

HET PON

Het PON. Onderzoekt, analyseert,
duidt en verbindt



CULTURELE SMAAK VAN BRABANDERS 2020

**Een segmentatie van verschillende
cultuurtypen in Noord-Brabant**

Colofon

Het PON heeft dit onderzoek
verricht in opdracht van



Auteurs

*B. Broers MSc.
B. Koomen MSc.*

Ontwerp

Madebytops

Met dank aan

*T. van Irsel MA.
Drs. M. Smulders
Drs. S. ten Thije
Drs. K. Du Long*

PON publicatienummer
20-18

Publicatiedatum
Maart 2020

© 2020 Het PON

Het auteursrecht van deze publicatie berust bij het PON. Gehele of gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld. Vermenigvuldiging en publicatie in een andere vorm dan dit rapport is slechts toegestaan na schriftelijke toestemming van het PON. Hoewel deze publicatie met de grootst mogelijke zorg is samengesteld, kan het PON geen enkele aansprakelijkheid aanvaarden voor eventuele fouten.

Meer informatie: www.hetpon.nl

Publiekswerking versterken: inzicht in het Brabantse cultuurpubliek

Eén van de vier pijlers in het Brabantse regioprofiel 2021-2024 is gericht op het versterken van publiekswerking. "Publiekswerking is de schakel tussen een culturele instelling, individuen en netwerken in de omgeving waarin die instelling opereert met als doel het op gang brengen van een inhoudelijke dialoog over kunst, de maatschappij en het individu en moet door een hele organisatie gedragen worden." (Defesche, 2017)¹.

Deze dialoog is bedoeld om de kwaliteit van het contact dat het publiek van een instelling ervaart te verhogen. Daarnaast zal deze dialoog moeten leiden tot een bredere publiekssamenstelling en een groter publiek.

Om deze verbinding te maken is het in de eerste plaats belangrijk om inzicht te krijgen in het publiek: wie bezoekt en beoefent cultuur in Brabant? Wat bezoeken en beoefenen zij? En waar doen zij dit? Wat zijn hun motieven om te bezoeken en waar liggen hun interesses? Wat is de achtergrond van bezoekers: waar wonen en werken zij? Hoe oud zijn zij? Wat is hun leefstijl?

DE CULTURELE SMAAK VAN BRABANDERS

Dit onderzoek brengt de verschillende 'cultuurconsumenten' in Brabant in beeld aan de hand van doelgroepsegmentatie. Het Brabantse cultuurpubliek wordt hierin onderverdeeld in verschillende publieksgroepen (segmenten): een segment bevat een groep mensen die in grote lijnen hetzelfde cultuurgedrag vertonen en op hoofdlijnen eenzelfde mening over het cultuuraanbod hebben. Tussen de verschillende groepen is sprake van heterogeniteit: groepen verschillen onderling van cultuurgedrag en verschillen van elkaar in mening over het aanbod. Iedere groep heeft dus zijn eigen typering en afhankelijk van iemands gedrag en mening wordt hij of zij ingedeeld bij een bepaald segment.

Niemand voldoet 100% aan alle eigenschappen en kenmerken van een bepaalde typering. Het kan dus voorkomen dat iemand van bijvoorbeeld 40 jaar qua bezoekgedrag in de groep Gewoon Gezellig valt, terwijl deze qua leeftijd niet in deze groep zou horen. Ondanks dat het niet overeenkomt met het kenmerk 'leeftijd' passen de rest van de achtergrondkenmerken en gegevens die van dit huishouden bekend zijn (zoals woonomgeving, cultuurgedrag en inkomen) wel

bij de kenmerken van de groep Gewoon Gezellig. Het type waartoe iemand behoort, verandert ook naarmate iemand ouder wordt. Interesses ontwikkelen zich, vrijetijdsbesteding wordt anders ingericht en inkomen stijgt vaak.

TIJD VOOR EEN UPDATE

Het eerste onderzoek naar de Culturele Smaak van Brabanders is inmiddels alweer zeven jaar geleden gepubliceerd (2013)². In die zeven jaar is de (Brabantse) wereld veranderd: allerlei (maatschappelijke) ontwikkelingen hebben invloed op het leven van mensen en daarmee op hun (culturele) interesses en behoeften. Ter illustratie: ten tijde van het eerste onderzoek in 2013 had nog niemand in Brabant gehoord van Netflix (Netflix werd in juni 2013 in Nederland gelanceerd³), nu is het niet meer weg te denken uit de vrijetijdsbesteding. Het aantal festivals én festivalbezoekers is sinds 2012 met 20% gestegen. Brabanders lijken in de afgelopen jaren kunst en cultuur belangrijker te zijn gaan vinden voor zichzelf en voor de samenleving.

Daarnaast is de doelgroepsegmentatie van Mosaic (segmentatie van huishoudens naar breder consumentengedrag) – die gebruikt wordt in Culturele Smaak – sinds 2019 geüpdatet naar Whize². Door het groeiend aantal alleenstaanden, de vergrijzing, de verstedelijking, het stijgende opleidingsniveau in Nederland en de veranderingen in consumententechnologie en online gedrag was volgens Whize de volgende generatie doelgroepssegmenten noodzakelijk.

Redenen genoeg dus om opnieuw te kijken naar de Culturele Smaak van Brabanders, anno nu.

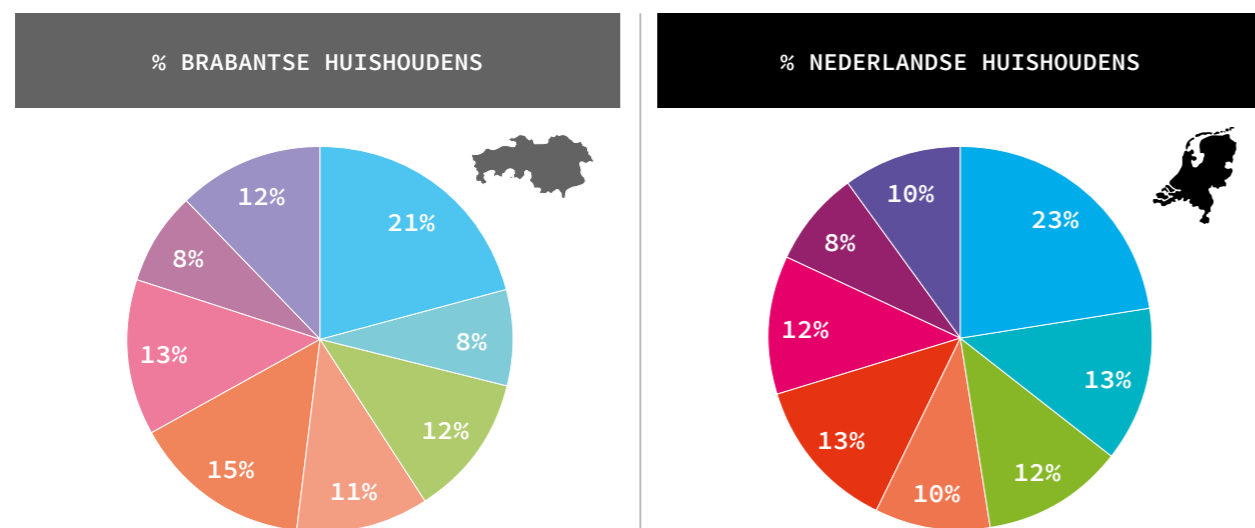
¹ www.netflix-nederland.nl/wat-is-netflix

² Whize wordt beheerd door Whooz. De Whize-segmentatie voor Nederland vervult een plaats in een mondiaal Mosaic-netwerk dat meer dan één miljard mensen classificeert.



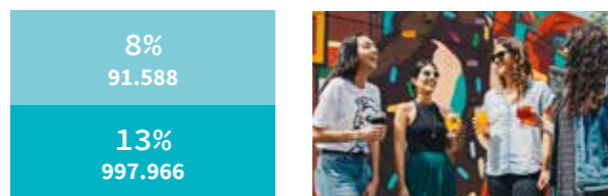
Overzicht Cultuurtypen

Voor de beschrijving van de acht cultuurtypen in deze publicatie hebben we gebruik gemaakt van de Whize consumenten-segmentatie. Whize is een segmentatiesysteem dat alle huishoudens in Nederland groepeerd op basis van gemeenschappelijke kenmerken, voorkeuren en gedrag. Specifieker gaat het om sociodemografie, levensstijl, cultuur en (koop)gedrag^{III}. Door deze leefstijlsegmentatie te koppelen aan de gegevens uit de Brabantse Cultuurpeiling (onderzoek naar cultuurgedrag van Brabanders)^{IV} en een verdiepend onderzoek onder de leden van het Brabantpanel³ kunnen we acht verschillende publieksgroepen of culturele smaken van Brabanders onderscheiden. In deze publicatie geven we per type een beschrijving van de belangrijkste kenmerken.



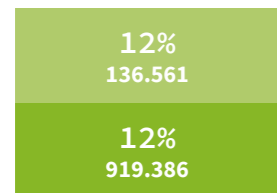
1 GEWOON GEZELLIG

Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg. Dit is het leven en niet anders. Vooral laag tot middelbaar opgeleid, wonend in sociale huurwoningen, niet zo cultuur-minded.



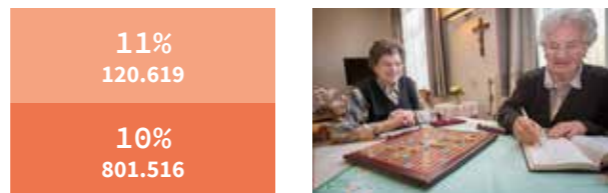
2 HIP & HAPPENING

De groep Hip & Happening is jong, openminded en creatief. Zij houden niet van denken in hokjes: als iedereen maar gelukkig is. Hoger opgeleid, vaak nog studierend of werkend in een vrij beroep of als ondernemer, wonend in een stadsappartement. Een bruisend cultuurleven in de stad.



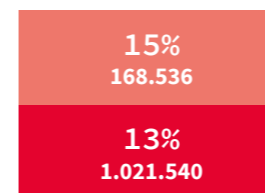
3 WELVARENDE CULTUURSKUIVERS

Welvarende Cultuursnuivers zijn open, eerlijk en zelfverzekerd. Zij plukken graag de vruchten van hun comfortabele levenssituatie. Een deel van hen behoort tot de topklasse en leidt een luxe leven.



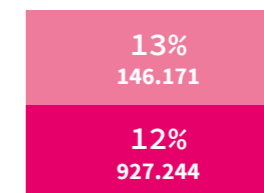
4 VOORZICHTIGE OUDEREN

Voorzichtige Ouderen leiden een sober, niet-materialistisch en niet-statusgericht bestaan. Trots op de Nederlandse identiteit. Risicovrij en blijven graag dicht bij huis. 65-plussers met een benedenmodaal inkomen. Niet (meer) zo cultureel actief.



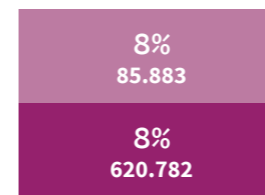
5 MASSAAL MIDDEN

De groep Massaal Midden heeft het druk! Zij staan midden in het leven met een volle agenda: school, werk, sport en kinderen. Modaal inkomen, gekocht rijtjeshuis: gewoon gemiddeld. Alleen cultuur-minded als de drukke agenda het toelaat.



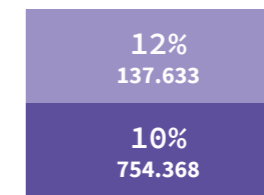
6 BETROKKEN VRIJETIJDSEBENUTTERS

Gezelligheid met de hoofdletter G! Geen vaste verplichtingen meer, maar vooral genieten van hun tijd samen en hun tijd met de (klein)kinderen. De actieve Betrokken Vrijtijdsbenutters gaan er dan ook graag op uit, om van de natuur te genieten of om vrijwilligerswerk te doen. Kunst en cultuur spelen een belangrijke rol in hun leven.



7 RUSTIG BUITENLEVEN

De mooie natuur, ver weg van de stad, dat is waar de groep Rustig Buitenleven van geniet. Ze zijn sterk verbonden met hun directe leefomgeving en hechten weinig waarde aan status en materie. Vooral gezond de dag door komen en genieten van de rust, dat is waar het om gaat!



8 ACTIEF GEZINSLEVEN

Druk, druk, druk! Dat is het leven van de groep Actief Gezinsleven. Kinderen naar school brengen, sporten, werken, het sociale leven bijhouden: het gebeurt de hele dag door. Culturele activiteiten vinden dan ook alleen plaats als daar tijd voor is.

In onderstaande tabel is de verdeling van de cultuurtypen over de Brabantse regio's te zien. De verdeling van de cultuurtypen in de vier regio's is vergelijkbaar. Wel zien we bijvoorbeeld dat er in Noordoost-Brabant relatief meer van de groep Rustig Buitenleven wonen.

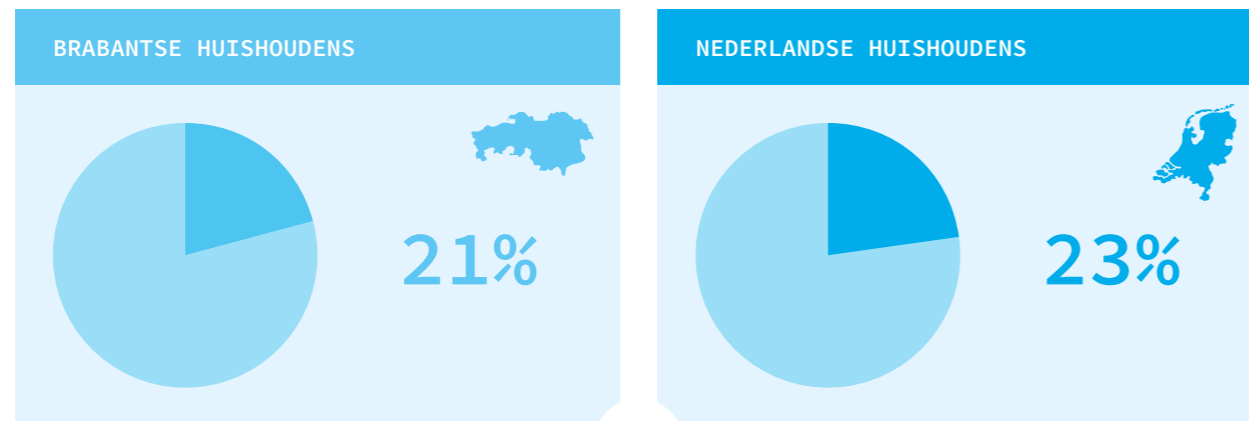
CULTUURTYPEN	W-BRABANT		M-BRABANT		ZO-BRABANT		NO-BRABANT	
	HUIS- HOUDENS	%	HUIS- HOUDENS	%	HUIS- HOUDENS	%	HUIS- HOUDENS	%
Gewoon Gezellig	61.528	22	44.839	21	71.860	21	54.651	19
Hip & Happening	21.272	8	19.465	9	30.526	9	20.303	7
Welvarende Cultuursnuivers	34.081	12	22.832	11	43.840	13	35.541	13
Voorzichtige Ouderen	32.224	11	22.327	11	36.638	11	29.409	10
Massaal Midden	45.744	16	35.841	17	49.040	14	37.358	13
Betrokken Vrijtijdsbenutters	36.935	13	26.857	13	44.771	13	37.549	13
Rustig Buitenleven	17.941	6	13.483	6	23.464	7	30.206	11
Actief Gezinsleven	32.255	11	24.556	12	43.043	13	37.495	13
Totaal	281.980	100	210.200	100	343.182	100	282.512	100

Tabel 1 Verdeling cultuurtypen naar regio (2019)

³ Het Brabantpanel is een online panel, bestaande uit circa 1.500 Brabanders van 16 jaar en ouder die enkele keren per jaar uitgenodigd worden om mee te doen aan een onderzoek overeen sociaal-maatschappelijke thema.

1 Gewoon Gezellig

Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg. Dit is het leven en niet anders. Vooral laag tot middelbaar opgeleid, wonend in sociale huurwoningen, niet zo cultuur-minded.



WIE ZIJN ZE?



30 tot 60 jaar



Alleenstaand of samen
Huishoudens met en zonder
kinderen



Studerend, werkloos of zoekend,
arbeidsongeschikt, loondienst,
(pre-)pensioen



Praktijkgerichte of middelbare
opleiding



Beneden modaal inkomen



Huurappartement of -woning



Tram, bus, brommer, scooter



Eindhoven, 's-Hertogenbosch,
Tilburg, Breda, Waalwijk, Oss

- ✓ Gaan voor makkelijk en goedkoop vermaak
- ✓ Bezoeken vooral lokale culturele activiteiten
- ✓ Reden voor bezoek is gezelligheid en om aan de dagelijkse sleur te ontsnappen
- ✓ Hebben weinig geld om aan cultuur te besteden
- ✓ Veel thuis film- en TV kijkend, social media en relaxen
- ✓ Hechten minder waarde aan cultuur en erfgoed in het leven

De groep Gewoon Gezellig heeft het niet breed. Ze hebben soms moeite om de eindjes aan elkaar te knopen. De culturele diversiteit binnen dit segment is groot. En de mentaliteit in deze groep is ook divers. Een deel blijft dromen van een beter leven. Anderen in deze groep vinden het juist wel prima zo: met gezellige burens en wat sociaal vertier op z'n tijd is het leven leuk. 'Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg' is een uitspraak die bij hen past.

Gewoon Gezellig zijn vaak chauffeur, automonteur, staalbewerker, bouwvakker of horecamedewerker. Ook zijn zij te vinden in beroepen als schoonmaker, vakkenvuller of conducteur. Het gaat om laaggeschoolde arbeid.



1 Gewoon, Gezellig & Goedkoop

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

De groep Gewoon Gezellig hecht vooral waarde aan het zelf beoefenen van cultuur, zoals het maken van muziek, het beoefenen van beeldende activiteiten, waaronder tekenen en schilderen, en fotograferen. Het bezoeken van culturele activiteiten en erfgoed neemt een minder belangrijke positie in de vrijetijdsbesteding van deze groep in. Ook vindt de groep Gewoon Gezellig kunst en cultuur minder belangrijk voor de samenleving dan dat andere Brabanders vinden. Cultuurbezoek vormt geen belangrijk onderdeel van het leven. Erfgoed draagt volgens hen nog minder bij aan de samenleving: Brabantse verhalen, tradities en monumenten vinden zij minder belangrijk voor Brabant dan dat de andere cultuurtypen vinden.

De groep Gewoon Gezellig is gematigd tevreden over het cultuuraanbod in Brabant. Deze groep lijkt zich iets minder bezig te houden met culturele voorzieningen.

WAT DOEN ZE?

In hun vrije tijd is deze groep veel op social media te vinden (bijvoorbeeld snapchat en videobellen) en kijken zij TV en films op Netflix en YouTube. TLC, Fox Sports en Comedy Central zijn populaire TV-zenders onder deze groep. Ook houden zij ervan om te ontspannen door lekker niks te doen en thuis te relaxen. Om op de hoogte te blijven van alle soapsterren en andere BN'ers, bladeren deze mensen een Story of Privé door.

Deze groep doet niet veel aan cultuurbezoek. Als ze dan toch iets bezoeken, dan gaan zij naar het museum, een festival of popconcert. Erfgoed bezoeken ze niet. De groep bezoekt

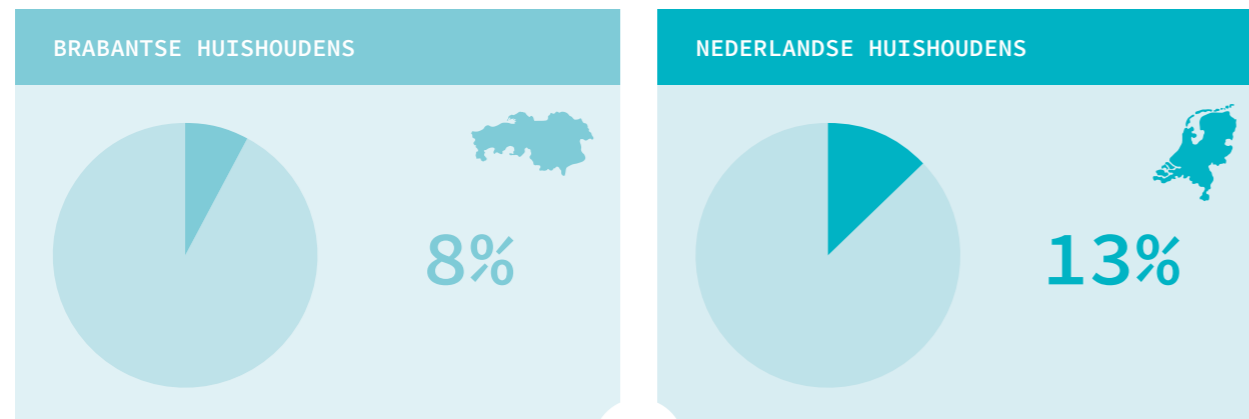
culturele activiteiten voornamelijk in de eigen stad of dorp. Voor popconcerten zijn zij bereid om naar plekken elders in Nederland te gaan. Ze gaan voor makkelijk en goedkoop vermaak. Even eruit en ontsnappen aan de dagelijkse sleur. Populaire evenementen onder deze groep zijn dan ook hun lokale kermis, met als topper de Tilburgse, en GLOW

Waar bezoeken voor hen niet de prioriteit heeft, beoefent de groep Gewoon Gezellig daarentegen juist meer dan andere groepen zelf kunst- en culturele activiteiten. Vooral het beoefenen van muzikale activiteiten, waaronder zingen, het maken van kunstzinnige fotografie, film en video en het uitoefenen van beeldende activiteiten, zoals tekenen en schilderen, zijn populair onder deze groep. Daarnaast zijn zij regelmatig in de kroeg te vinden voor een potje darts.

Brabanders van de groep Gewoon Gezellig zijn niet vaak lid van culturele organisaties, zoals een carnavalsvereniging of een culturele vereniging. Ook geven zij weinig steun aan de culturele sector. Zij hebben dan ook niet zo veel geld (over) om aan cultuur te besteden. ●

2 Hip & Happening

De groep Hip & Happening is jong, openminded en creatief. Zij houden niet van denken in hokjes: als iedereen maar gelukkig is. Hoger opgeleid, vaak nog studerend of werkend in een vrij beroep of als ondernemer, wonend in een stadsappartement. Een bruisend cultuurleven in de stad.



WIE ZIJN ZE?

- Jonger dan 50 jaar**
- Alleenstaand of samen**
Geen kinderen
- Studerend, werkloos of zoekend, loondienst, vrij beroep, ondernemer**
- Havo/vwo, hoger of universitair opgeleid**
- Benedenmodaal of modaal inkomen**
- Huur- of koopappartement**
- Trein, tram, bus**
- 's-Hertogenbosch, Tilburg, Breda, Eindhoven**

- ✓ *Bruisend stads cultuurleven op loopafstand*
- ✓ *Bezoeken cultuur in heel Nederland*
- ✓ *Houden van sporten, uitgaan en social media*
- ✓ *Openminded en zien veel mogelijkheden*
- ✓ *Druk, ambitieus en sociaal*
- ✓ *Hechten veel waarde aan kunst en cultuur in de samenleving*
- ✓ *Bezoeken festivals en industriële erfgoedcomplexen*

De groep Hip & Happening is druk, ambitieus en sociaal. Voor velen van hen ligt de toekomst nog open. De één zal een gezin starten, de ander volop carrière maken. Of allebei. Ze zijn nog relatief jong en laten zich niet leiden door wat de maatschappij van ze verwacht. Ze denken niet zo in hokjes en zijn open minded: veel kan en mag. Ze houden van de hectiek in de stad met veel levendigheid en alle voorzieningen op loopafstand.

Brabanders van de groep Hip & Happening zijn vaak nog bezig met een opleiding. Ook werkt deze groep vaak als zzp'er. Bij de coffee corner op de hoek de laptop openklappen en aan de slag! Of (als bijbaantje) in een dienstverlenende functie in een winkel, horeca, zorg of de culturele sector. Een deel van hen heeft een vrij beroep, bijvoorbeeld als arts.

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

De groep Hip & Happening vindt kunst en cultuur belangrijk in de samenleving. Ook in het eigen leven is cultuur van belang, met name het bezoeken is voor hen een belangrijk onderdeel van de vrijetijdsbesteding. Deze groep woont dan ook vaak in grote steden en in de binnenstad, op bruisende culturele plekken. Aan erfgoed hechten zij minder belang. Het bezoeken van erfgoed vormt voor hen geen belangrijk onderdeel in het leven en ook vinden zij verhalen, tradities en monumenten gematigd belangrijk voor de Brabantse identiteit.

Brabanders van de groep Hip & Happening zijn tevreden over het cultuuraanbod in Brabant, met name over de bereikbaarheid van het Brabantse cultuuraanbod. Deze groep hecht minder waarde aan het zelf beoefenen van culturele activiteiten en vindt dat er in hun omgeving voldoende voorzieningen voor hun kunstzinnige of creatieve vrijetijdsactiviteiten zijn.

WAT DOEN ZE?

De groep Hip & Happening is druk bezig in de vrije tijd. Zij sporten, gaan veel uit (naar restaurants, cafés en discotheken), zitten veel op social media (Snapchat, Instagram en LinkedIn)

en Spotify, kijken series op Netflix en spelen games. Naast hun bed ligt een nrc.next of het Parool, een Glamour magazine of een Psychologie Magazine.

Als het gaat om cultuurbezoek, dan gaat deze groep vooral naar een tentoonstelling in het museum of naar een (muziek) festival. Bezoek aan erfgoed is niet echt hun ding, al bezoeken zij wel vaker dan gemiddeld een hip industrieel complex, zoals de Verkadefabriek in 's-Hertogenbosch of Strijp-S in Eindhoven. Deze groep woont centraal en dichtbij alle vervoersmogelijkheden: zij bezoeken culturele activiteiten makkelijk door heel Nederland. Er zijn ook binnen Brabant veel evenementen waar ze graag naar toe gaan, zoals Jazz in Duketown, Glow en de Dutch Design Week. Van alle cultuurtypen bezoeken zij het vaakst Festival Circolo, Paaspop en Best Kept Secret.

Brabanders in de groep Hip & Happening beoefenen minder vaak zelf cultuuruitingen. Ze zijn vooral geen fan van beeldende activiteiten. Als ze dan wel cultuur beoefenen, dan maken zij muziek en zingen, filmen of fotograferen kunstzinnig of schrijven creatief. Liever maken zij tijd vrij voor een avontuurlijke vakantie of een stedentrip.

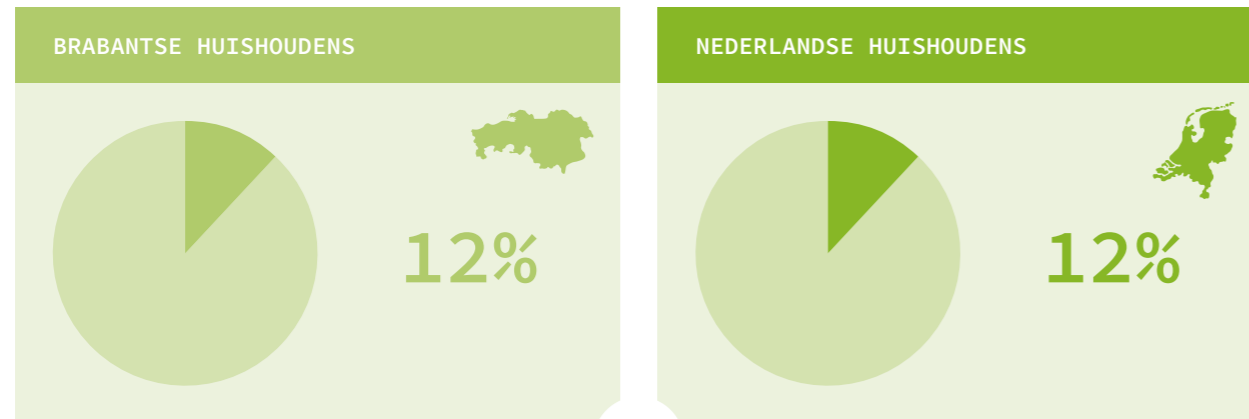
Deze groep is in het algemeen niet zo vaak lid van culturele organisaties, behalve van de bibliotheek. Ze geven weinig steun aan de culturele sector: zij verrichten niet vaak vrijwilligerswerk voor een culturele organisatie en ze geven niet vaak steun op een andere manier (bijvoorbeeld door geld te geven).



2 Hip & Happening

3 Welvarende Cultuursnuivers

Welvarende Cultuursnuivers zijn open, eerlijk en zelfverzekerd. Zij plukken graag de vruchten van hun comfortabele leefsituatie. Een deel van hen behoort tot de topklasse en leiden een luxe leven.



WIE ZIJN ZE?

-  **Ouder dan 45 jaar**

-  **Samen**
Met en zonder kinderen

-  **Loondienst, ondernemer, vrij beroep, (pre)pensioen**

-  **Hoger of universitair opgeleid**

-  **1,5 keer modaal of meer dan 2 keer modaal inkomen**

-  **2 onder 1 kap of vrijstaande woning**

-  **Twee auto's**

-  **Tilburg, Breda, 's-Hertogenbosch, Eindhoven***

** Ongeveer een derde van deze groep woont verspreid over de Brabantse middengrote en kleinere gemeenten.*

- ✓ *Leven in Luxe*
- ✓ *Genieten van het leven*
- ✓ *Hechten veel waarde aan kunst en cultuur in het eigen leven en voor de samenleving*
- ✓ *Fervente cultuurbezoekers en -beoefenaars*
- ✓ *Vaak lid van een culturele belangenorganisatie of -vereniging*
- ✓ *Steunen de cultuursector door geld te geven of vrijwilligerswerk te doen*

Welvarende Cultuursnuivers ervaren weinig zorgen en zijn overwegend 50-plussers die midden in het leven staan. Ze zijn vaak al klaar met werken, beschikken over voldoende middelen, de kinderen zijn het huis uit en ze wonen in een fijn huis met inmiddels geen hoge kosten meer. Een deel van hen heeft het materieel gezien ongekend goed, zij leven in luxe. Alle ingrediënten zijn aanwezig om heerlijk te genieten. Daarom gaan Welvarende Cultuursnuivers ook regelmatig op vakantie en houden ze van een rijk cultureel leven. Ze staan open en eerlijk in het leven en voelen een bepaalde verbondenheid met de samenleving die verder reikt dan de straat of gemeente.



Welvarende Cultuursnuivers gaan ook graag op bezoek, zijn veel buiten aan het wandelen of fietsen en ze sporten veel (golven met vrienden, tennissen). Ook vinden zij het heerlijk om te hobby'en door creatief bezig te zijn en spelletjes te doen. Welvarende Cultuursnuivers hebben genoeg ideeën om hun vrije tijd in te vullen.

Als Welvarende Cultuursnuivers nog werken, dan hebben zij vaak een goede baan in het hoge management, werken ze als ondernemer of geven ze leiding aan minimaal 20 medewerkers. Een aanzienlijk deel is al met (pre)pensioen; een ander deel is rentenierend.

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

Welvarende Cultuursnuivers hechten veel belang aan kunst en cultuur voor de samenleving. Voor zichzelf vinden zij kunst en cultuur ook belangrijk, zowel het bezoeken als het beoefenen van cultuur vormt voor hen een belangrijk onderdeel in het leven. Ook aan erfgoed hecht deze groep veel waarde. Het bezoeken van erfgoed is voor hen belangrijk in de vrijetijdsbesteding en zij vinden monumenten belangrijk voor de Brabantse identiteit.

Welvarende Cultuursnuivers zijn over alle aspecten van het Brabantse culturaanbod bovengemiddeld tevreden.

WAT DOEN ZE?

Welvarende Cultuursnuivers zijn actief in hun vrije tijd. Zij kijken dan naar intellectuele programma's op NPO 3, luisteren naar NPO radio 4 of Classic FM en lezen het NRC Handelsblad. Maar

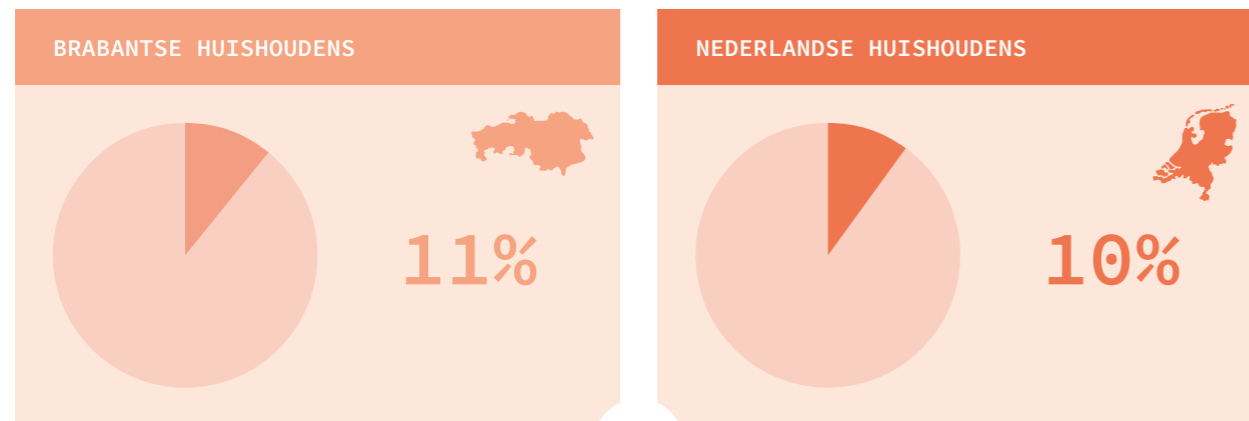
Welvarende Cultuursnuivers zijn fervente cultuurbezoekers. Zij gaan vooral naar tentoonstellingen in musea, literaire lezingen, evenementen met een historisch karakter en naar voorstellingen van toneel of cabaret. Ook concerten van klassieke-, opera- en jazzmuziek zijn populair onder deze groep. Van alle typen gaat deze groep het vaakst naar een dansvoorstelling. Ook bezoeken zij bovengemiddeld vaak erfgoed, met name historische dorpen en steden, kerken en kastelen worden door deze groep goed bezocht. Populaire evenementen onder deze groep zijn Dutch Design Week, Breda Jazz Festival, Open Monumentendag en Theaterfestival Boulevard.

Welvarende Cultuursnuivers beoefenen ook vaak structureel een culturele of kunstzinnige activiteit. Zij doen vooral aan muziek en zang, en kunstzinnige fotografie en film. Daarnaast kiezen zij als vakantie vaak voor een cultuurreis, waarvoor zij inspiratie opdoen in bladen als Geographic Traveler.

De groep Welvarende Cultuursnuivers is aanzienlijk vaak lid van culturele organisaties, zoals van een belangenorganisatie in de culturele sector of van een culturele vereniging. Deze groep geeft ook veel steun aan kunst en cultuur, vooral door geld te geven of vrijwilligerswerk te verrichten. ●

4 Voorzichtige Ouderen

Voorzichtige Ouderen leiden een sober, niet-materialistisch en niet-statusgericht bestaan. Trots op de Nederlandse identiteit. Risicomijdend en blijven graag dicht bij huis. 65-plussers met een benedenmodaal inkomen. Niet (meer) zo cultureel actief.



WIE ZIJN ZE?

-  **Ouder dan 65 jaar**

-  **Alleenstaand**
Geen kinderen

-  **Arbeidsongeschikt, (pre) pensioen, vrijwilliger**

-  **Praktijkgerichte opleiding**

-  **Benedenmodaal of modaal**

-  **Huurwoning of -appartement**

-  **(Elektrische) fiets**

-  **Tilburg, Breda, Eindhoven, Gilze-Rijen, Helmond, 's-Hertogenbosch, Roosendaal**

- ✓ *Blijven graag dicht bij huis en zijn risicomijdend*
- ✓ *Zijn niet (meer) zo cultureel actief*
- ✓ *Hebben weinig geld om aan cultuur te besteden*
- ✓ *Omroep MAX, boodschappen doen en kruiswoordpuzzels oplossen*
- ✓ *Georganiseerde uitstapjes: goed geregeld en betaalbaar*

Voorzichtige Ouderen hebben het fijn, maar leven minimalistisch door hun beperkte inkomen (AOW en soms een klein aanvullend pensioen). Ze mijden risico's en leiden een overzichtelijk bestaan. Ze verrichten graag vrijwilligerswerk; het houdt ze bezig en ze doen goed werk voor de samenleving.

De groep Voorzichtige Ouderen heeft het werkende leven achter de rug en vervulde eenvoudige banen of waren thuis voor het gezin. Soms hebben ze moeite om de eindjes aan elkaar te knopen.

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

Voorzichtige Ouderen houden zich wat afzijdig als het gaat om kunst en cultuur. Zij weten niet goed of ze kunst en cultuur van belang vinden voor de samenleving. Het is niet zo dat deze groep cultuurbezoek en -beoefening helemaal niet belangrijk

vindt in hun leven, maar zij hebben er simpelweg niet zo'n sterke mening over. Ook over het belang van erfgoed is deze groep neutraal.

Voorzichtige Ouderen zijn tevreden over het cultuuraanbod in Brabant, al vinden zij de prijs van het Brabantse cultuuraanbod soms wel wat aan de hoge kant. Ze weten vaak niet of er voldoende voorzieningen in de buurt zijn voor kunstzinnige en creatieve vrijetijdsactiviteiten of hebben hier niet echt een mening over.

WAT DOEN ZE?

Voorzichtige Ouderen zijn 65-plussers en veelal met (pre)pensioen. Zij hebben veel vrije tijd. Een deel van deze groep heeft de oorlog nog meegemaakt en ze zijn inmiddels niet meer zo actief in de samenleving. Ook online zijn ze niet zo actief. Hoewel ze steeds vaker een internetverbinding hebben, blijft hun gebruik ver achter bij de rest van Nederland. Ze vullen hun tijd met Omroep MAX, boodschappen doen en kruiswoordpuzzels oplossen. Ze lezen het regionale dagblad. Daarnaast besteden zij hun tijd aan recreatie buiten, zoals een goede wandeltocht of lekker fietsen in de natuur. Voorzichtige Ouderen ontvangen vaak bezoek of gaan op bezoek, gaan graag winkelen en doen aan vrijwilligerswerk. Ook wonen ze bovengemiddeld vaak sportwedstrijden of sportactiviteiten bij van de kleinkinderen.

Voorzichtige Ouderen bezoeken niet veel culturele activiteiten. Een enkele keer gaan ze mee met een georganiseerd uitstapje; dan is alles duidelijk georganiseerd en betaalbaar. Ze bezoeken dan een tentoonstelling in het museum, een evenement met historisch karakter of een concert van een fanfare, harmonie of koor. Bezoek aan erfgoed springt er bij deze groep ook niet uit. Als ze iets bezoeken, dan vooral historische dorpen of steden en kerken. Zij blijven het liefst binnen de eigen woonplaats voor het cultuurbezoek. Evenementen als Open Monumentendagen, Breda Jazz, Bloemencorso Zundert en Breda Photo festival zijn populair bij deze groep. Voorzichtige Ouderen beoefenen niet veel zelf. Als ze iets beoefenen, dan is het vooral muziek en zang.

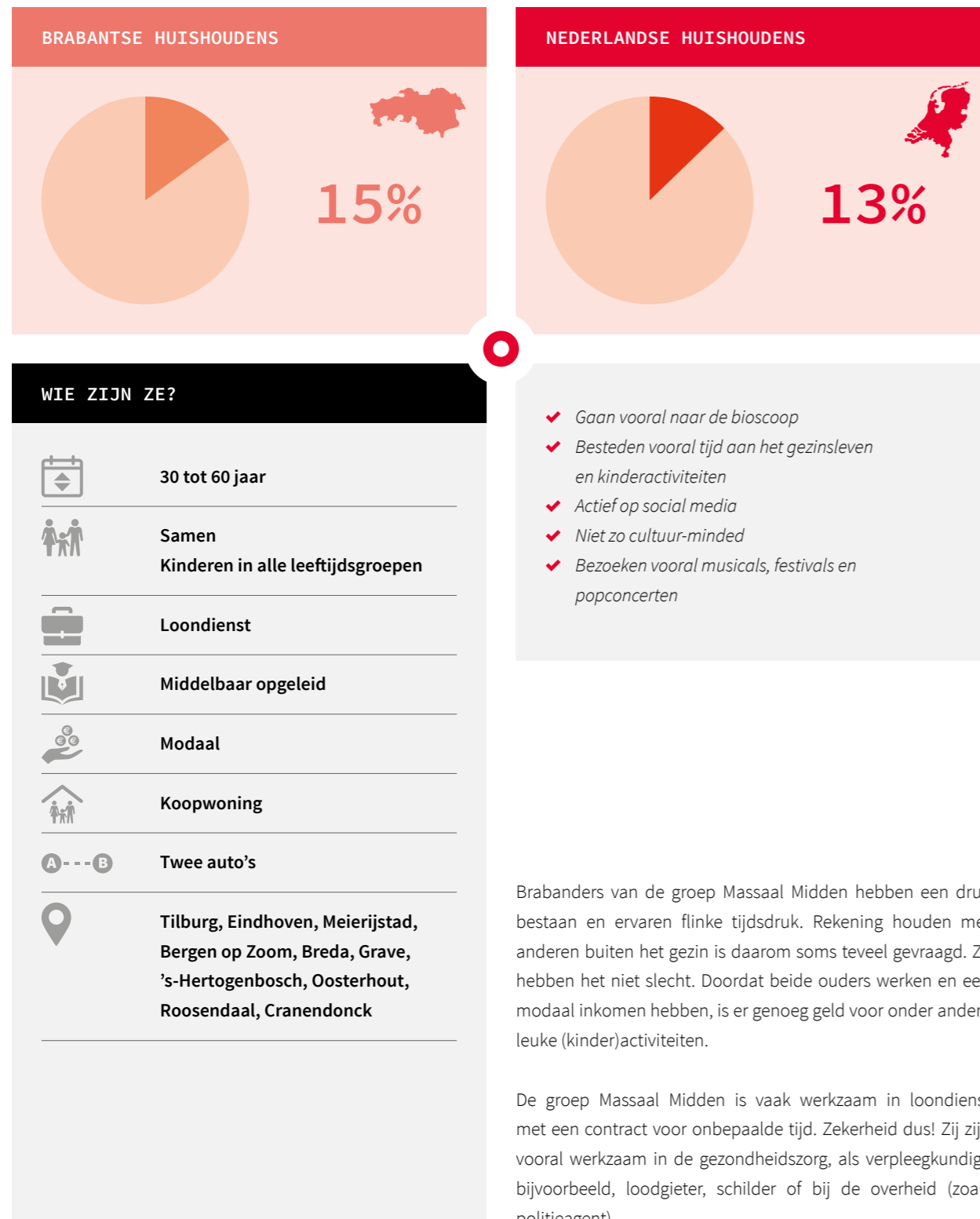
De groep Voorzichtige Ouderen is niet vaak lid van een culturele organisatie. Van alle groepen zijn zij het minst vaak lid van de bibliotheek. Zij steunen kunst en cultuur minder vaak dan gemiddeld. Als zij wel steunen, doen ze dat vooral door geld te geven. ●



4 Voorzichtige Ouderen

5 Massaal Midden

De groep Massaal Midden heeft het druk! Zij staan midden in het leven met een volle agenda: school, werk, sport en kinderen. Modaal inkomen, gekocht rijtjeshuis. Alleen cultuur-minded als de drukke agenda het toelaat.



WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

De groep Massaal Midden vindt cultuur en erfgoed van belang voor de samenleving. Ze scoren hierin gemiddeld ten opzichte van andere Brabanders. Het zelf beoefenen van cultuur vindt deze groep niet zo van belang.

Brabanders in de groep Massaal Midden zijn tevreden over het culturaanbod in Brabant, maar hun waardering is iets minder hoog dan gemiddeld. Met name de zichtbaarheid van en de diversiteit in het Brabantse culturaanbod kan wat hen betreft beter. Zij vinden wel dat er ruim voldoende voorzieningen in de omgeving zijn voor hun kunstzinnige of creatieve vrijetijdsactiviteiten.

WAT DOEN ZE?

Het gezinsleven en kinderactiviteiten bepalen voor een groot deel de agenda van deze groep. Zij besteden hun vrije tijd graag door thuis te relaxen en een magazine als Ouders van Nu te lezen of bijvoorbeeld door een filmpje te kijken of muziek

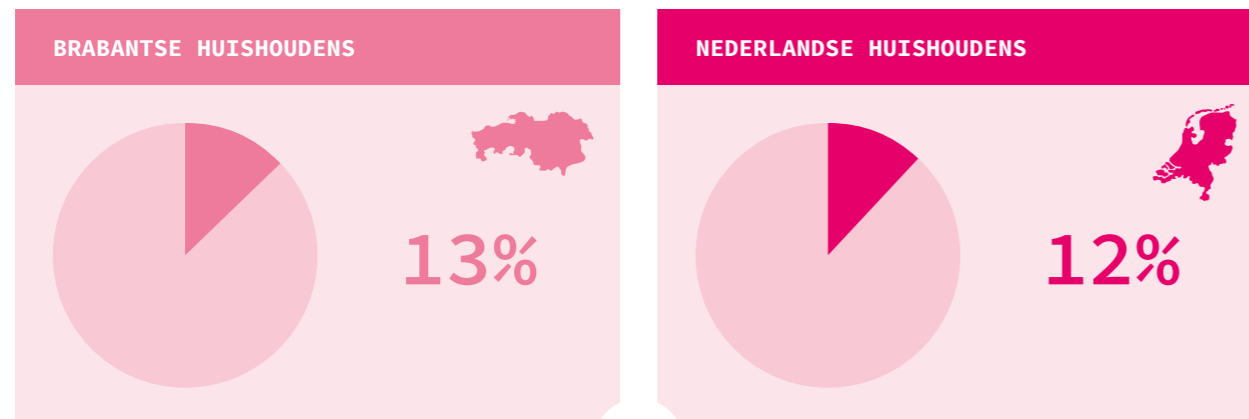
te luisteren. Ook zitten zij veel op social media (waaronder Pinterest) en spelen zij online games. Zij praten graag bij met vrienden en kennissen door op bezoek te gaan of bezoek te ontvangen. Ook wandelen of fietsen zij graag buiten.

De groep Massaal Midden bezoekt regelmatig kunst en cultuur, maar beoefenen zelf minder. Zij gaan vaak naar de bioscoop of filmhuis. Musical, festivals en popconcerten worden van alle groepen het meeste door deze groep bezocht. Brabanders in de groep Massaal Midden zijn niet bijzonder geïnteresseerd in het bezoeken van erfgoed. Populaire evenementen onder deze groep zijn GLOW en de Tilburgse kermis. Van alle typen gaat deze groep het vaakst naar STRP festival en WOO Hah Festival.

De groep Massaal Midden doet zelf aan muziek maken en zingen, kunstzinnige fotografie en film of beeldende activiteiten. Brabanders in de groep Massaal Midden zijn niet vaak lid van een culturele organisatie en geven minder steun aan kunst en cultuur dan gemiddeld. ●

6 Betrokken Vrijetijdsbenutters

Gezelligheid met de hoofdletter G! Geen vaste verplichtingen meer, maar vooral genieten van hun tijd samen en hun tijd met de (klein)kinderen. De actieve Betrokken Vrijetijdsbenutters gaan er dan ook graag op uit, om van de natuur te genieten of om vrijwilligerswerk te doen. Kunst en cultuur spelen een belangrijke rol in hun leven.



WIE ZIJN ZE?

-  **Ouder dan 60 jaar**

-  **Samenwonend**
Geen kinderen of kinderen boven de 25 jaar

-  **Loondienst, (pre)pensioen, vrijwilliger**

-  **Middelbaar opgeleid**

-  **Modaal inkomen**

-  **Koopwoning**

-  **Eén (eigen) auto**

-  **Tilburg, Eindhoven, Breda, 's-Hertogenbosch, Roosendaal, Meierijstad**

- ✓ *Hechten veel waarde aan kunst, cultuur en erfgoed*
- ✓ *Bezoeken voornamelijk erfgoed*
- ✓ *Houden van koken als hobby*
- ✓ *Zijn actief bezig in hun vrije tijd, bijvoorbeeld met vrijwilligerswerk*
- ✓ *Reizen graag*
- ✓ *Omroep Max, regionale zenders en regionale dagbladen*

De actieve 60-plussers wonen vaak samen en eventuele kinderen hebben het nest al verlaten. Vaak werken ze niet meer, maar helemaal niets doen is nog wel even wennen. Daarom zijn veel Betrokken Vrijetijdsbenutters actief als vrijwilliger, ondernemen ze veel uitstapjes en passen ze soms op bij de kleinkinderen. Ook maken ze regelmatig een mooie reis, eropuit met de caravan of overwinteren op de Canarische eilanden.

Betrokken Vrijetijdsbenutters hebben het niet bijzonder breed, maar het huis is vaak al volledig afbetaald dus er blijft genoeg over om leuke dingen te ondernemen. Verder voelen zij zich sterk verbonden met hun directe leefomgeving en zijn ze graag goed geïnformeerd over wat er allemaal gebeurt in de buurt.

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

Betrokken Vrijetijdsbenutters hechten bovengemiddeld veel waarde aan kunst en cultuur. Zowel voor de samenleving als voor het bezoeken en beoefenen van kunst en cultuur in hun vrije tijd. Dit geldt ook voor erfgoed, het vormt een belangrijk onderdeel in hun leven en daarbij vinden zij erfgoed van belang voor de Brabantse identiteit.

Brabanders van de groep Betrokken Vrijetijdsbenutters zijn erg tevreden met het culturaanbod in Brabant. Er zijn voldoende voorzieningen in hun omgeving voor kunstzinnige of creatieve vrijetijdsactiviteiten.

WAT DOEN ZE?

Betrokken Vrijetijdsbenutters houden ervan om actief bezig te zijn en brengen veel van hun vrije tijd buiten door, bijvoorbeeld door te wandelen of te fietsen. Van alle groepen hebben zij het vaakst koken als hobby en volgen hier dan ook regelmatig een cursus voor. Deze groep houdt daarnaast van winkelen en doen regelmatig aan vrijwilligerswerk, bijvoorbeeld in het wijk-

centrum of het naastgelegen verzorgingstehuis. Verder maken Betrokken Vrijetijdsbenutters graag zelf muziek of zijn ze kunstzinnig bezig met fotografie of andere beeldende activiteiten.

Deze groep is niet zo vaak online te vinden, behalve om af en toe een kaartje te bestellen voor het theater of een tentoonstelling. Op de TV staat vaak Omroep Max aan of kijken ze naar een regionale zender. Ook lezen ze graag regionale dagbladen en magazines als de Kampioen, om nieuwe ideeën op te doen voor aankomende reisesjes.

Ondanks dat Betrokken Vrijetijdsbenutters veel waarde hechten aan kunst en cultuur, bezoeken en beoefenen zij niet vaker dan andere groepen cultuuruitingen. Zij bezoeken vooral tentoonstellingen in musea en evenementen met een historisch karakter. Wel bezoeken zij vaker dan gemiddeld erfgoed, met name het historische karakter van dorpen, steden, kerken of kastelen spreekt hen aan. Open Monumentendag is dan ook populair bij deze groep. Zij blijven graag wat dichterbij huis voor hun cultuurbezoek.

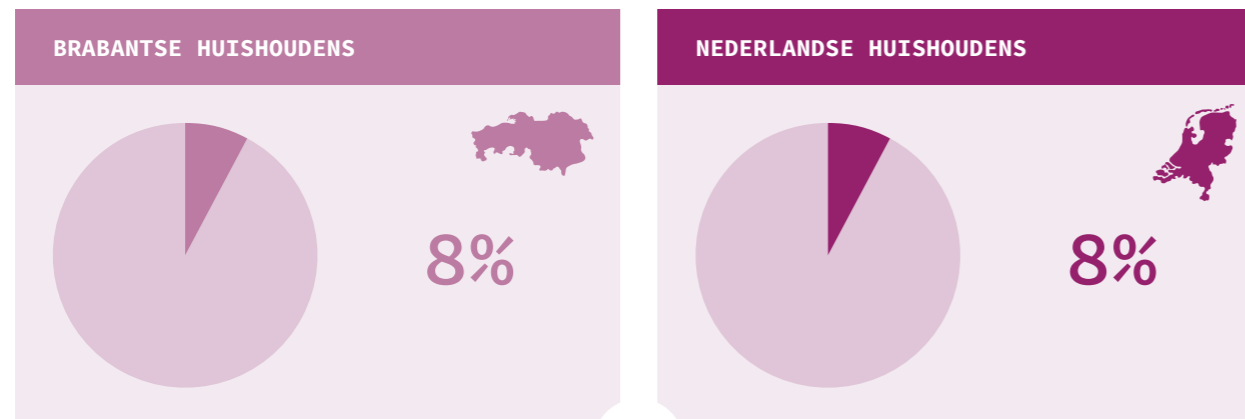
Dat Betrokken Vrijetijdsbenutters veel waarde hechten aan kunst en cultuur uit zich wel in hun lidmaatschap en steun. Zij zijn vaak lid van een culturele organisatie, zoals van een belangengroep, heemkundekring of culturele vereniging. Ook steunen zij kunst en cultuur vaak door vrijwilligerswerk te doen, lid te zijn van een vriendenvereniging of door geld te geven. ●



6 Betrokken vrijetijdsbenutters

7 Rustig Buitenleven

De mooie natuur, ver weg van de stad, dat is waar de groep Rustig Buitenleven van geniet. Ze zijn sterk verbonden met hun directe leefomgeving en hechten weinig waarde aan status en materie. Vooral gezond de dag door komen en genieten van de rust, dat is waar het om gaat!



WIE ZIJN ZE?

- 50 tot 80 jaar
- Alleenstaand of samen
Huishoudens met en zonder kinderen
- Loondienst, ondernemer,
werkloos of werkzoekend,
arbeidsongeschikt
- Middelbaar of hoger opgeleid
- Modaal of 1,5 keer modaal
inkomen
- Vrijstaande woning
- Twee auto's
- Halderberge, Boxmeer, Breda,
Zundert, Dongen, Haaren,
Hilvarenbeek*

* Tweederde van deze groep woont verspreid in de kleinere gemeenten in Brabant.

- ✓ Vrijstaande koopwoning met veel grond eromheen
- ✓ Genieten van de rust en de landelijke natuur
- ✓ Vooral geïnteresseerd in erfgoed
- ✓ Bloemencorso Zundert, Brabantsedag Heeze en Open Monumentendag
- ✓ Magazines als Buitenleven en Landleven

Sommige Brabanders van de groep Rustig Buitenleven zijn nog werkzaam. Dit is vaak in de landbouw, als tuinder of veeteler. Ook doen ze regelmatig meer ambachtelijke beroepen, zoals schilder of hovenier. Veel van hen heeft een bedrijf aan huis.

De groep Rustig Buitenleven woont in landelijke, vrijstaande koopwoningen met veel grond eromheen. De rust en de natuur, weg van de drukte uit de stad, is voor hen van belang. In hun vrije tijd zijn ze bijvoorbeeld graag in de tuin bezig, klussen ze aan oude auto's, rijden ze paard of trekken ze erop uit om een stuk te wielrennen. Vanwege de grotere afstanden staan er vaak twee auto's voor de deur.

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

De groep Rustig Buitenleven is niet zo geïnteresseerd in kunst en cultuur en hecht dan ook minder waarde hieraan voor de samenleving dan gemiddeld. Voor hen vormt bezoek en beoefening ook minder vaak een (belangrijk) onderdeel in het



7 Rustig Buitenleven

leven. Hun interesse voor erfgoed is daarentegen wel groter dan gemiddeld. Bezoek aan erfgoed is voor hen een belangrijk onderdeel van de vrijetijdsbesteding en ook vinden zij Brabantse verhalen, gebruiken en tradities van belang voor de Brabantse identiteit.

Brabanders van de groep Rustig Buitenleven zijn tevreden over het cultuuraanbod in Brabant, vooral over de kwaliteit van het Brabantse cultuuraanbod zijn zij te spreken. Ondanks dat deze groep in het buitengebied woont, vinden zij dat er voldoende voorzieningen zijn voor hun kunstzinnige en creatieve vrijetijdsactiviteiten.

De groep Rustig Buitenleven vindt het voornamelijk belangrijk om op de hoogte te zijn van wat er in de regio gebeurt. Zij kijken en luisteren dan ook vooral naar regionale radio en tv-zenders. Om te ontspannen en om nieuwe inspiratie op te doen, lezen ze graag magazines als Landleven of Buitenleven.

WAT DOEN ZE?

In hun vrije tijd is deze groep veel buiten te vinden. Zij wandelen of fietsen, tuinieren en klussen in en om het huis. Zij houden ervan om creatief bezig te zijn en te hobby'en. Ook trekt deze groep er regelmatig op uit met de motor of rijden ze paard in de buurt.

De groep Rustig Buitenleven bezoekt af en toe culturele activiteiten in hun vrije tijd. Zij gaan dan voornamelijk naar tentoonstellingen in musea, evenementen met een historisch karakter of ze gaan naar de bioscoop. Concerten van de fanfare, de harmonie en het koor worden het meeste van alle groepen

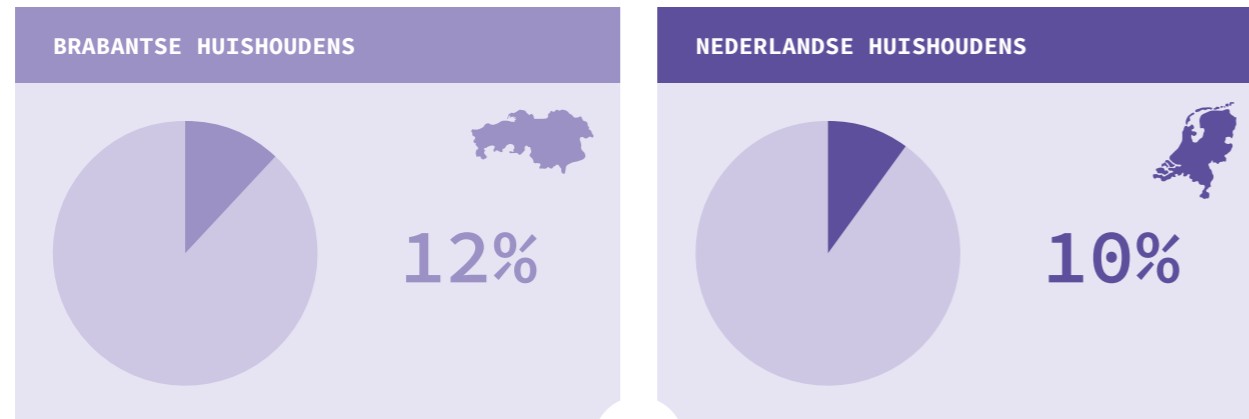
door deze groep bezocht. Dit geldt ook voor cultuurroutes. Het bezoeken van erfgoed is populair onder deze groep. Zij bezoeken met name historische dorpen of steden, kerken en landgoederen. Brabanders van de groep Rustig Buitenleven blijven graag binnen Brabant voor hun cultuurbezoek, maar zijn daarbij niet gebonden aan hun eigen gemeente voor het bezoek. Populaire evenementen onder deze groep zijn de Bloemencorso in Zundert en de Brabantsedag in Heeze. Wegens de grote interesse in erfgoed bezoeken zij ook vaak een Open Monumentendag.

Ondanks dat deze groep niet zo veel waarde hecht aan het zelf beoefenen van culturele activiteiten, beoefenen zij deze wel vaker dan gemiddeld. Dit doen zij ook vaker dan andere typen op structurele basis. Populair onder de groep Rustig Buitenleven zijn activiteiten als beeldende kunst, muziek maken en creatief schrijven.

Deze groep is vaker dan gemiddeld lid van een culturele organisatie, zoals van een heemkundekring of een culturele vereniging. En ondanks dat zij minder waarde hechten aan kunst en cultuur, steunen zij de sector het meest van alle groepen. Dit doen zij vooral door geld te geven of door vrijwilligerswerk te doen. ●

8 Actief Gezinsleven

Druk, druk, druk! Dat is het leven van de groep Actief Gezinsleven. Kinderen naar school brengen, sporten, werken, het sociale leven bijhouden: het gebeurt de hele dag door. Culturele activiteiten vinden dan ook alleen plaats als daar tijd voor is.



WIE ZIJN ZE?

- 30 tot 55 jaar
- Samen
Kinderen in alle leeftijdsgroepen
- Loondienst, ondernemer
- Hoger of universitair opgeleid
- 2 keer modaal inkomen
- Koopwoning
- Twee auto's
- 's-Hertogenbosch, Breda, Tilburg*

* Deze groep woont verspreid over Brabant, zowel in de grote steden, als in de M7 en kleinere gemeenten.

- ✓ Jongere, drukke gezinnen
- ✓ Hoogopgeleide tweeverdieners
- ✓ Dichtbij voorzieningen voor het gehele gezin
- ✓ Actief, zowel online als in het dagelijks leven

Brabanders in de groep Actief Gezinsleven zijn vaak hoogopgeleide tweeverdieners met een druk bestaan. Eén van beide werkt daarom vaak parttime. Ze werken bijvoorbeeld in de financiële sector, in de gezondheidszorg of als beleidsmedewerker bij de gemeente.

De (jonge) gezinnen wonen veelal in een nieuwere koopwoning in een dorp of kleinere stad, met alle voorzieningen in de buurt. Door de vele dagelijkse verplichtingen van het gehele gezin ervaart deze groep continue tijdsdruk.

WAT VINDEN ZE BELANGRIJK?

De groep Actief Gezinsleven heeft een gemiddelde interesse in kunst, cultuur en erfgoed. Volgens hen is kunst en cultuur belangrijk voor de samenleving. Cultuur bezoeken is voor hen iets minder belangrijk in het leven, zij hebben het dan ook vaak te druk door een hectisch werk- en gezinsleven. Het zelf beoefenen van culturele activiteiten is voor hen wel belangrijk in het dagelijks leven.

Brabanders in de groep Actief Gezinsleven zijn tevreden over het cultuuraanbod, maar geven een iets lagere waardering dan gemiddeld. Zij vinden dat het altijd beter kan, hun drukke bestaan vraagt veel voorzieningen en het aanbod mag van hen wel iets diverser.

WAT DOEN ZE?

Brabanders in de groep Actief Gezinsleven zijn druk. In hun vrije tijd gaan zij vaak op bezoek bij vrienden of familie of ontvangen zij bezoek. Deze groep is graag actief bezig, bijvoorbeeld door buiten met het gezin te wandelen of fietsen, of om naar de sportclub in de buurt te gaan.

Thuis staat vaak de radio aan, bijvoorbeeld Radio 538 of Qmusic, of wordt een serie op Netflix bekeken. Deze groep is verder behoorlijk online actief. Op social media, om even de LinkedIn te checken, of om online bestellingen te plaatsen. Het internet biedt een hoop gemak voor hen in alle hectiek van het dagelijks leven.

Ondanks dat de groep Actief Gezinsleven minder waarde hecht aan het bezoeken van kunst en cultuur, is deze groep erg actief. Zij bezoeken dan vooral voorstellingen van toneel of cabaret, een tentoonstelling in het museum of een festival. Ook erfgoed bezoeken zij regelmatig. Met name historische dorpen en steden, kastelen en kerken zijn bij deze groep populair. Van alle groepen wordt Groots met een zachte G (Guus Meeuwis) het vaakst bezocht door Brabanders in de groep Actief Gezinsleven. Ook zijn zij vaak te vinden op het Nirwana Tuinfeest en de Tilburgse kermis. Het maakt deze groep niet zo zeer uit waar de culturele activiteiten plaatsvinden, dit kan zowel binnen Brabant als elders in Nederland zijn.

Qua beoefening springt deze groep er niet direct uit, zij beoefenen gemiddeld vaak een culturele activiteit. Vooral beeldende activiteiten, muziek maken en het ontwerpen van websites zijn populaire vrijetijdsbestedingen binnen deze groep.

Brabanders in de groep Actief Gezinsleven zijn van alle groepen het vaakst lid van een bibliotheek en zijn hier dan ook regelmatig te vinden. Daarnaast zijn zij ook vaak bij de carnavalsvereniging actief. Zij steunen de culturele sector wegens het hectische bestaan minder vaak dan gemiddeld. Als zij wel steunen, doen zij dit dan ook voornamelijk door geld te geven. ●



Mooi, acht cultuurtypen! En nu?

Met behulp van de Whize consumentensegmentatie is een Brabantse cultuursegmentatie ontwikkeld, waarin de Brabantse inwoners verdeeld zijn in acht cultuurtypen. De groepen verschillen van elkaar in leeftijd, leefstijl, (consumenten)gedrag en culturele oriëntatie.

MAATSCHAPPELIJKE CONTEXT

De wereld is in beweging. Tegen het einde van het vorige millennium werd de geschiedenis doodverklaard (Fukuyama 1992)^v. Maar inmiddels weten we wel beter. Klassieke tegenstellingen als hoge versus lage cultuur zijn verdwenen en de autoriteit van instellingen en individuen wordt niet meer automatisch erkend (Bauman 2010)^{vi}. Daarbij is de samenstelling van de Nederlandse bevolking veranderd. Mensen met een

andere culturele achtergrond dragen bij door het toevoegen van andere geschiedenissen, tradities en zinswijzen. Naast deze grote sociologische thema's verandert ook het leven van alledag razendsnel. Met name digitalisering en het steeds verder doorontwikkelen van de bijbehorende hardware heeft de manier waarop we consumeren ingrijpend veranderd.

Dit alles is van invloed op de wensen en samenstelling van het publiek alsmede de motieven van het publiek om kunst en cultuur te bezoeken. De Raad voor Cultuur identificeert in haar Advies Cultuurbestel 2021–2024 een tweetal problemen rond de toegankelijkheid en aantrekkelijkheid van cultuur^{vii}:

- Deelname aan de meer traditionele vormen van cultuur is voor veel Nederlanders niet vanzelfsprekend.
- De samenstelling van het aanbod en het publiek is te eenzijdig.

De Raad doet daarnaast een aantal voorstellen om tot een groter en breder bereik te komen, maar concludeert bovenal dat onderzoek naar het publiek aan de basis staat van iedere vorm van publieksbeleid. Binnen dit kader kan deze publicatie gezien worden als een belangrijke, zo niet voorwaarde stellende bijdrage aan publieksonderzoek in Noord-Brabant.

BELANGRIJKE BEVINDINGEN

Kijken we overstijgend naar de acht cultuurtypen in Brabant, dan valt vooral op dat de Welvarende Cultuursnuivers (type 3) zich het meest prettig voelen in het huidige culturele systeem. Het lijkt wel alsof de culturele sector voor hen gemaakt is: zij zijn erg tevreden over het aanbod en vervullen meerdere rollen zeer actief: die van bezoeker, beoefenaar en ondersteuner van kunst en cultuur. Daarentegen valt op dat er bij bijna alle andere typen sprake is van een mindere belangstelling in kunst en cultuur. De één bezoekt meer, de ander beoefent meer. Van ondersteuning in de vorm van vrijwilligerswerk of donateurschap is bij bijna de hele rest nauwelijks sprake. De aandacht voor de Welvarende Cultuursnuivers is een groot risico voor de sector. Inspelen op juist de andere typen zou een deel kunnen zijn van hun overlevingsstrategie. Instellingen kunnen ook accenten leggen ("wij richten ons op type 2 en voor de rest op niemand"). Ze hoeven niet iedereen te bedienen. Een strategische keuze zou kunnen zijn om er als instellingen (en overheid) samen verantwoordelijk voor te zijn dat het totale aanbod in een stad of gemeente alle cultuurtypen representeert.

De grootste groep in Brabant (bijna een kwart van de huishoudens) is het type Gewoon Gezellig. Deze groep is over het algemeen niet zo cultuur-minded als ze gevraagd worden naar het bezoeken van canonieke kunstvormen, maar opvallend is wel dat zij meer waarde hechten aan het zelf beoefenen. Het is dus kansrijk om deze groep actief te betrekken bij het (maken van) culturaanbod, aangezien zij wel graag (meer dan andere groepen) zelf aan culturele activiteiten doen. Hierbij is van belang "dat het onderscheid tussen consumptie en productie, en het onderscheid tussen de producent en de consument, de actieve cultuurparticipatie en haar publiek, in allerlei domeinen onder druk staat. Niet voor niets wordt er in academische kringen [...] onderzoek gedaan naar 'consumptie', [Het gegeven] dat het onderscheid tussen consument en producent, en tussen professional en amateur, vervaagt. (Boele 2017)^{viii}

MEERWAARDE VAN DE CULTUURSEGMENTATIE VOOR DE SECTOR

Met de cultuursegmentatie weten we van ieder Brabants huishouden iets over de levensfase, leeftijd, leefstijl, (consumenten)gedrag en culturele oriëntatie. Dit is interessant voor provincie en gemeenten, die hiermee meer inzicht krijgen in de inwoners van de gehele provincie, gemeente of een specifieke wijk of buurt. En op basis daarvan beleidskeuzes kunnen maken over bijvoorbeeld (culturele) voorzieningen, maar ook om inwoners beter te kunnen betrekken.

Daarnaast is de cultuursegmentatie interessant voor culturele instellingen. De cultuursegmentatie geeft inhoud aan of een verrijking van de data die instellingen in hun CRM systemen hebben opgeslagen. Deze inzichten kunnen input leveren voor de communicatiestrategie én kunnen gebruikt worden om publiekswerking te versterken.

De verrijking van de cultuursegmentatie aan het CRM systeem geeft namelijk inzicht in cultuurtypen die op dit moment bereikt worden, maar ook in de cultuurtypen die op dit moment niet bereikt worden, maar qua culturele oriëntatie wel aansluiten bij de culturele instelling. Het geeft handvatten om ook deze groep(en) beter te betrekken en te bereiken.

OP WEG NAAR EEN TOEGANKELIJK EN BRUIKBAAR INSTRUMENT

Om de segmentatie echt van meerwaarde te laten zijn, zodat het input kan leveren voor beleids- en communicatiestrategieën, is het belangrijk dat zowel gemeenten als culturele instellingen er zelf ook mee kunnen werken. In dit huidige rapport presenteren we enkel de ontwikkelde cultuursegmentatie, waarmee we de basis leggen voor een instrument. Dit



is als het ware fase 1. De volgende fase is om instellingen er echt mee aan de slag te laten gaan en op basis van deze gegevens te laten werken aan publiekswerking. In deze vervolgstap geven we de eigenaarschap terug aan de instellingen om de informatie over hun eigen publiek zelf te analyseren en daarop te sturen. Daarnaast kan met de rapportages van de individuele instellingen overkoepelend meer inzicht gegenereerd worden in het Brabantse cultuurpubliek.

Dit kan met een interactief dashboard waarin de culturele instelling haar klantbestand periodiek kan inladen en er vervolgens een 'geautomatiseerde' rapportage op het dashboard verschijnt. In dit dashboard kan de instelling de verschuivingen in haar publieksgroep monitoren, zelf 'analyseren' door selecties aan te passen, keuzes te maken in visualisaties (grafieken, tabellen) en uitdraaien te maken.

We experimenteren in het voorjaar van 2020 met het bouwen van zo'n dashboard, om de data en inzichten toegankelijk en bruikbaar te maken voor de instellingen zelf. En om met de opgehaalde inzichten overkoepelende analyses te kunnen doen. Zodat instellingen zelf, maar ook overkoepelende (overheids)organisaties in de toekomst meer datagedreven kunnen werken aan publiekswerking. ●

Onderzoeksverantwoording

In deze publicatie hebben we gebruik gemaakt van de Brabantse cultuurpeiling onder het Brabantpanel en het panel van Panelclix. Brabantpanel is een online panel, bestaande uit ongeveer 1.500 Brabanders van 16 jaar en ouder. De cultuurpeiling is daarnaast bij Panelclix uitgezet onder Brabanders van 16 jaar en ouder, om zo de respons en de representativiteit voor de Brabantse samenleving te versterken. In totaal hebben 2.046 Brabantse inwoners de cultuurpeiling ingevuld. Vervolgens is er nog een aanvullende vragenlijst uitgezet onder het Brabantpanel met vragen over specifieke cultuurinteresses en cultuurbezoek.

Om te komen tot een cultuursegmentatie, is de data van de cultuurpeiling gekoppeld aan de Whize-segmentatie van Whooz op huishoudniveau. Whize is ontworpen om alle Nederlandse huishoudens te beschrijven en te classificeren, en is onderverdeeld in elf segmenten. Deze segmenten zijn gespecificeerd op basis van sociodemografie, levensstijl en (koop)gedrag van

Nederlandse huishoudens. Door deze leefstijlsegmentatie van Whize te koppelen aan de gegevens van de cultuurpeiling en het verdiepende onderzoek onder Brabantpanel, voegen we een cultuurdimensie toe aan de Whize-typologie. Zo kunnen we verschillende publieksgroepen van Brabanders onderscheiden, met ieder een eigen culturele smaak.

De oorspronkelijke Whize-typologie bestaat uit elf segmenten. Verschillende Whize-typen lijken echter qua achtergrondkenmerken én voornamelijk qua cultuuruitingen aanzienlijk op elkaar. Om een cultuurdimensie toe te voegen aan de Whize-typologie, zijn daarom enkele Whize-typen samengevoegd, om zo te komen tot de acht cultuurtypen in deze publicatie. Deze acht cultuurtypen zijn een update van de eerder beschreven Culturele Smaak van Brabanders uit 2013. In onderstaande tabel is te zien welke Whize-typen behoren tot de in deze rapportage beschreven cultuurtypen.



WHIZE TYPE(N)	NAAM / NAMEN WHIZE-TYPEN	TYPE NR.	NAAM CULTUURTYPE
A / C	Dromen en rondkomen / Volks en uitgesproken	1	Gewoon Gezellig
B / E	Jong en hoopvol / Stedelijk dynamiek	2	Hip & Happening
J / K	Zorgeloos en actief / Luxe leven	3	Welvarende Cultuursnuivers
D	Bescheiden ouderen	4	Voorzichtige Ouderen
F	Gewoon gemiddeld	5	Massaal Midden
G	Gezellige emptynesters	6	Betrokken Vrijtijdsbenutters
H	Landelijke vrijheid	7	Rustig Buitenleven
I	Plannen en rennen	8	Actief Gezinsleven

Tabel 2 Whize typen omgezet naar Cultuurtypen

De acht cultuurtypen zijn goed vertegenwoordigd onder de respondenten van het onderzoek. De verdeling van cultuurtypen in de groep respondenten is vergelijkbaar met de verdeling van de typen in Nederland en Brabant. In onderstaande tabel is weergegeven hoe deze verdeling eruit ziet.

Vooraf het type Hip & Happening is ondervertegenwoordigd in de groep respondenten. De Betrokken Vrijtijdsbenutters zijn daarentegen oververtegenwoordigd in de onderzoeksgroep.

CULTUURTYPE	VERDELING NEDERLAND	VERDELING BRABANT	VERDELING RESPONDENTEN IN HET ONDERZOEK
Gewoon Gezellig	23%	21%	18%
Hip & Happening	13%	8%	4%
Welvarende Cultuursnuivers	12%	12%	14%
Voorzichtige Ouderen	10%	11%	10%
Massaal Midden	13%	15%	16%
Betrokken Vrijtijdsbenutters	12%	13%	22%
Rustig Buitenleven	8%	8%	6%
Actief Gezinsleven	10%	12%	11%

Tabel 3 Verdeling typen over Nederland, Brabant en vertegenwoordiging respondenten



Literatuur

ⁱ **Defesche, J. (2016)**

Publiekswerking, op weg naar een breder publieksbereik?

AMSTERDAM: AHK: MASTERSCRIPTIE.

ⁱⁱ **Bommel, M. van & Du Long, K. (2013)**

Culturele Smaak van Brabanders: een onderzoek naar de verschillende cultuurconsumenten in Noord-Brabant

TILBURG: HET PON

ⁱⁱⁱ **Whooz (2019)**

Whize databrochure: slim gebruik van data voor klantgesegmenteerde communicatie

DEN HAAG: WHOOZ.

^{iv} **Broers, B. et al. (2018)**

Waarde van Cultuur: de staat van de Brabantse cultuursector

HET PON, KUNSTLOC, PYRRHULA, TELOS EN BOEKMANSTICHTING

^v **Fukuyama, F. (1992)**

The end of history and the last man

NEW YORK: FREE PRESS

^{vi} **Bauman, Z. (2004)**

Wasted lives; modernity and it's outcasts

CAMBRIDGE: POLITY

^{vii} **Raad voor Cultuur (2019)**

Cultuur dichtbij, dicht bij cultuur

DEN HAAG: RAAD VOOR CULTUUR

^{viii} **Boele, E.B. (2017)**

Op zoek naar de betekenis van Cultuurparticipatie

UTRECHT: LKCA

Bezoekadres

Stationsstraat 20c
5038 ED Tilburg

Postadres

Postbus 90123
5000 LA Tilburg

Contact

(013) 535 15 35
info@hetpon.nl
www.hetpon.nl

