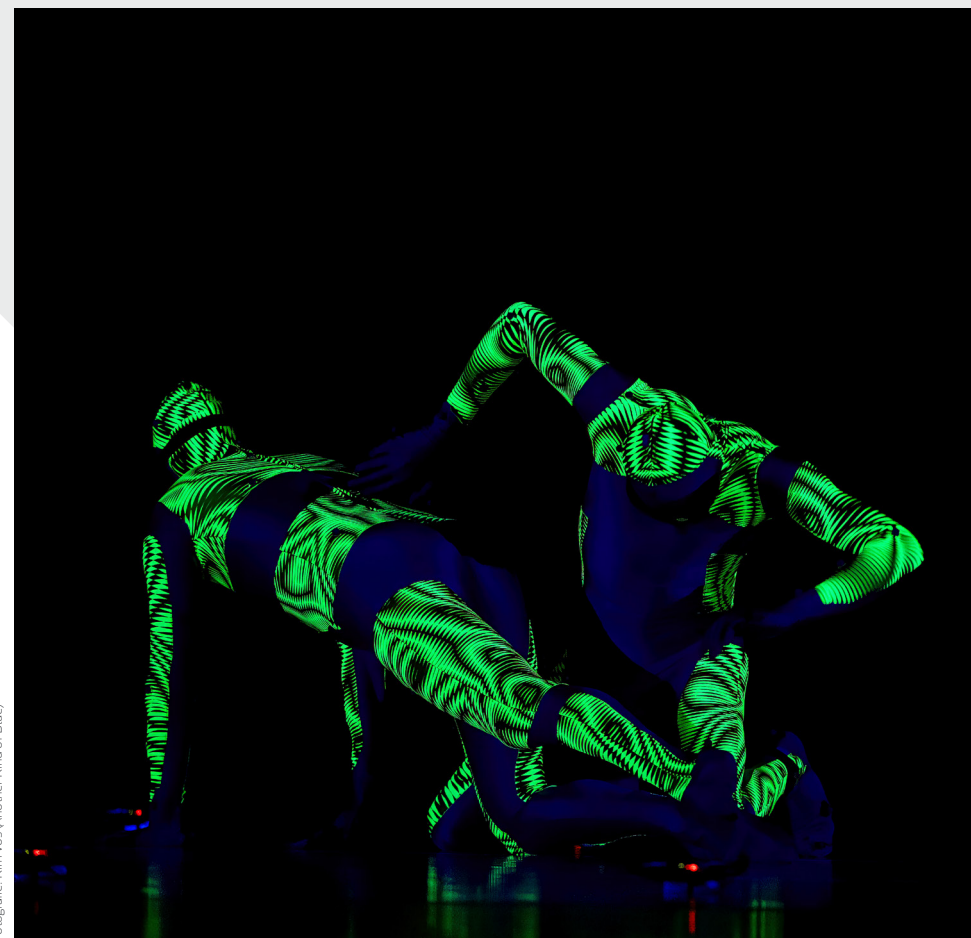
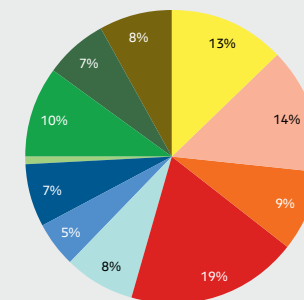
Figuur 14: Index bezoekers Cultuurankers



Figuur 15a: Meting 3: Samenstelling publiek Cultuurankers



Figuur 15b: Meting 2: Samenstelling publiek Cultuurankers



Fotografie: Kim Vos (Another Kind of Blue)

### 4.2.6 Cultuureducatie

Cultuureducatie is een sector die bij deze meting van het Publieksonderzoek Cultuursector nieuw is toegevoegd. Daardoor is er geen vergelijking mogelijk met de vorige meting. Ter volledigheid is de analyse van de sector cultuureducatie opgenomen in dit rapport. Echter moet er een kanttekening bij geplaatst worden dat de resultaten van deze sector gebaseerd zijn op slechts twee instellingen. Uit de individuele analyses blijkt daarnaast dat zij onderling veel verschil hebben in hun bezoekersprofiel.

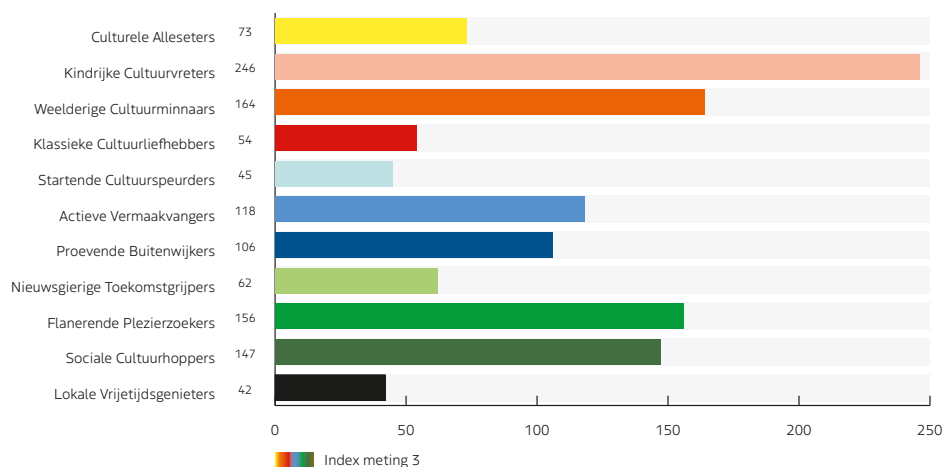
Onder het publiek van de cultuureducatie instellingen komen in absolute zin de Flanerende Plezierzoekers (21%), de Sociale Cultuurhoppers (17%) en de Kindrijke Cultuurvreters (16%) het meeste voor. Opvallend is dat deze sector als enige een ondervertegenwoordiging kent van twee Culturele Doelgroepen die bij de hoofdgroep Intensief horen, namelijk Culturele Alleseters (index 73) en Klassieke Cultuur liefhebbers (54). De overige twee doelgroepen die onder hoofdgroep Intensief vallen, de Kindrijke Cultuurvreters en de Weelderige Cultuurminnaars, kennen wel een oververtegenwoordiging. Bij de hoofdgroep Medium zijn de Actieve Vermaakvangers en de Proevende Buitenwijkers normaal vertegenwoordigd, terwijl de Startende Cultuurspeurders zijn ondervertegenwoordigd. Er zijn nog meer resultaten die opvallen in vergelijking met de overige sectoren: als enige sector kennen de cultuureducatie instellingen een oververtegenwoordiging van de Flanerende Plezierzoekers (index 156) en de Sociale Cultuurhoppers (index 147) die beide behoren tot hoofdgroep Licht. De overige Culturele Doelgroepen die onder de hoofdgroep Licht vallen zijn ondervertegenwoordigd en komen onder het publiek van de cultuureducatie instellingen minder voor dan onder de Haagse huishoudens.

Kortom: de cultuureducatie instellingen bereiken zes van de elf Culturele Doelgroepen zoals verwacht, maar hebben een ondervertegenwoordiging van de Culturele Alleseters, de Klassieke Cultuur liefhebbers en de Startende Cultuurspeurders terwijl de Flanerende Plezierzoekers en de Sociale Cultuurhoppers juist zijn oververtegenwoordigd. De afwijkende resultaten zijn waarschijnlijk het gevolg van het feit dat deze sector slechts twee instellingen omvat, die bovendien sterk van elkaar verschillen in termen van publieksbereik.

#### Kansen voor sector cultuureducatie:

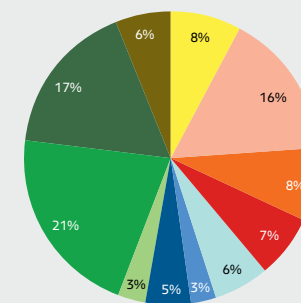
- De cultuureducatie instellingen bereiken de Culturele Alleseters, de Startende Cultuurspeurders en de Klassieke Cultuur liefhebbers veel minder dan de andere sectoren. Daar ligt dus, zeker gezien de index van deze groepen in het totale Haagse cultuurpubliek, nog een kans. Echter is het feit dat deze groepen minder voorkomen onder het publiek van cultuureducatie instellingen mogelijk ook logisch gezien de demografische kenmerken van deze groepen (nog) geen kinderen of geen thuiswonende kinderen meer).

Figuur 16: Index bezoekers cultuureducatie



- De cultuureducatie instellingen hebben als enige een oververtegenwoordiging bij twee doelgroepen onder hoofdgroep Licht, namelijk bij de Flanerende Plezierzoekers en de Sociale Cultuurhoppers. Daarnaast bereiken ze de Kindrijke Cultuurvreters het allerbeste van alle sectoren. De kennis over en werkwijze van de cultuureducatie instellingen kunnen als inspiratie dienen voor andere sectoren die deze groepen minder goed weten te bereiken.
- Er is voor de cultuureducatie instellingen, gezien de index van deze groepen in het totale Haagse cultuurpubliek, nog ruimte voor groei binnen het bereik van de Weelderige Cultuurminnaars, de Actieve Vermaakvangers en de Proevende Buitenwijkers. De andere deelssectoren tonen aan dat er nog veel hogere indexen mogelijk zijn.

Figuur 17: Meting 3: Samenstelling publiek Cultuureducatie



Fotografie: Ilona Noworacka (Art-S-Cool)

Figuur 18: Procentueel aandeel van het publiek per Culturele Doelgroep, uitgesplitst naar sector en vergeleken met de verdeling in Haagse huishoudens.

Culturele Doelgroep	Musea	Programmerend	Producterend	Cultuurankers	Festivals	Cultuureducatie	% huishoudens
Culturele Alleseters	18%	17%	16%	15%	18%	8%	11%
Kindrijke Cultuurvreters	9%	9%	16%	11%	12%	16%	7%
Weelderige Cultuurminnaars	10%	11%	16%	9%	10%	8%	5%
Klassieke Cultuur liefhebbers	24%	17%	23%	21%	22%	7%	13%
Startende Cultuurspeurders	11%	12%	5%	7%	11%	6%	13%
Actieve Vermaakvangers	3%	4%	3%	5%	4%	3%	3%
Proevende Buitenwijkers	4%	7%	6%	7%	4%	5%	5%
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	2%	3%	1%	2%	2%	3%	5%
Flanerende Plezierzoekers	5%	7%	4%	7%	6%	21%	13%
Sociale Cultuurhoppers	6%	8%	6%	8%	6%	17%	11%
Lokale Vrijtijdsgenieters	7%	5%	4%	9%	5%	6%	15%

Figuur 19: Index bereik per Culturele Doelgroep, uitgesplitst naar sector en de totale Haagse cultuursector.

Culturele Doelgroep	Musea	Programmerend	Producterend	Cultuurankers	Festivals	Cultuureducatie	Totale cultuursector
Culturele Alleseters	166	156	150	134	166	73	159
Kindrijke Cultuurvreters	135	136	242	166	183	246	137
Weelderige Cultuurminnaars	195	204	301	173	196	164	199
Klassieke Cultuur liefhebbers	187	131	182	162	173	54	157
Startende Cultuurspeurders	91	99	41	58	86	45	94
Actieve Vermaakvangers	115	133	110	189	152	118	124
Proevende Buitenwijkers	81	135	113	144	86	106	109
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	43	57	19	36	34	62	50
Flanerende Plezierzoekers	40	56	34	51	42	156	51
Sociale Cultuurhoppers	56	73	51	69	52	147	66
Lokale Vrijtijdsgenieters	44	36	27	60	35	42	40



Fotografie: Sjoerd Dierne (Holland Dance Festival)



# Spreiding van culturele bezoekers over Den Haag

Fotografie: Jeffrey Grouwstra (Laalktheater)

In dit hoofdstuk onderzoeken we de herkomst van bezoekers van culturele instellingen, zowel uit verschillende delen van Nederland als uit de Haagse wijken. Daarnaast worden de verschillen in de spreiding van het bezoek per sector en per genre geanalyseerd. Ook zoomen we in op de vier Culturele Doelgroepen binnen de hoofdgroep Licht en bekijken we in welke wijken zij wonen en waar hun cultuurparticipatie het hoogst is.

## 5.1 Spreiding cultuurpubliek over stad, provincie en rest van Nederland

Figuur 20: Procentuele verdeling van het cultuurpubliek per regio, totaal en per sector

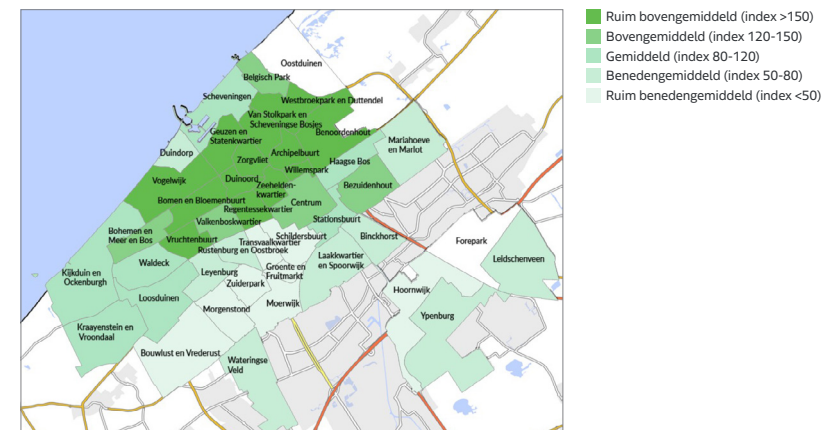
	Totaal	Musea/ beeldende kunst	Programmerend	Producterend	Festivals	Cultuurankers	Cultuureducatie
Gemeente Den Haag	33%	22%	52%	57%	45%	65%	87%
Provincie Zuid-Holland (excl. Den Haag)	33%	33%	34%	24%	26%	26%	8%
Rest van Nederland (excl. Zuid-Holland)	33%	44%	13%	9%	17%	9%	2%

\* Wanneer een sector niet optelt tot 100%, komt dat omdat sommige instellingen in bepaalde regio's minder dan 50 bezoekers ontvangen. Deze instellingen worden daardoor niet meegerekend in de cijfers voor die regio's.

De culturele sector in Den Haag heeft een gespreid bereik: een derde van de bezoekers komt uit de gemeente Den Haag, een derde komt uit de rest van provincie Zuid-Holland en nog eens een derde komt uit de rest van Nederland. Het lokale, regionale en nationale bereik verschilt per sector. Musea trekken relatief weinig bezoekers uit Den Haag zelf (22%), terwijl alle andere culturele sectoren juist voornamelijk door inwoners van de stad worden bezocht. Daarentegen trekken musea het grootste aandeel bezoekers uit de rest van Nederland (exclusief Zuid-Holland), terwijl dit bij de overige sectoren juist de kleinste groep vormt.

## 5.2 Spreiding Haagse cultuurpubliek

Op deze kaart zie je de verdeling van Haagse bezoekers van culturele instellingen in Den Haag. Hoe donkerder groen de gebieden zijn, hoe hoger de cultuurparticipatie. Op deze kaart zijn wijken met minder dan honderd huishoudens wit gelaten.



Uit bovenstaande kaart wordt duidelijk dat de cultuurparticipatie van Haagse huishoudens niet evenwichtig verdeeld is. Er zijn wijken waarvan de bewoners relatief vaak culturele instellingen bezoeken, en wijken waar dit juist wat meer achterblijft.

De wijken met de hoogste cultuurparticipatie liggen meer in de buurt bij de kust, vooral ten noordwesten van het centrum. De hoogste indexcijfers, en dus de hoogste mate van cultuurparticipatie, zien we in wijken als Zorgvliet, Vogelwijk, Duinoord, Geuzen- en Statenkwartier en het Zeeheldenkwartier. De wijken met de laagste cultuurparticipatie liggen juist ten zuidoosten van het centrum, voorbeelden daarvan zijn de Groente- en Fruitmarkt, Transvaalkwartier, Moerwijk, Bouwlust en Vrederust en Hoorwijk. Grofweg is deze verdeling van meer en minder participerende wijken hetzelfde als bij de vorige meting. In de tabel hieronder vind je de top vijftien Haagse wijken met het hoogste aantal huishoudens en daarnaast hun indexcijfer, waarbij geldt, hoe hoger het indexcijfer, hoe hoger de cultuurparticipatie.

Figuur 21: Top vijftien Haagse wijken met het grootste aantal huishoudens en het bijbehorende indexcijfer

Wijk	Huishoudens (3e meting)	Index (3e meting)	Index (2e meting)
Laakkwartier en Spoorwijk	20.925	55	52
Centrum	13.828	143	145
Bouwlust en Vrederust	12.917	28	21
Schildersbuurt	12.796	42	34
Scheveningen	10.867	113	109
Bezuidenhout	10.835	139	144
Moerwijk	10.617	27	19
Morgenstond	10.144	32	27
Waldeck	9.980	82	79
Valkenboskwartier	9.843	150	139
Ypenburg	9.795	63	73
Mariahoeve en Marlot	8.914	75	76
Loosduinen	8.777	80	70
Wateringse Veld	8.598	56	57
Leyenburg	8.530	80	62

Positief is dat in tien van de vijftien wijken met de meeste huishoudens de index bij deze meting hoger ligt dan tijdens de tweede meting, wat wijst op een toename van cultuurparticipatie. Daarnaast blijkt dat de indexen van alle wijken met een ruim benedengemiddelde cultuurparticipatie (index < 50) allemaal zijn gestegen deze meting. Zo stijgt Bouwlust en Vrederust van 21 naar 28, de Schildersbuurt van 34 naar 42, Moerwijk van 19 naar 27 en Morgenstond van 27 naar 32. Toch valt op dat veel van de grootste wijken nog steeds een lage index hebben. Dit betekent dat huishoudens uit deze wijken minder vertegenwoordigd zijn in het cultuurpubliek dan verwacht op basis van hun aandeel in de stad.

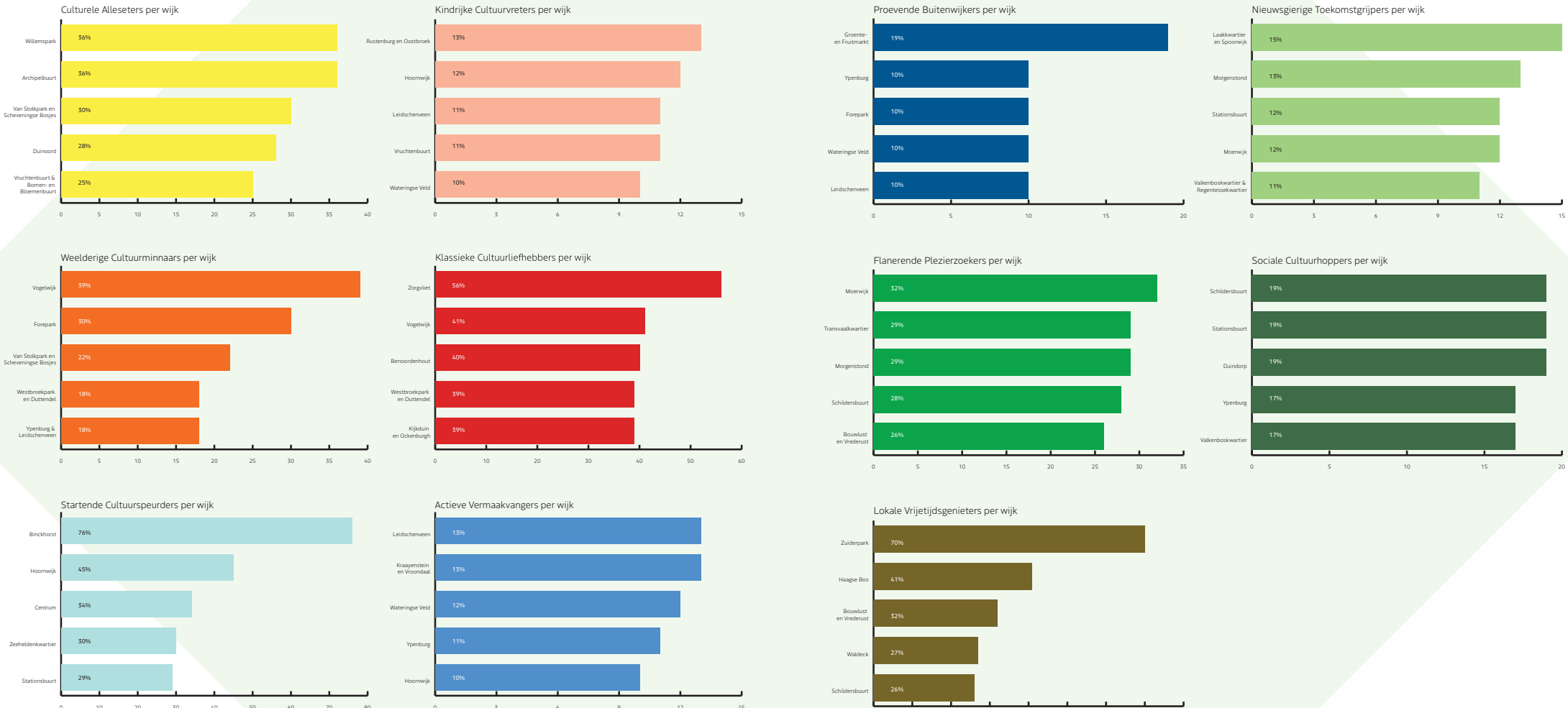
De wijken met een bovengemiddelde index (> 120) zijn Valkenboskwartier, Centrum, Bezuidenhout en Scheveningen. Wijken met een gemiddelde index (80-120) zijn Waldeck, Loosduinen en Leyenburg. Een groot deel van de grootste wijken heeft echter een benedengemiddelde index (< 80). Dit geldt voor Laakkwartier en Spoorwijk, Bouwlust en Vrederust, Schildersbuurt, Moerwijk, Morgenstond, Ypenburg, Mariahoeve en Marlot, en Wateringse Veld.

In onderstaande grafieken wordt per Culturele Doelgroep de top vijf wijken getoond waar het hoogste procentuele aandeel van die specifieke doelgroep woont. Zo blijkt bijvoorbeeld dat in Den Haag de meeste Culturele Alleseters wonen in Willemspark, Archipelbuurt, Duinoord, Bezuidenhout en de Bomen- en Bloemenbuurt. Deze informatie kan instellingen helpen gerichter in te spelen op de doelgroepen die ze willen bereiken, door zich te richten op de wijken waar deze groep het meest aanwezig is.



Fotografie: Tessa Veldhorst (De Schaapsfabriek)

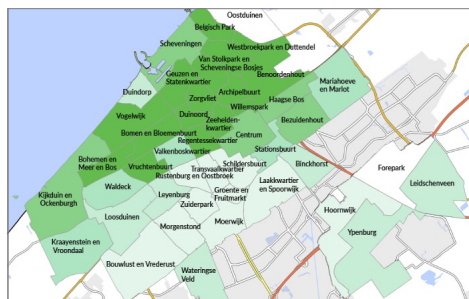
Figuur 22 A t/m I: Top vijf wijken per Culturele Doelgroep waar het hoogste percentage van die specifieke doelgroep woont





### 5.3 Spreiding over wijken per sector

Naast de spreiding van de totale cultuurparticipatie over de wijken, is het ook interessant om de verschillen per sector te bekijken en in te zien hoe de bezoekers van deze sectoren zich over de wijken van Den Haag verdelen. Hoe donkerder groen de gebieden zijn, hoe meer bezoekers van deze sector uit die wijk komen.

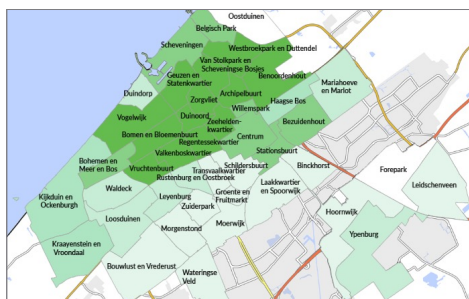


#### Musea en beeldende kunst

De vijf wijken in Den Haag met relatief gezien de meeste museumbezoekers zijn Zorgvliet, Duinoord, Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes, Geuzen- en Statenkwartier en Archipelbuurt.

#### Programmerende instellingen

De vijf wijken met relatief gezien het hoogste aantal bezoekers van programmerende instellingen zijn de Vogelwijk, Regentessekwartier, Vruchtenbuurt, Bomen- en Bloemenbuurt en het Zeeheldenkwartier.



#### Producerende instellingen

De wijken waar de producerende instellingen relatief gezien de meeste bezoekers weten te trekken zijn het Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes, Vogelwijk, Vruchtenbuurt, Benoordenhout en de Archipelbuurt.

#### Festivals

De wijken waar relatief gezien de meeste festivalbezoekers wonen zijn Zorgvliet, Vogelwijk, Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes, Duinoord en Benoordenhout.



#### Cultuurankers

Bezoekers van de Cultuurankers wonen relatief gezien het vaakste in de Vruchtenbuurt, Regentessekwartier, Vogelwijk, Bomen- en Bloemenbuurt en het Valkenboskwartier.

#### Cultuureducatie

De instellingen die behoren tot cultuureducatie trekken relatief gezien veel bezoekers uit de wijken Schildersbuurt, Zorgvliet, Vogelwijk, Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes en de Groente- en Fruitmarkt.

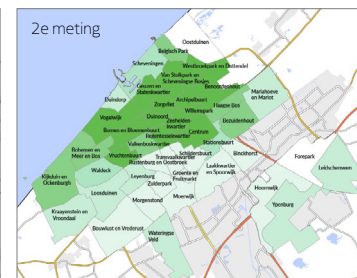
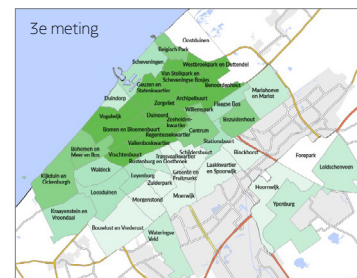
### 5.4 Spreiding over wijken per genre

Bij de deelnemende culturele instellingen is naast sector ook een indeling gemaakt op basis van genre. Onderscheid wordt daarbij gemaakt tussen klassieke muziek, populaire muziek, dans, theater en overige. Hoe donkerder groen de gebieden zijn, hoe meer bezoekers van dit genre uit die wijk komen.



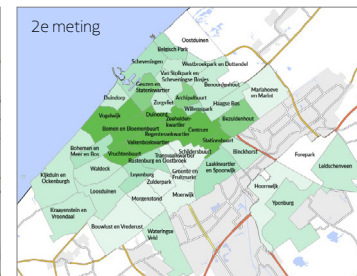
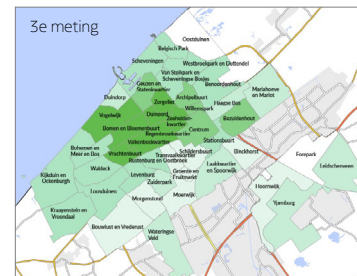
#### Klassieke muziek

In de derde meting zijn er relatief gezien meer bezoekers van klassieke muziek uit de wijken Kraayenstein en Vroondaal, Loosduinen, Leyenburg en Valkenboskwartier. Er zijn juist relatief minder bezoekers van klassieke muziek uit de wijken Centrum, Willemspark en Haagse Bos dan bij de vorige meting.



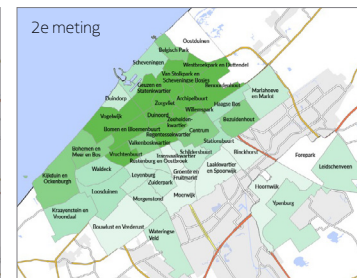
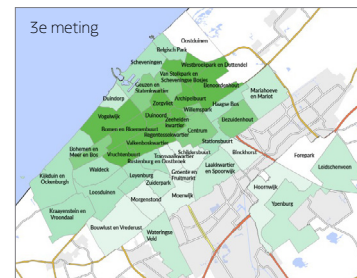
#### Populaire muziek

Bij populaire muziek is er een index stijging geweest voor veel wijken ten zuidwesten van het centrum: Kijkduin en Ockenburg, Kraayenstein en Vroondaal, Loosduinen, Waldeck, Leyenburg en Zuiderpark. Dit terwijl de indexcijfers van de meer centraal gelegen wijken Stationsbuurt en Centrum juist zijn gedaald.



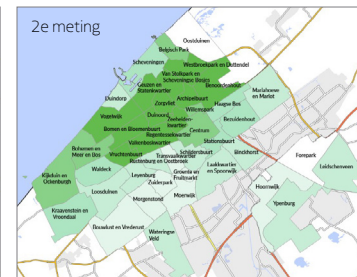
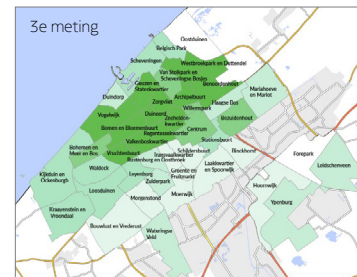
#### Dans

De indexcijfers voor de dichterbij de kust gelegen wijken Kijkduin en Ockenburg, Belgisch Park, Geuzen- en Statenkwartier, Van Stolkpark en de Scheveningse Bosjes zijn gedaald. Net zoals de indexen van de meer centraal gelegen wijken Willemspark en Schildersbuurt.



#### Theater

Bij theater valt het op dat de indexen voor de zuidoostelijke wijken Laakkwartier en Spoorwijk, Binckhorst en Schildersbuurt zijn gedaald, terwijl de wijken Loosduinen, Zuiderpark en het Bezuidenhout juist zijn gestegen qua index. Verder is te zien dat de indexen van drie dichterbij de kust gelegen wijken, Kijkduin en Ockenburg, Belgisch Park en het Van Stolkpark en de Scheveningse Bosjes zijn gedaald.



## 5.5 Focus op de Culturele Doelgroepen met lage cultuurparticipatie

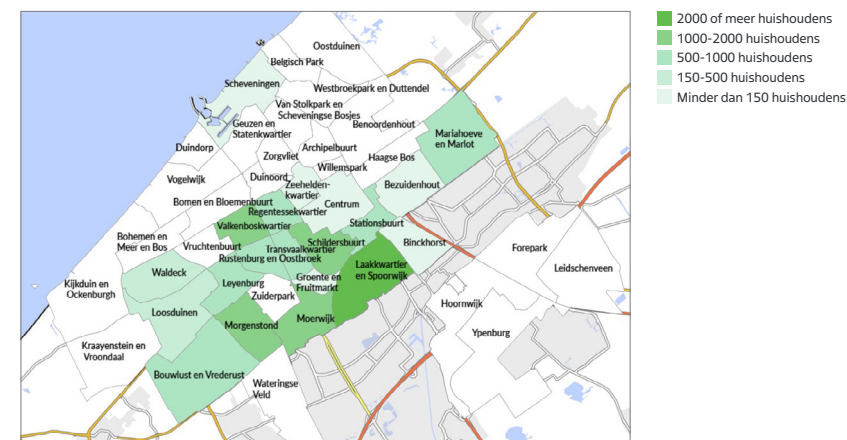
In dit hoofdstuk werpen we een blik op de doelgroepen die minder intensief culturele instellingen bezoeken: de lichte gebruikers. Het zijn namelijk deze groepen waar de cultuurparticipatie achterblijft. Waar wonen ze? En vanuit welke wijken bezoeken ze het cultuuraanbod het meest?

Binnen het Culturele Doelgroepenmodel zijn er vier doelgroepen die zich laten kenmerken als lichte cultuurgebruikers. Dat zijn de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, Flanerende Plezierzoekers, Sociale Cultuurhoppers en Lokale Vrijtijdsgenieters. Samen vertegenwoordigen deze groepen 44% van de alle aanwezige huishoudens in Den Haag. Echter, slechts 22% van alle culturele bezoekers behoort tot een van deze vier doelgroepen. Dat betekent dat deze groepen in mindere mate terugkomen in het cultureel publiek in vergelijking met hun vertegenwoordiging in de stad.



## Nieuwsgierige Toekomstgrijpers

De Nieuwsgierige Toekomstgrijpers wonen bijna alleen in grote steden en zijn daarmee echt een stadse doelgroep. Het aantal huishoudens in Den Haag dat tot deze groep behoort is laag (5%). In deze kaart zie je welke wijken in absolute zin de meeste huishoudens bevatten die tot de doelgroep Nieuwsgierige Toekomstgrijpers behoren. Nieuwsgierige Toekomstgrijpers wonen vooral in de wijken Laakkwartier en Spoorwijk, Morgenstond, Moerwijk, Schildersbuurt en het Valkenboskwartier.



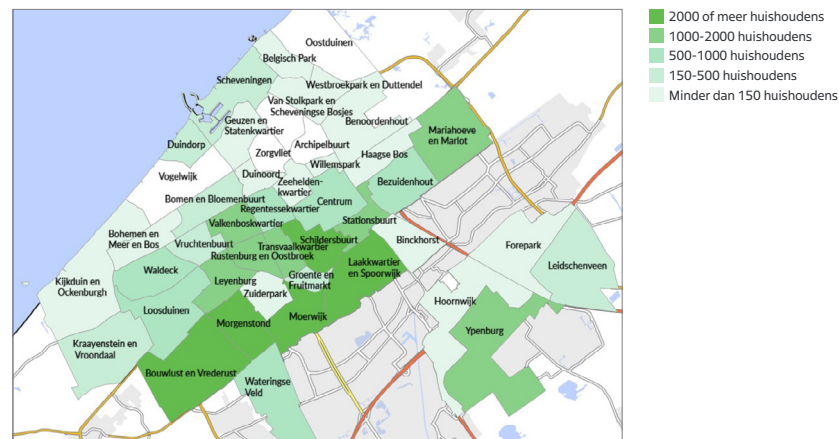
In onderstaande tabel zie je per wijk hoe sterk de cultuurparticipatie is van de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers die er wonen. De wijken waar de cultuurparticipatie het hoogste is onder de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers zijn Regentessekwartier, Valkenboskwartier en de Stationsbuurt. Dit zijn de meer centraal gelegen wijken, waarbij cultureel aanbod vaak ook dichterbij is. De wijken Laakkwartier en Spoorwijk en de Schildersbuurt hebben, gezien hun stijgende indexen boven de 100, een goede uitgangspositie om het bezoek verder te intensiveren.

Figuur 23: Aantal huishoudens van Nieuwsgierige Toekomstgrijpers per wijk en de index van cultuurparticipatie (meting 3 en 2) van de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers die in deze wijken wonen

Wijk	Huishoudens	Index (3e meting)	Index (2e meting)
Laakkwartier en Spoorwijk	3.028	113	97
Morgenstond	1.323	35	33
Moerwijk	1.240	34	22
Schildersbuurt	1.187	115	96
Valkenboskwartier	1.089	177	210
Mariahoeve en Marlot	863	93	79
Regentessekwartier	849	196	212
Stationsbuurt	847	137	218
Leyenburg	742	118	91
Bouwlust en Vredelust	696	34	37
Rustenburg en Oostbroek	599	113	104
Transvaalkwartier	506	52	74
Waldeck	257	49	94
Loosduinen	195	42	12
Groente- en Fruitmarkt	66	33	31

### Flanerende Plezierzoekers

Flanerende Plezierzoekers hebben een aandeel van 13% in de Haagse huishoudens en vormen daarmee qua aandeel (samen met de Klassieke Cultuurliefhebbers en Startende Cultuurspeurders) de tweede groep qua volume in Den Haag. De Flanerende Plezierzoekers wonen, zoals zichtbaar is op de kaart, vooral in de zuidoostelijke wijken Laakkwartier en Spoorwijk, Schildersbuurt en Moerwijk.



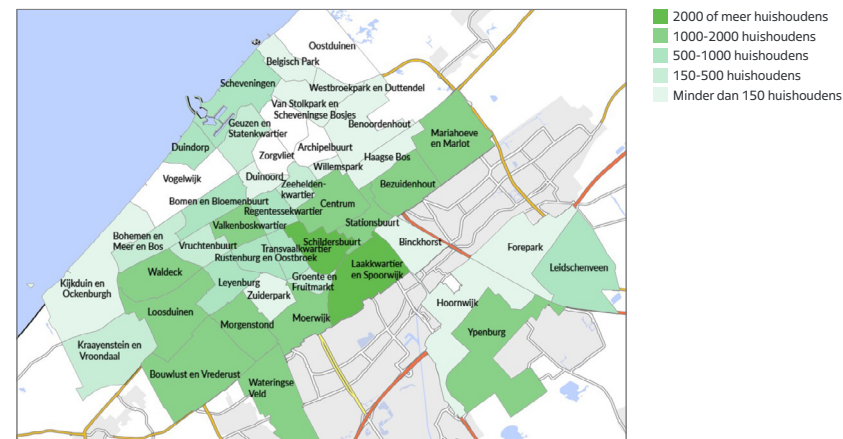
De wijken met de sterkste cultuurparticipatie van de Flanerende Plezierzoekers zijn, net als bij de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, de meer centraal gelegen wijken Regentessekwartier, Valkenboskwartier en Stationsbuurt. De wijken Rustenburg en Oostbroek, Mariahoeve en Marlot, Leyenburg en Waldeck hebben, gezien de indexen, binnen deze doelgroep een goede uitgangspositie om het bezoek te intensiveren.

Figuur 24: Aantal huishoudens van Flanerende Plezierzoekers per wijk en de index van cultuurparticipatie (meting 3 en 2) van de Flanerende Plezierzoekers die in deze wijken wonen

Wijk	Huishoudens	Index (3e meting)	Index (2e meting)
Laakkwartier en Spoorwijk	5.068	89	117
Schildersbuurt	3.567	84	70
Moerwijk	3.360	38	32
Bouwlust en Vredelust	3.329	51	30
Morgenstond	2.902	47	53
Rustenburg en Oostbroek	1.828	112	117
Transvaalkwartier	1.771	52	57
Valkenboskwartier	1.736	209	198
Mariahoeve en Marlot	1.655	103	117
Stationsbuurt	1.285	197	232
Leyenburg	1.117	112	86
Ypenburg	1.080	71	99
Regentessekwartier	895	264	261
Loosduinen	886	81	96
Waldeck	875	100	105

### Sociale Cultuurhoppers

Sociale Cultuurhoppers hebben een aanzienlijk aandeel van 11% in de Haagse huishoudens. De Sociale Cultuurhoppers wonen in absolute zin het meeste in de wijken Laakkwartier en Spoorwijk, Schildersbuurt en Centrum.



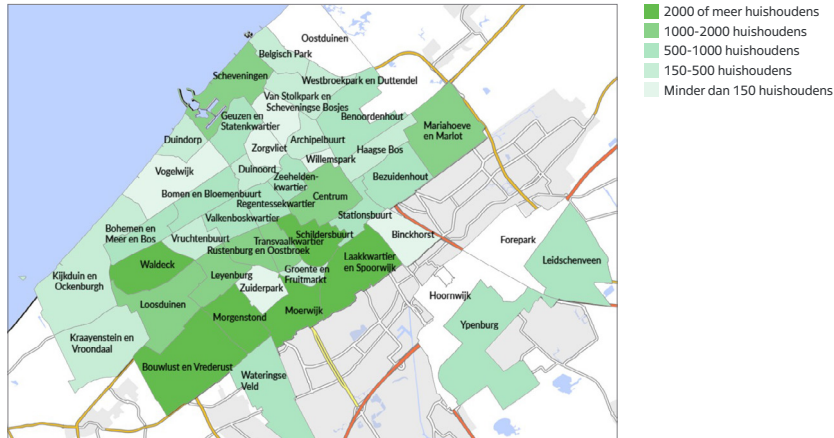
De wijken met de sterkste cultuurparticipatie onder de Sociale Cultuurhoppers zijn Valkenboskwartier, Centrum en Bezuidenhout. Kansrijk voor het intensiveren van het bezoek zijn de wijken Loosduinen, Waldeck en Stationsbuurt.

Figuur 25: Aantal huishoudens van Sociale Cultuurhoppers per wijk en de index van cultuurparticipatie (meting 3 en 2) van de Sociale Cultuurhoppers die in deze wijken wonen

Wijk	Huishoudens	Index (3e meting)	Index (2e meting)
Laakkwartier en Spoorwijk	2.781	62	57
Schildersbuurt	2.482	48	46
Centrum	1.795	171	193
Valkenboskwartier	1.699	194	173
Ypenburg	1.695	55	74
Bouwlust en Vredelust	1.639	33	37
Waldeck	1.517	97	90
Moerwijk	1.369	47	18
Stationsbuurt	1.359	141	169
Loosduinen	1.337	94	90
Bezuidenhout	1.330	158	201
Mariahoeve en Marlot	1.193	83	81
Wateringse Veld	1.120	59	54
Morgenstond	1.094	45	41
Leidschenveen	926	60	64

### Lokale Vrijtijdsgenieters

Lokale Vrijtijdsgenieters vormen de grootste groep qua volume in Den Haag met een aandeel van 15%. De Lokale Vrijtijdsgenieters zijn het meest aanwezig in de wijken Bouwlust en Vrederust, Laakkwartier en Spoorwijk en de Schildersbuurt.



De wijken met de sterkste cultuurparticipatie onder de Lokale Vrijtijdsgenieters zijn de Bomen- en Bloemenbuurt, Centrum en Scheveningen. De wijken Leyenburg, Rustenburg en Oostbroek en Loosduinen hebben binnen deze doelgroep een goede uitgangspositie om het bezoek te intensiveren.

Figuur 26: Aantal huishoudens van Lokale Vrijtijdsgenieters per wijk en de index van cultuurparticipatie (meting 3 en 2) van de Lokale Vrijtijdsgenieters die in deze wijken wonen

Wijk	Huishoudens	Index (3e meting)	Index (2e meting)
Bouwlust en Vrederust	4.071	36	34
Laakkwartier en Spoorwijk	3.470	89	76
Schildersbuurt	3.296	53	62
Waldeck	2.732	114	132
Moerwijk	2.629	41	36
Morgenstond	2.438	73	48
Loosduinen	1.907	107	98
Mariahoeve en Marlot	1.730	82	97
Transvaalkwartier	1.544	26	28
Scheveningen	1.494	118	118
Rustenburg en Oostbroek	1.401	100	92
Leyenburg	1.312	102	75
Centrum	1.300	206	176
Bomen- en bloemenbuurt	832	227	260
Benoordenhout	814	88	164



Fotografie: Sandra Uittenboogaart (Theater Dakota)



6

Conclusie

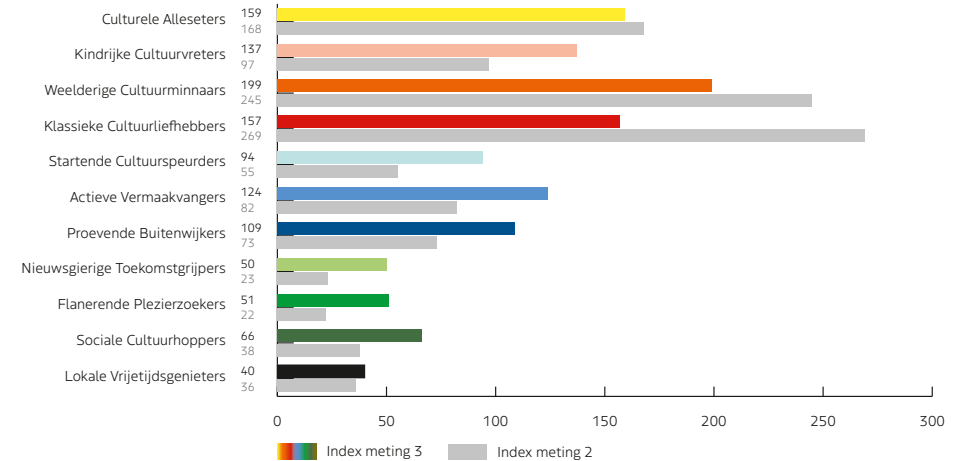
Deze stadsbrede analyse biedt inzicht in de samenstelling van het cultuurpubliek in Den Haag tijdens het culturele seizoen 2023-2024. Wat blijkt is dat de totale culturele sector de Intensieve gebruikers zeer goed weet te bereiken: maar liefst 56% van de bezoekers behoort tot deze groep huishoudens, voor wie het vanzelfsprekend is om cultuur te bezoeken. Dit percentage is hoog, zeker gezien het feit dat deze groep slechts 36% van de Haagse huishoudens vormt. De Medium gebruikers, die incidenteel gebruikmaken van het culturaanbod, maken ongeveer 20% van het Haagse cultuurpubliek uit, wat overeenkomt met hun aandeel in de Haagse huishoudens. Conform de verwachtingen zijn de vier doelgroepen die bekendstaan als Lichte cultuurgebruikers het minst vertegenwoordigd binnen het Haagse cultuurpubliek. Zij vormen gezamenlijk 22% van het cultuurpubliek, terwijl hun aandeel in de Haagse huishoudens aanzienlijk groter is (44%).

Figuur 27: Overzicht van aandeel en bereik per hoofdgroep

Hoofdgroep	Aandeel in huishoudens (%)	Meting 3: Aandeel in cultureel publiek (%)	Meting 2: Aandeel in cultureel publiek (%)	Meting 3: Index bereik	Meting 2: Index bereik
Intensief	36%	56%	63%	160	168
Medium	20%	20%	18%	102	93
Licht	44%	22%	19%	51	44

Net als bij de vorige twee metingen bevestigen deze resultaten dat niet iedereen evenveel gebruik maakt van het bestaande culturaanbod in de stad. Vooral onder de lichte gebruikers van cultuur blijft het daadwerkelijke bezoek aan culturele instellingen achter.

Figuur 28: Index per Culturele Doelgroep: vergelijking van meting 3 met meting 2



Toch is er, net als bij de vorige meting, een positieve ontwikkeling zichtbaar. De indexen van alle vier de doelgroepen met de laagste cultuurparticipatie zijn toegenomen, wat betekent dat zij nu meer deelnemen aan het culturaanbod dan voorheen. Dit is ook terug te zien in hun procentuele aandeel binnen het cultuurpubliek, dat is gestegen van 19% in de vorige meting naar 22% in de huidige meting. Ook de drie doelgroepen met een middelmatige cultuurparticipatie laten een groei zien in de indexen, daarnaast stijgt hun aandeel van 18% naar 20%. Tegelijkertijd dalen de indexen van de intensieve cultuurgebruikers en neemt hun aandeel in het cultuurpubliek af van 63% naar 56%. Deze verschuivingen duiden op een evenwichtiger gebruik van het culturaanbod in de stad.



Fotografie: Esmée de Vries (The Grey Space in the Middle)

## Bijlage

### Haagse Nacht onderzoek

Het nachtleven is een belangrijk onderdeel van de stadscultuur in Den Haag. Het speelt in op de wensen en behoeften van specifieke doelgroepen die op deze manier cultuur ervaren en beleven. De gemeente Den Haag vindt het belangrijk een breed cultuuraanbod te bieden. Of men daarin slaagt wordt onder andere tweemaal per jaar gemeten via het Publieksonderzoek Cultuursector. Het nachtleven kwam daar soms wat minder tot zijn recht. Om meer inzicht te krijgen in de beleving van de Haagse Nacht en haar publiek, is er een onderzoek uitgevoerd door The Hague & Partners in samenwerking met drie Haagse partners en de gemeente Den Haag. Dit was enerzijds een wens vanuit de sector, anderzijds biedt het aanvullende inzichten en ervaringen, perspectieven en ideeën van nachtgangers ter aanvulling op het Publiekscultuuronderzoek. Het onderzoek is uitgevoerd bij PIP, PAARD en The Grey Space in the Middle. Daarnaast sluit het onderzoek aan bij de onlangs door de gemeente gelanceerde Nachtvisie.

Het onderzoek combineert kwantitatieve data (antwoorden op gesloten vragen) met kwalitatieve inzichten (antwoorden op open vragen). Elke instelling kon vragen toevoegen aan de enquête die specifiek relevant zijn voor de ontwikkeling van hun eigen (nacht)concepten. De enquêtes zijn afzonderlijk uitgezet via een gelegenheidssteekproef, gecoördineerd door de deelnemende instellingen zelf. Met dit onderzoek hopen we de gemeente aanvullende inzichten te geven in de beleving van de Haagse Nacht, en de deelnemende instellingen te ondersteunen met waardevolle informatie over de meningen en wensen van hun bezoekers. Deze inzichten kunnen zij benutten om hun toekomstige plannen nog beter af te stemmen op hun publiek.

De enquête is zoals eerder vermeld verspreid via een gelegenheidssteekproef door de betrokken instellingen. Dit betekent dat de respondenten geen representatieve afspiegeling vormen van de gehele populatie Haagse nachtbezoekers.

Hieronder staan de bevindingen van het Haagse Nacht onderzoek, waarbij de resultaten van de deelnemende instellingen zijn samengevat. Wanneer er percentages worden weergegeven, geven deze de spreiding aan van de resultaten van de afzonderlijke deelnemende instellingen.

### Frequentie bezoek

De meeste respondenten bezoeken het Haagse nachtleven maandelijks of wekelijks.

### Belangrijkste redenen

Muziek, plezier, dansen en sociale interactie zijn de meest genoemde redenen om uit te gaan.

### Belangrijkste belemmeringen

Veelvoorkomende belemmeringen zijn een niet-aansprekend aanbod, verplichtingen op het gebied van werk, studie of zorg, en financiële beperkingen, vooral vanwege consumptiekosten en entreegelden.

### Maximale reistijd

Een groot deel van de respondenten is bereid om 45+ minuten te reizen voor een bezoek aan het Haagse nachtleven. Toch geeft ook een aanzienlijk aantal aan dat 20-30 minuten reistijd als maximaal wordt ervaren.

### Het Haagse nachtleven als ontmoetingsplek

Het Haagse nachtleven wordt door de respondenten als een belangrijke plek gezien om nieuwe mensen te ontmoeten, met percentages variërend van 41% tot 61%.

### Bezoek per type uitgaansgelegenheid

Bars en cafés worden het vaakst bezocht, gevolgd door clubs en festivals. Concertzalen worden minder vaak genoemd als favoriete uitgaansplek.

**Favoriete locaties**

Veelgenoemde locaties in het Haagse nachtleven zijn de drie deelnemende instellingen Paard, PIP en The Grey Space. Maar ook Club Laak, de Grote Markt en De Paap worden regelmatig genoemd.

**Frequentie bezoek aan locaties**

De meeste respondenten bezoeken hun favoriete nachtlocaties maandelijks, terwijl een deel ze jaarlijks bezoekt.

**Rapportcijfer Haagse nachtleven**

Het Haagse nachtleven krijgt gemiddeld een rapportcijfer tussen de 5,5 en 6,0. De meest genoemde verbeterpunten zijn een breder aanbod en meer diversiteit in het programma.

**Gevoel van onveiligheid**

De grootste groep respondenten voelt zich zelden onveilig tijdens een bezoek aan het Haagse nachtleven (tussen de 42% en 48%). Tegelijkertijd ervaart een aanzienlijk deel zich soms onveilig (22% - 30%), en een kleine groep geeft aan zich vaak onveilig te voelen (2% - 7%). De meest genoemde oorzaken zijn grensoverschrijdend gedrag en agressief gedrag. Veelgenoemde oplossingen zijn meer toezicht, een goed vindbaar meldpunt en betere voorlichting.

**Tevredenheid met openingstijden**

De tevredenheid met de openingstijden verschilt. 23% tot 40% is ontevreden over de openingstijden in Den Haag. Tegelijkertijd is ook 38% tot 50% wel tevreden met de openingstijden. Daarnaast is er een redelijk grote groep (25% tot 38%) die neutraal staat tegenover de openingstijden. De behoefte voor een podium dat 24 uur open is, is aanzienlijk: het varieert van 42% tot 70%. Het grootste gedeelte van de respondenten die behoefte heeft aan een 24-uurs podium zou deze plek maandelijks bezoeken.

**Manieren om op de hoogte te blijven van het aanbod**

Sociale media en aanbevelingen van anderen zijn de meest gebruikte manieren om op de hoogte te blijven van wat er te doen is in het Haagse nachtleven.

**Bezoek aan andere steden en locaties**

Populaire steden om uit te gaan naast Den Haag zijn Amsterdam en Rotterdam. Vaak genoemde locaties zijn onder andere Paradiso, Melkweg, Tivoli, Garage Noord, Skatecafé, Perron en Radion.

**Voorgestelde verbeteringen**

De meest genoemde verbeteringen zijn meer variatie in het aanbod, een kwalitatief beter muziekaanbod en ruimere openingstijden.



Fotografie: Inga Powilleit (Rijksmuseum De Gevangenpoort)



## Verantwoording

De informatie in deze publicatie is gebaseerd op onderzoeksrapporten en analyse van de data aangeleverd 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.

Met dank aan:

Gemeente Den Haag, Rotterdam Festivals, Whooz, alle deelnemende culturele instellingen

Gebruikte bronnen:

- Het Culturele Doelgroepenmodel (Rotterdam Festivals); [rotterdamfestivals.nl/nl/publieksbereik/culturele-doelgroepenmodel](https://rotterdamfestivals.nl/nl/publieksbereik/culturele-doelgroepenmodel)
- TH&P Dashboard Publieksonderzoek Cultuursector
- TH&P Wijkdashboard
- [Zee aan mogelijkheden - Beleidskader Kunst en Cultuur 2021-2024](#)
- [Cultuurvisie Den Haag 2033](#)

## Colofon

Samenstelling  
en redactie:

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

The **Hague.**  
& Partners



Voor meer informatie en vragen over deze publicatie: [onderzoek@thehague.com](mailto:onderzoek@thehague.com)

Eindredactie: The Hague & Partners / Guusje Thijs

Vormgeving: Naz Costante

Fotografie: Tessa Veldhorst (De Schaapjesfabriek) (cover en Matangi Quartet), Vera Cornel (Doelgroepen), Wouter Vellekoop (Residentie Orkest) Esmée de Vette (Filmhuis Den Haag & The Grey Space in the Middle), Kim Vos (Another Kind of Blue), Ilona Noworacka (Art-S-Cool), Foto Studio Gerrit Schreurs (Museum Beelden aan Zee), Martijn Beekman (Bibliotheek Leidschenveen-Ypenburg), Menno van der Meer (De Dutch Don't Dance Division), Bart Grietens (155 & Opera2Day), Anne Reitsma (Haags Historisch Museum), Jostijn Ligthoef Fotografie (HIIIIT), Sjoerd Derine (Holland Dance Festival), Inga Powilleit (Rijksmuseum De Gevangenpoort), Jeffrey Grouwstra (Laaktheater), Raymond van Mil (PIP Den Haag), Sandra Uittenboogaart (Theater Dakota), Eveline van Egdom (Theater de Vaillant), Mees Trouwborst (PAARD) 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](mailto:info@thehague.com)).

© The Hague & Partners 2025



The **Hague.**

& Partners

The Hague & Partners  
Prinses Beatrixlaan 582  
2508 CD Den Haag