

DE CULTUURBELEVING VAN...

Studentikozen

Startende stedelingen

Sportieve gezinnen

Eenvoudige pensioengenieters

## Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Studentikozen en podiumbezoek	5
2. Startende stedelingen en museumbezoek	10
3. Sportieve gezinnen en podiumbezoek	14
4. Eenvoudige pensioengenieters en museumbezoek	22
Conclusies en aanbevelingen	28
Bijlage 1 Profielen deelnemers onderzoek	31

## Inleiding

Hoe beleven verschillende doelgroepen het culturele aanbod in Rotterdam? Dat is de hoofdvraag van dit onderzoek. In 2008 heeft Rotterdam Festivals acht doelgroepen geïntroduceerd voor de culturele sector in Rotterdam. Deze kwamen tot stand door een combinatie te maken tussen de uitkomsten van de Vrijtijdsomnibusenquête die elke twee jaar wordt uitgevoerd door het COS Rotterdam, cultureel MOSAIC uitgevoerd door EMC Cultuuronderzoeken en bezoekersbestanden aangeleverd door culturele instellingen in Rotterdam. De acht doelgroepen zijn ingedeeld in drie groepen, die respectievelijk vanzelfsprekend gebruik maken van het Rotterdamse culturaanbod, dat af en toe doen (als optie) of alleen bij toeval in aanraking komen met cultuur.

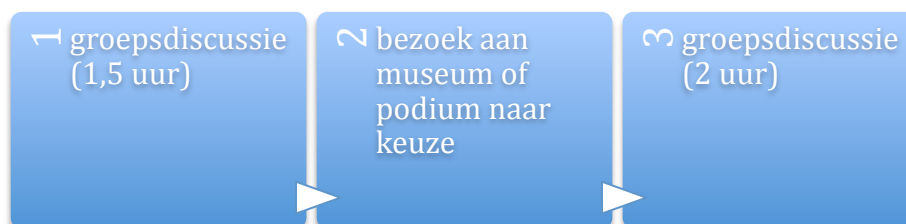
	18-25 jaar	25-35 jaar	35-60 jaar	60 plus
<b>Cultuur is vanzelfsprekend</b>		Startende stedelingen	Welgestelden	Seniore cultuurliefhebbers
<b>Cultuur als optie</b>	Studentikozen	Sportieve gezinnen		Eenvoudige pensioengenieters
<b>Cultuur bij toeval</b>		Doorzetters	Modale medioren	

Van deze groepen hebben we via de enquêtes van het COS en de database van MOSAIC een redelijk beeld. We weten bijvoorbeeld hoe oud ze ongeveer zijn, in welke levensfase ze zitten, wat ze bezoeken op cultureel gebied, welke media ze gebruiken en waar ze wonen.

Toch leefde bij Rotterdam Festivals vanaf het begin af aan de wens om deze doelgroepen beter te leren kennen. We weten wel welke locaties ze bijvoorbeeld bezoeken, maar niet hoe ze daar terecht komen, waarom ze ervoor kiezen juist daarheen te gaan, met wie ze dat doen, hoe ze erheen gaan en hoe ze hun bezoek vervolgens ervaren. Een jaar geleden experimenteerden we daarom met Mystery Visits door leden van verschillende doelgroepen. Hierbij vulden de respondenten formulieren in waarin ze verschillende aspecten van hun bezoek beoordeelden en beschreven: van de voorbereiding en de weg ernaartoe tot de ontvangst, het programma en de evaluatie achteraf. Het leverde interessante informatie op, maar ook vrij oppervlakkige informatie. Wat betekenden de goede of minder goede cijfers voor de verschillende aspecten van het bezoek? Waarom waren bepaalde groepen tevredener dan andere? We wilden meer weten! Namelijk:

- Hoe beleven verschillende doelgroepen het museum- en podiumaanbod van Rotterdam?
- Wat beweegt hen dit wel of juist niet te bezoeken?
- Welke aspecten in specifieke musea en podia dragen bij aan de positieve of negatieve beleving van een bezoek?
- Welke veranderingen zouden musea en podia kunnen doorvoeren om de onderzochte doelgroepen (nog) beter te bedienen?

Vandaar dat we er in de opzet van dit onderzoek voor kozen om zowel discussies te organiseren met leden van verschillende doelgroepen als hen te vragen aantekeningen te maken tijdens een bezoek aan een culturele instelling (museum of podium) naar keuze, waarbij we ervoor zorgden dat er zo veel mogelijk verschillende musea, podia (incl voorstellingen en/of concerten) bezocht werden. Voorafgaand aan het bezoek bediscussieerden we hun houding ten opzichte van het culturele aanbod in Rotterdam en hun verwachtingen van het bezoek, na afloop stond de discussie in het teken van de ervaring die ze hadden opgedaan.



Rotterdam Festivals koos ervoor de volgende doelgroepen te onderzoeken in relatie tot de volgende culturele instellingen:

OVER PODIA	OVER MUSEA
<u>Studentikozen</u> : 18-25-jarigen, hoog opgeleid, studerend of net werkend, ambitieus en gehecht aan hun onafhankelijkheid.	<u>Startende stedelingen</u> : 25-35-jarigen aan het begin van hun carrière met een hoge of middelbare opleiding, gehecht aan comfortabel leven, keuzevrijheid, opwinding en plezier.
<u>Sportieve gezinnen</u> : 25-35-jarigen, sportief, met of zonder kinderen, druk, weinig tijd, middelbaar opgeleid.	<u>Eenvoudige pensioengenieters</u> : 60-plus, echtparen en alleenstaanden, met pensioen, middelbaar of laag opgeleid, teruggetrokken en tevreden leven.

Deze doelgroepen werden geselecteerd, omdat het om groepen gaat die nog niet vanzelfsprekend het betreffende culturele aanbod bezoeken, maar daar wel interesse in tonen<sup>1</sup>. De resultaten van het onderzoek kunnen dus bruikbaar zijn om deze doelgroep meer te betrekken bij dit aanbod. Voor de twee doelgroepen die cultuur alleen bij toeval bezoeken, de doorzetters en de modale medioren, geldt dat zij erg moeilijk te bereiken zijn. Om die reden is een onderzoek als dit waarschijnlijk niet heel bruikbaar. De twee groepen die al goed bereikt worden, welgestelden en seniore cultuurliefhebbers, zijn zeker interessant om te onderzoeken, maar de meeste culturele instellingen hebben hen al goed in het vizier, omdat het hier om vaste klanten gaat.

De volgende musea en podia werden door de respondenten bezocht in het kader van het onderzoek in de periode 24 januari 2011 t/m 18 februari 2011. De profielen van de respondenten zijn te vinden in bijlage 1. Tussen haakjes staat het aantal respondenten.

<u>Studentikozen (8)</u> : Rotterdamse Schouwburg: RO/Dieven & Nieuw West/Dallas Theater Zuidplein: Henry van Loon & Heartbeat Oude Luxor: Schudden Nieuwe Luxor: Legally Blonde De Doelen: Gaby Moreno Rotown: Family of the year	<u>Startende stedelingen (8)</u> : Natuurmuseum Boijmans van Beuningen Fotomuseum Arboretum Trompenburg Fort aan den Hoek van Holland Scheepswerf de Delft Witte de With Wereldmuseum
<u>Sportieve gezinnen (6)</u> : Rotown: 3voor12 presents Krach Theater Zuidplein: Sanne Wallis de Vries Baroeg: Officium Triste LCC Zevenkamp: Raaf en Kip LCC IJsselmonde: let wiet waait weg Rotterdamse Schouwburg (Café Floor): Het Gouden Ei	<u>Eenvoudige pensioengenieters (7)</u> : Maritiem Museum Arboretum Trompenburg Radiomuseum Houweling Telecommuseum Boijmans van Beuningen Wereldmuseum Havenmuseum

In het onderstaande worden de verschillende doelgroepen en hun beleving van musea of podia een voor een besproken. In hoofdstuk 1 komt het podiumbezoek van de studentikozen aan de orde, in hoofdstuk 2 het museumbezoek van de startende stedelingen. In hoofdstuk 3 ga ik in op het podiumbezoek van de sportieve gezinnen, waarna in hoofdstuk 4 het museumbezoek van de eenvoudige pensioengenieters behandeld wordt. Het rapport wordt afgesloten met een aantal algemene conclusies en aanbevelingen.

<sup>1</sup> Startende stedelingen worden wel ingedeeld in de groep 'Cultuur is vanzelfsprekend' in het schema op bladzijde 2, maar dit geldt bij hen voornamelijk voor het bezoek aan podia. Musea worden veel minder vanzelfsprekend bezocht.

# 1. Studentikozen en podiumbezoek

***Studentikozen zijn mensen tussen de 18 en 25 jaar, ambitieus en gehecht aan hun onafhankelijkheid. Het merendeel van hun tijd besteden ze aan studeren en werken. De top drie van vrijetijdsactiviteiten is uit eten gaan/lunchen, winkelen voor het plezier en het bezoeken van de bioscoop. Studentikozen hebben niet veel te besteden en geven aan deze vrijetijdsactiviteiten vaak niet meer dan 25 euro of niet meer dan 50 euro per maand uit. Studentikozen maken 4% uit van de alle huishoudens in Rotterdam (Bron: RF).***

## Cultuurbezoek & oriëntatie op het aanbod

Naar de bioscoop: dat is wat alle ondervraagde leden van deze doelgroep erg regelmatig doen. Het merendeel gaat vooral naar Pathé Schouwburgplein, een deel ook wel naar Cinerama of Lantaren/Venster. Maar hun culturele bezoekgedrag is breder dan film. De een concentreert zich op popmuziek, de ander gaat graag naar stand-up comedy of cabaret. Een enkeling bezoekt ook theater, dans of musical. Daarbij zijn er ook verschillende voorkeuren als het gaat om groot- of kleinschaliger aanbod. Waar sommigen vooral de intimiteit van kleine locaties (Lantaren/Venster, Rotown, WMDC), open podia en dergelijke opzoeken, gaan anderen juist voor grotere locaties en bekendere namen, bijvoorbeeld concerten in Paradiso of de Heineken Music Hall in Amsterdam, cabaret in het Oude Luxor of Theater Zuidplein of musicals in het Nieuwe Luxor. Alle panelleden bezoeken daarnaast festivals: de grotere zomerfestivals, maar ook binnenfestivals als Geen Daden Maar Woorden in de Rotterdamse Schouwburg of het Lezersfeest in de bibliotheek.

Cultuurbezoek is belangrijk in hun leven, vinden de Studentikozen. Twee panelleden volgen een opleiding in die richting: CMV en Vrijetijdsmanagement. Door hun studie zijn ze nauw betrokken bij het culturele leven in Rotterdam en bezoeken ze ook veel kleinschaliger onbekender aanbod. De een zegt daarover: "Ik vind cultuur een verrijking van mijn leven. Het geeft me een bijzonder en prettig gevoel. Ik houd van intieme optredens. Je voelt en ervaart dan wat de artiesten voelen en ervaren". De ander voegt toe: "Door mijn opleiding kijk ik anders naar cultuur. Voor mij is het echt zelfontplooiing en het verbreden van mijn horizon. Ik word er ruimdenkender van." Voor de andere panelleden is cultuur misschien minder centraal in hun leven. Niettemin neemt het, naast andere vormen van vrijetijdsbesteding, een belangrijke plek in: "Het is leuke dingen doen naast de sleur van studie of werk, met vrienden zodat je achteraf de ervaring kunt delen", of: "Na een tentamen beloon ik mezelf met een uitstapje." Voor de meesten is cultuurbezoek een mix tussen iets willen opsteken of iets nieuws willen ervaren en pure ontspanning: "Omdat je niet thuis wilt zitten en even vermaakt wil worden." Indien ontspanning het belangrijkste is 'dan ga ik naar een commerciële film', als je ook iets op wilt steken kies je sneller voor 'een buitenlandse film met een gevoelig thema'. Voor alle panelleden geldt dat ze het liefst met vrienden gaan, maar ook wel eens alleen gaan, als het zo uitkomt. Een deel van de groep bestaat uit echte early adopters. Voor hen is een belangrijk motief om uit te gaan ook om op de hoogte te blijven van nieuwe plekken en artiesten. Zo was ten tijde van de discussie Heidegger net open gegaan en werden hier druk ervaringen over uitgewisseld.

De beslissing om ergens heen te gaan is bij deze groep vaak een sociaal proces, dat eindigt op de dag zelf: "Het gaat eigenlijk vanzelf, ik hoef het niet te regelen." Men plant het liefst zo kort mogelijk van tevoren. Alleen voor grote namen is men bereid al eerder kaarten aan te schaffen. Er wordt over en weer overlegd: wie gaat er mee? Vanwege de kleine budgetten die men beschikbaar heeft is het niet gebruikelijk dat een persoon de kaarten vooraf koopt: "Ik ga geen geld voorschieten voor anderen." Als het enigszins mogelijk is worden de kaarten daarom aan de zaal gekocht. Als het nodig is ook via internet: "Dat doet ieder dan voor zich." Opvallend is dat er geen panelleden zijn die actief bijhouden wat er te doen is: "Ik heb geen geld dus dan ben ik alleen maar teleurgesteld over wat ik allemaal mis" en "Heel af en toe zoek ik zelf informatie via websites, maar dan kan ik het vaak niet vinden." Voor iedereen geldt dat je toevallig iets hoort: van vrienden of via gewone of social media en dan overweegt om ernaartoe te gaan. Men benadrukt wel dat dit vervolgens een actie, eigen beslissing is. Vrienden lijken de belangrijkste informatiebron. Daarnaast worden De Wereld Draait Door en Paul de Leeuw genoemd als televisieprogramma's waar je ideeën kunt opdoen en NL10 en de Uitagenda Rotterdam als tijdschriften waar sommigen wel eens iets uithalen. Van sommige artiesten, bands en podia bekijken de panelleden de websites af en toe: komen ze naar Nederland?, of ze volgen ze op Facebook (met name Rotown wordt veel gevolgd). Een enkeling krijgt ook digitale nieuwsbrieven. Flyers worden vooral gebruikt wanneer al besloten is om te gaan: "Ik lees ze voor de extra informatie, maar baseer er niet mijn beslissing op."

Bij het bezoeken van een podium staat voor de Studentikozen de artiest of de voorstelling centraal. Daarop wordt uitgekozen of ze wel of niet gaan. Bij muziek kijken ze bijvoorbeeld naar kleine fragmenten op internet of het ze wat lijkt. Over cabaretiërs hebben ze het liefst ook iets gehoord of op televisie gezien. Ze zijn wel bereid risico te nemen. Omdat deze doelgroep veel uitgaat, proberen ze veel verschillende dingen uit en hoeft niet alles wat ze bezoeken al bekend te zijn. Het podium is in de beslissing om te gaan duidelijk secundair. Hieraan zijn ze weinig loyaal. Ze komen terecht waar iets is wat ze willen zien. Dat kan regelmatig dezelfde plek zijn, als daar vaak iets te zien is wat hen aanspreekt, maar er is zeker geen sprake van vaste podia. Ook zal deze doelgroep nooit beslissen om niet te gaan omdat wat ze willen zien op een podium staat dat ze niet prettig vinden. Ook een slechte voorstelling op een bepaald podium, zal hen niet doen besluiten niet meer naar dat podium te gaan. Daarvoor moet het wel meer dan één keer mis gaan. Een andere belangrijke factor is met wie je gaat. Het liefst gaat deze groep met vrienden. Als die gaan, kan dat hen ook overhalen om te gaan en als je niemand kunt vinden om mee te gaan, kan dat je ook doen besluiten niet te gaan. Toch hecht deze doelgroep wel erg aan haar autonomie, waardoor ze allemaal beweren dat 'als je iets heel graag wilt zien, je ook wel alleen gaat'. Het is natuurlijk de vraag of ze dat ook echt zouden doen, maar ze schermen er in ieder geval graag mee. Tijd en geld zijn andere drempels die hen kunnen weerhouden van het bezoeken van podia.

#### Wat is een succesvol podiumbezoek?

Deze drie beslissingsfactoren: aanbod, podium en het sociale aspect, spelen ook een rol bij de evaluatie van de avond: hoe leuk is het geweest? Hoe goed het concert of de voorstelling was in combinatie met de sfeer zijn voor deze groep daarbij het belangrijkste. Het podium kan enige invloed uitoefenen op de sfeer, maar belangrijker is met wie je er bent en wie er nog meer zijn. Dit is ook goed te zien in de evaluaties van de bezoeken die de panelleden in het kader van het onderzoek brachten.

Dieven in de Rotterdamse Schouwburg, bezocht door student communicatie, 24 jaar:

"De voorstelling was geweldig. Het ging over de zinloosheid van het leven, verteld op een humoristische en absurde manier die verrassend diepzinnig was. De sfeer in de foyer tijdens de premièreavond was ook erg gezellig, maar het was zo druk dat ik er toch voor heb gekozen om iets te gaan drinken in de Witte de Withstraat. Daar konden we de voorstelling rustig laten bezinken."

Family of the Year in Rotown, bezocht door studente CMV, 23 jaar:

"Doordat ik ziek was op de avond dat ik naar Theater Walhalla wilde gaan, moest ik last minute nog iets anders uitkiezen. Dat werd Family of the Year in Rotown, waar ik vaker kom. Ik kende de band niet, maar heb ze op Youtube bekeken en het leek me leuk. Het was goede muziek voor de zondagavond. Omdat ik een doel had, voor het onderzoek een podium bezoeken, was het niet erg om alleen te gaan. Maar liever had ik het met iemand willen delen. Het was ook jammer dat het niet zo druk was."

Henry van Loon in Theater Zuidplein, bezocht door studente bedrijfskunde, 24 jaar:

"Het was echt niet leuk. Hij was niet grappig en ik was niet de enige die dat vond. Ik hoorde mensen in het publiek overleggen of ze naar huis zouden gaan. Het was een tegenvaller, want ik had verwacht dat hij leuk zou zijn. Na afloop hebben we lekker cocktails gedronken in de stad, waardoor het toch nog een leuke avond werd."

Legally Blonde in het Nieuwe Luxor, bezocht door student communicatie, 21 jaar:

"Ik heb een topavond gehad. Ik houd erg van musicals en dit was echt een leuke. De hoofdrolspeelster die inviel voor Kim-Lian van der Meij was ook erg goed. Het was anders dan bijvoorbeeld Les Misérables, die ik ook prachtig vond, omdat het verhaal veel luchtiger en vrolijker is. Daardoor was ik bang dat het misschien kinderachtig zou zijn, maar dat was niet zo. De sfeer zat er ook goed in in het Nieuwe Luxor, al viel ik wat uit de toon als hetero tussen al die homo's."

Dallas in de Rotterdamse Schouwburg, bezocht door student sociologie, 24 jaar:

"Het viel me een beetje tegen. Het thema sprak me aan, daar had ik het ook op uitgekozen, maar de manier waarop het gebracht werd helemaal niet. Het was meer een monoloog dan een echt toneelstuk. Het publiek was veel ouder dan ik. Mijn vriendin kreeg op een gegeven moment de slappe lach. Dat was eigenlijk het grappigste moment van de avond. De humor in de voorstelling sloeg bij mij niet erg aan, en bij de rest van de zaal volgens mij ook niet. De schouwburg als locatie was prima, een prettige plek."

Heartbeat in Theater Zuidplein, bezocht door student sportmanagement, 20 jaar:

“Ik heb een leuke avond gehad. Vanaf de eerste minuut trok het stuk mijn aandacht, net als bij een goede film. Het overtrof mijn verwachtingen. Het was een goede mix van grappig en serieus. Ik vond het wel iets te kort. Leuk dat je na afloop kon praten met de acteurs, alleen moest ik naar huis omdat ik nog moest studeren. Ik heb wel vooraf iets gedronken met mijn broer die met me mee was.”

Schudden in het Oude Luxor, bezocht door student bestuurskunde, 20 jaar:

“De voorstelling was grappig, leuk en creatief en ik heb dus een leuke avond gehad. De zaal was niet uitverkocht, maar de lege rijen waren afgezet, dus dat gaf geen raar gevoel. Het publiek reageerde goed. Ik had me vergist in de aanvangstijd en dacht dat ik er ruim op tijd was, maar toen begon het al. Gelukkig kon ik nog net op tijd naar binnen.”

Gaby Moreno in De Doelen, bezocht door studente vrijetijdsmanagement, 22 jaar:

“Het concert was erg goed, maar toch viel het me een beetje tegen. Dat kwam door de locatie. De zaal was een soort collegezaal en er was vooral ouder publiek. De sfeer was daardoor oubollig. Ik was in mijn eentje, want mijn vriend was afgehaakt. Ik werd wel heel aardig ontvangen en achteraf kreeg ik een tas mee met een jazzmagazine en een CD. Dat had ik niet verwacht en vond ik heel leuk.”

De beste avonden hebben veel van de panelleden als hun verwachtingen worden overtroffen. Juist als ze niet goed weten waar ze eigenlijk precies naartoe gaan, er min of meer toevallig terecht komen, en het blijkt heel goed te zijn, onthouden ze dat. Het kan zijn dat een vriend je meesleepte, of dat je moeder ineens vrijkaarten had of dat je naar een vriend ging kijken die meedeed aan een talentenjacht of cabaretwedstrijd. Iemand zegt daarom: “Als er een hype is dan is mijn verwachting vaak te hoog. Ik ga liever met lage verwachtingen en dat die dan worden overtroffen.” Toch is het voor een deel van deze doelgroep ook genieten als het lukt om kaarten te krijgen voor hele goede of beroemde acts: cabaretiers en comedians zijn in die categorie het meest populair.

Vervolgens draagt de sociale omgeving ook bij aan de beleving van de avond. Veel panelleden beschrijven topavonden waarbij ze met een grote groep vrienden naar iets heel goeds zijn geweest. Soms lukt het ook om op de avond zelf nog meer vrienden op die plek te krijgen, bijvoorbeeld naar Rotown waar een heel goede soulband uit Engeland optrad: “Ik heb op de avond zelf nog vrienden gesmsd dat ze ook moesten komen.” Als de rest van het publiek ook geniet is dat ook van invloed op de beleving. Dat publiek hoeft dan overigens niet per se uit dezelfde soort mensen te bestaan: “Er waren ook veel oudere mensen die de nummers herkenden uit hun jeugd. Dat vond ik heel leuk.” Toch werkt een ouder publiek soms ook sfeerverlagend, zoals de ervaringen van de respondenten in de Doelen en de schouwburg lieten zien. Waarschijnlijk is er een bepaald punt waarop de verhouding tussen ouder en jonger publiek te scheef wordt. Ander publiek kan ook negatief bijdragen aan de beleving wanneer het zich niet goed gedraagt. Dan gaat het juist vaak om jong publiek. “Soms zijn ze heel kinderachtig bezig en verpesten het zo voor de rest van het publiek.” Een van de panelleden weet daar wel raad mee: “Iemand die respectloze grappen maakte tijdens ‘Komt een vrouw bij de dokter’ heb ik een klap op zijn hoofd gegeven met een waterflesje. Dat hielp wel.” Ook weinig publiek kan de avond een mindere beleving laten zijn: “Een lege zaal heeft minder sfeer.”

Het podium kan bijdragen aan een positieve ervaring. Bijvoorbeeld door een aardige ontvangst, een fijne zaalindeling, goed geluid, een handige manier van kaartverkoop, het meegeven van iets extra's (zoals in de Doelen), een prettige foyer, de mogelijkheid de artiesten achteraf te ontmoeten of een extra mini-concert. Toch zijn dit vooral leuke extraatjes, die niet kunnen voorkomen dat een optreden dat niet in de smaak valt een negatieve beleving van de avond veroorzaakt. De sociale omgeving kan dat wel, zegt deze doelgroep: “De sfeer kan goed zijn ook al is de voorstelling dat niet. Als je bijvoorbeeld met een groepje naar de film gaat en het is een slechte film dan kun je toch een leuke avond hebben als je met zijn allen in een melige bui bent.”

Het podium kan, andersom, wel zodanig negatief aan de avond bijdragen dat het eindoordeel negatief uitvalt, ondanks een goed optreden. In dit panel gebeurde dat in de Doelen, waar de Jurriaanse Zaal in de ogen van de bezoeker niet paste bij het optreden van Gaby Moreno. Zij had dit veel liever op een andere plek gezien, bijvoorbeeld in het nieuwe Lantaren/Venster of in het Doelencafé. Een ander panellid heeft een zelfde soort ervaring in het Nieuwe Luxor: “Ik vind het groot en kil. Toen ik er een keer was hoopte ik dat de voorstelling snel zou beginnen, want ik had het er al snel gezien.” De musicalliefhebber in het panel is het daar helemaal niet mee eens: “Ik

vind het juist een warm theater. Het is inderdaad gelikt en heeft een zakelijke uitstraling, maar daar houd ik juist wel van.”

#### Hoe kunnen podia deze doelgroep (nog) beter bedienen?

Over het algemeen is deze doelgroep prima te spreken over de podia in Rotterdam die ze wel eens bezoeken. De podiumfactor is bovendien niet van grote invloed op de beleving van een bezoek. Toch zijn er zeker aspecten waar de groep meer of minder enthousiast over is. Ik bespreek ze een voor een.

**Publiciteit:** Omdat deze doelgroep vooral afgaat op mond-tot-mondreclame en wat ze toevallig tegenkomen, zijn zij niet erg gevoelig voor de publiciteitsmiddelen die door podia worden ingezet. De websites worden wel bezocht, maar dan met name om kaarten te kopen of informatie op te zoeken over aanvangstijden, bereikbaarheid, toegangsprijzen etc. Opvallend is het frequente gebruik van filmpjes op internet als manier om te checken of een optreden de moeite waard is. Meestal zijn deze filmpjes te vinden op Youtube, maar soms ook op de eigen site van gezelschap of podium, zoals bij het RO Theater of Rotown. Als die filmpjes niet beschikbaar zijn, leest deze groep graag een kort en duidelijk tekstje over de inhoud.

Over het algemeen is men goed te spreken over de websites van de podia. Een panellid had problemen bij het bestellen van kaarten op de site van Theater Zuidplein: “Dat was wel irritant. Ik heb toen gebeld en zo kwam het toch nog goed.” De bezoeker van Legally Blonde vond de teksten op de site van deze musical kinderachtig en had daardoor wellicht de verkeerde verwachting. Wat hij ook erg jammer vindt is dat vooraf nooit wordt aangekondigd of de A- of B-cast die avond optreedt. Ook andere panelleden vinden dat jammer: “Ik voelde me wel een beetje bekocht toen ik de eerste keer naar een musical ging. Ik wist helemaal niet dat ze met een B-cast werken. Je komt toch voor die A-artiest.”

**Locatie & bereikbaarheid:** Voor deze groep is bereikbaarheid heel belangrijk. De meesten maken gebruik van het OV, sommigen ook van auto of fiets. De bezochte podia in Rotterdam voldoen volgens hen allemaal aan de eis van goede bereikbaarheid. Je kunt er makkelijk komen. Ook Theater Zuidplein en het Nieuwe Luxor zijn voor deze groep daarom op een prima locatie gelegen. Beiden zijn immers met de metro prima te bereiken. De locaties die in het centrum zitten worden ook erg positief beoordeeld vanwege de goede bereikbaarheid. Zelfs het panellid dat met de auto de Rotterdamse Schouwburg bezocht is daar goed over te spreken: “Het parkeren was wel prijzig, maar het theater is goed bereikbaar en er is voldoende parkeergelegenheid.” De persoon die naar het Oude Luxor ging, besloot toch maar niet met de auto te gaan: “Met de trein was het prima bereikbaar, 5 minuutjes lopen vanaf het CS.” Ook locaties buiten Rotterdam kunnen volgens deze doelgroep prima bereikbaar zijn, zo lang je er maar goed kunt komen. Wel geldt: hoe langer de reistijd, hoe hoger de eisen aan de kwaliteit van het optreden.

**Gebouw, ontvangst & faciliteiten:** Ook hierover is deze doelgroep eigenlijk heel tevreden, al verschillen de meningen over wat precies een goed podium is. De een vindt een echte theateruitstraling, zoals het Oude of Nieuwe Luxor, heel mooi. De ander kiest makkelijker voor de intieme sfeer van Rotown. Opvallend is het grote enthousiasme van de panelleden die naar de schouwburg gingen: “De schouwburg is echt geweldig, vooral de grote zaal is gaaf.” Recent is de foyer van de schouwburg anders ingericht. Dit valt goed in de smaak: “Mooi die marmeren vloer en die mediawand bij de entree. Dat geeft een modern en fris uiterlijk.”, “Er hangt een ontspannen sfeer.” Het panellid dat naar de kleine zaal ging, vond die wel wat moeilijk te vinden: “De bewegwijzering daarheen zou beter kunnen.” Ook de gastheren & -dames die de deur voor je open houden, je een programma meegeven en je een fijne avond wensen worden op prijs gesteld. De garderobe wordt ook goed gewaardeerd: hij is groot, gratis en wordt bemand door vriendelijk personeel. Je hoeft ook niet lang te wachten. In de Doelen was de ontvangst ook prima: “Je wordt goed ontvangen en begeleid. De sfeer is daardoor rustig en vriendelijk.” Theater Zuidplein doet dit ook prima, vonden de bezoekers aldaar: “Men is vriendelijk, de sfeer is goed.” In het Nieuwe Luxor was de service ook goed: “Ik was een kwartier te laat om mijn kaarten op te halen, maar ze maakten daar geen probleem van.” Dit panellid maakte met verschillende medewerkers van het theater nog een kort maar leuk praatje: “De sfeer is heel relaxed.” In het Oude Luxor kunnen de toiletten een opknappbeurt gebruiken, maar ook hier is het personeel erg vriendelijk en efficiënt: “Er werd goed en snel gewerkt bij de garderobe.” Ook in Rotown is een en ander prima in orde: “Goede voorzieningen zijn aanwezig, eten en drinken is goed geprijsd.” Dit verwacht deze doelgroep ook van een kleinschalig poppodium: “Dat moet gewoon goed zijn. Bij de heropening van Waterfront was dat bijvoorbeeld niet het geval. Echt een chaos. Je moest heel lang wachten bij toiletten, bar en garderobe. Ik ga niet meer.” Ook andere panelleden hebben dit wel eens meegemaakt: “Het



deurbeleid is wel belangrijk. Er moeten niet te veel mensen worden binnengelaten.” Toch zijn faciliteiten niet het belangrijkste voor deze groep. Alleen als die heel slecht zijn, hebben ze invloed op de beleving. Andersom wordt deze doelgroep echt verrast door iets extra's als een goodie bag, een extra optreden in de foyer of een gratis drankje. Hiermee kan het podium scoren. Vooral als de kaarten prijzig zijn, vindt men dit een goede tegenprestatie.

**Programmering in Rotterdam:** Deze doelgroep heeft vooral behoefte aan een nieuw pop- of multidisciplinair podium. Of Heidegger het gat dat WATT/Nighttown heeft achtergelaten kan vullen, is nog onduidelijk. Het liefst zien ze een gebouw als Paradiso in Rotterdam: “Een oud gebouw met een geschiedenis.” De meesten willen dan een mooie, grote zaal, die toch knus en intiem is, waarin geen balkons of palen staan. Eventueel mag er ook een loungedeelte zijn, waar je cocktails kunt drinken. Het Centrum, Noord of het Lloydkwartier worden genoemd als geschikte locaties. Een panellid ziet het liefst een nieuw podium bovenop een hoog gebouw met uitzicht over de hele stad, Het Rotterdamse nachtleven mag weer meer gaan leven vinden ze. Ook vinden ze het heel jammer dat de Dance Parade is gestopt vanwege veiligheidsproblemen. Ze hopen erg dat dat festival, of een vergelijkbaar zomerfestival, terugkomt in Rotterdam.

<b>De Studentkozen in een notendop</b>
<i>Motieven &amp; behoeften bij podiumbezoek in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- op de hoogte blijven van de nieuwste plekken en artiesten</li> <li>- ontspannen / geamuseerd worden</li> <li>- je blik verruimen</li> <li>- vrienden ontmoeten</li> <li>- dicht op de artiest</li> <li>- bekende namen zien</li> <li>- verrast worden door iets nieuws/onbekends</li> <li>- autonomie/eigen keuze</li> </ul>
<i>Keuzeproces podiumaanbod in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- via vrienden</li> <li>- via sociale en gewone media</li> <li>- filmpjes op internet</li> <li>- niet actief op zoek</li> <li>- niet gevoelig voor publiciteitsmiddelen van podia</li> <li>- artiest/voorstelling is veel belangrijker dan podium</li> </ul>
<i>Belangrijkste invloed op de beleving van een podiumbezoek</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- optreden/voorstelling</li> <li>- met wie je gaat</li> <li>- ander publiek/sfeer</li> <li>- podiumfaciliteiten zijn alleen van invloed als ze heel slecht zijn</li> <li>- extraatjes van het podium vallen in de smaak</li> </ul>
<i>Drempels voor podiumbezoek in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- prijs</li> <li>- tijd</li> <li>- iemand om mee te gaan</li> <li>- niet te zien in Rotterdam</li> </ul>
<i>Tevredenheid podia Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- zeer tevreden over de bezochte podia</li> <li>- missen alleen een poppodium</li> </ul>

## 2. Startende stedelingen en museumbezoek

***Startende stedelingen zijn veelal tussen de 25 en 35 jaar oud. Zij staan aan het begin van hun carrière, ze zijn hoog of middelbaar opgeleid en hechten waarde aan een comfortabel leven, keuzevrijheid, opwindend en plezier. Het zijn kritische consumenten. Met 18% van de bevolking van Rotterdam, behoren de Startende Stedelingen tot een van de grootste groepen (Bron: RF).***

### Cultuurbezoek en oriëntatie op het aanbod

Voor de meeste van de startende stedelingen zijn concerten, theater, film, cabaret, festivals en feesten een stuk belangrijker dan musea. Een klein deel komt ook regelmatig in musea, maar de anderen bewaren dit voor speciale gelegenheden: op vakantie, of eens een keer naar een groot museum in Nederland, wanneer daar iets spectaculairs te zien is. Zo was ten tijde van het onderzoek de hele groep erg benieuwd naar de tentoonstelling Body Worlds die in LPII te zien was. Voor een aantal van de Startende Stedelingen gaat het er ook om dat je bepaalde musea gewoon een keer gezien moet hebben. Daarnaast komen ze wel eens min of meer bij toeval in een museum terecht, als er even niks anders te doen is, als een vriend of familielid ze meeneemt, met een personeelsuitje of voor degenen die in het onderwijs werken: als ze meegaan met een schoolbezoek van hun leerlingen. Deze doelgroep gaat doorgaans één keer naar een museum en komt er dan niet meer terug. Eén panellid doet dat wel. Zij bezoekt dan ook veel regelmatigere musea dan de anderen.

Cultuurbezoek is voor deze groep redelijk belangrijk. Het sluit met name aan op de behoefte aan ontspanning naast een drukke, hectische baan. Het is wel iets wat je moet leren waarderen, vinden sommige panelleden. Zo werd een van de panelleden met theater bekend gemaakt via zijn schoonzus: "Het was nooit belangrijk voor mij totdat ik via mijn schoonzus die in de theatersector werkt goedkoop naar try-outs kon. Ineens zat ik regelmatig in het theater, werd ik 'erin gezogen'. Nu zou ik ook gaan als ik niet meer die aanbiedingen kreeg." Een ander panellid zegt hierover: "Ik vind het nu wel belangrijk maar dat is wel gegroeid. Zo heb ik net ontdekt hoe leuk het is om naar kleinschalige concerten te gaan, bijvoorbeeld van Wouter Hamel. Het is niet zo massaal en dat spreekt me aan. Ik geniet daar echt van." Dat genot ervaart hij overigens niet in musea: "Van muziek, film of theater kan ik echt genieten, in musea heb ik dat niet zo. Daar ga ik toch vooral heen om het een keer gezien te hebben." De frequente museumbezoekster is de enige die dat echte genieten ook ervaart in musea: "Ik vind het geweldig als ik iets voor de eerste keer zie of hoor. Ik krijg moeilijk vrienden mee naar musea, maar ik geniet er in mijn eentje ook van." Voor de andere panelleden die musea belangrijk vinden in hun leven gaat het meer om het opdoen van kennis: "Ik wil iets van andere culturen meekrijgen."

Meerdere mensen in deze groep hebben grote interesse in andere culturen. Dit komt met name tot uiting in stages en vakanties in het buitenland, maar ook wel in het bezoeken van musea (bijvoorbeeld het Wereldmuseum). Als favoriete musea worden ook veel buitenlandse musea genoemd: in New York, Parijs, Rome, Spanje, Istanbul of Jordanië. Tijdens een vakantie willen sommigen meer dan alleen op het strand liggen: een museum bezoeken is dan een geschikte tijdsbesteding. In Nederland hoort deze groep meestal via via of via posters over musea en tentoonstellingen en gaat dan op internet op zoek naar meer informatie of vraagt eens rond bij vrienden en collega's. De indruk die ze via internet verkrijgen is erg belangrijk. Hierop baseren ze vaak hun beslissing om wel of niet te gaan. Het valt de groep op dat je over musea niet heel veel hoort. Er wordt bijvoorbeeld weinig over geblogd, merkt iemand op. Onbekendheid met het aanbod is dan ook een veel genoemde reden waarom ze niet vaker naar musea gaan.

De planning van een museumbezoek verloopt verschillend. De museumfan in de groep bezoekt vaak spontaan musea: "Als ik er langsrijd en ik heb tijd, ga ik kijken. Anders maak ik een mental note en ga ik later nog eens terug." Voor de anderen geldt dat een museumbezoek met partner of vriend/vriendin doorgaans 1 of 2 dagen van tevoren wordt gepland: "Als er geen leuke film draait of we hebben geen zin in winkelen." Vaak is het bezoek echter deel van een uitje met vrienden. Dat uitje wordt dan al 1 of 2 weken of zelfs nog wat langer van tevoren gepland. Soms wordt de precieze inhoud dan al bepaald en kan het museumbezoek dus al ingepland worden: "Een vriend van me wilde aantonen dat Bergen op Zoom beter is dan Rotterdam en regelde een rondleiding voor ons in de Markiezenhof." Soms gebeurt dat pas op de dag zelf: "We googelen dan 'musea Rotterdam' op onze mobiele telefoon." Overigens nemen de meeste panelleden doorgaans niet zelf het initiatief: "Meestal neemt iemand mij mee." Deze groep is niet ongevoelig voor

tentoonstellingen. Dit kan voor hen een aanleiding zijn om naar een bepaald museum te gaan: zo werd de tentoonstelling Rituelen in het Wereldmuseum door verschillende panelleden bezocht en ging een panelid naar de Tour de France-tentoonstelling in de Kunsthal. Omdat zij vaak op posters afgaan, zal het op die manier ook vaak een tentoonstelling zijn die onder hun aandacht wordt gebracht.

#### Wat is een succesvol museumbezoek?

Bij het uitkiezen van een museum om te bezoeken spelen in deze groep een aantal factoren een rol: het museum of de tentoonstelling moet een bepaalde bekendheid hebben, en voor sommigen zelfs ook allure, het onderwerp moet hen interesseren (bijvoorbeeld geschiedenis, culturen, kunst), het museum moet goed bereikbaar zijn en het liefst ook de mogelijkheid bieden om iets te drinken of eten en daarbij bij te praten met vrienden. Deze factoren komen ook terug in de evaluatie van de bezoeken die de panelleden in het kader van het onderzoek gebracht hebben:

Hoofdkelner, 26 jaar, bezocht Witte de With:

“Ik wist niet goed wat ik moest verwachten. Ik kende de Witte de Withstraat en dat vind ik een leuke straat, dus ik hoopte dat ik er goede koffie zou kunnen drinken. Niemand in mijn omgeving wist er iets over, dus heb ik op internet gekeken. De site was wit met zwarte letters. En dat was het museum ook. Het was minimaal en kil: witte muren met videokunst, een beeld van een kapot ei, schilderijen en foto's. Er was geen barretje en ook geen koffie. Mijn vriend en ik zijn 7 minuten binnen geweest. Toen hadden we het wel weer gezien. Ik denk dat je in het wereldje moet zitten om dit tof te vinden. Ik houd best van kunst, maar dit vond ik niks.”

Bedrijfsadviseur, 26 jaar, bezocht Scheepswerf de Delft:

“Ik heb een fascinatie voor nautica en boten en daarom leek dit me interessant. Ik hoopte op mensen die er veel over konden vertellen. Dat heb ik gekregen. Ik kreeg zelfs een persoonlijke begeleider. Dat vond ik een beetje ongemakkelijk: ik bepaal liever mijn eigen route. Inhoudelijk vond ik het heel interessant: hoe het proces verloopt van hoe zo'n oud schip wordt gereconstrueerd en technieken herontdekt worden. Als uitje vond ik het wat minder. Op zaterdag wordt er niet gewerkt en dan is het niet erg levendig. Ook bestaat het schip pas uit een paar rompdelen. Daar is dus niet zo veel aan te zien.”

Studente/lerares, 32 jaar, bezocht het Wereldmuseum:

“Je kunt daar veel leren over verschillende werelddelen. Daar verheugde ik me op. Ik vond de website verwarrend: waar ik ook klikte, ik kreeg dezelfde informatie. Uiteindelijk zag ik een afbeelding van een prachtig gouden boeddhabeeld. Dat wilde ik graag zien. Toen ik een bronzen boeddhabeeld zag, dacht ik dat dat het niet was. Ik ging dus verder zoeken, maar later bleek dat het toch te zijn. Ik heb daarnaast een mooie tentoonstelling gezien over verschillende culturen waar boeddha's voorkomen: je zag kappelletjes uit allerlei culturen (Japans, Chinees, Islamitisch), dat vond ik imponerend. Ik heb ook iets gezien over kannibalen in Afrika.”

Productspecialist farmaceutische industrie, 29 jaar, bezocht Boijmans van Beuningen:

“Het topmuseum van Rotterdam. Ik was er lang niet geweest en sindsdien is het verbouwd. Daar verheugde ik me op. Het kon eigenlijk niet tegenvallen en dat deed het ook niet. Het museum heeft echt internationale allure. Dat merk je gewoon als je erdoorheen loopt. En de binnenplaats straalt dat ook echt uit: die zou ook in Parijs niet misstaan. Het begin, met veel keramiek, potjes en pannetjes, sprak me minder aan. De schilderijen wel. Ik wist niet dat de Toren van Babel in Rotterdam hangt. De koffie was prima. Parkeren is moeilijk, maar dat weet je van tevoren. Daar heb ik geen problemen mee.”

Leerlingbegeleider elektrotechniek, 27 jaar, bezocht Fort aan den Hoek van Holland:

“Ik hoopte op een rondleiding en dat je er zelf iets kon doen. Lokale geschiedenis interesseert me en oude gebouwen, zoals forten en kastelen, ook. Vandaar mijn keuze om dit fort te bezoeken. Dat werd me helaas niet makkelijk gemaakt. Op de website leek het alsof het gewoon open was, en ook toen ik er op een dinsdag aankwam stond er een bord 'open', maar dat bleek toch niet zo te zijn. Het hele pand stond in de steigers en ik kon nergens terecht. Ik zag wel bouwvakkers lopen en uiteindelijk vond ik een medewerkster van het museum die me vertelde dat het dicht was. Op veiligheidsschoenen mocht ik wel naar binnen. Die heb ik altijd in de auto liggen vanwege mijn werk, dus toen heb ik het toch mogen bekijken. Ik mocht overal in en de bouwvakkers gaven me tips waar ik echt moest gaan kijken. Ze zijn dus aan het verbouwen. Ik wil terug als het klaar is, want het is zeker de moeite waard.”

Planner op een school, 28 jaar, bezocht het Arboretum Trompenburg:

“Mijn moeder is bloemist, vandaar mijn interesse. Ik was er nooit geweest en was wel eens benieuwd. Ik had ook van vrienden en collega’s gehoord dat het een aanrader is. Het was hartstikke koud op de dag dat ik ging, maar het was toch heerlijk. Het is er heel rustig, net alsof je in een park wandelt. Leuk dat er ook een volière is. Dat had ik niet verwacht. Je moet je bezoek wel goed plannen, want alleen op bepaalde dagen kun je er iets eten of drinken.”

Vertrouwenspersoon op een school, 30 jaar, bezocht het Fotomuseum:

“Het leek me leuk om te zien wat mensen beweegt om die foto’s te maken, welke gedachten ze daarbij hebben. Ik had de website van tevoren bekeken en de tentoonstelling ANGRY, waar ik ook flyers van had gezien op mijn werk, leek me echt interessant. Ik had er hoge verwachtingen van. Die werden uiteindelijk niet ingelost. Ik snapte de relatie tussen het thema radicalisering en wat er tentoongesteld werd niet. Er hingen ook heel weinig foto’s. Ik kon er niet zo veel mee en ben snel weer weg gegaan.”

Medewerkster van een detachingsbureau, 29 jaar, bezocht het Natuurmuseum:

“Ik was erg onder de indruk van het Natural History Museum in New York en was benieuwd naar de Rotterdamse versie daarvan. De tentoonstelling die er nu is over uitgestorven vogels leek me ook erg interessant. Jammer genoeg viel het me tegen. Het begon al met het parkeren: dat was echt een drama. In het museum miste ik de beleving. Alles stond heel dicht op elkaar of verstoppt. Een tijger onder de trap. Opgezette dieren in een soort boekenkast gepropt. Ik had graag de dieren meer in hun eigen omgeving gezien.”

De beste museumbezoeken voor deze groep zijn spectaculair en sluiten aan op hun interesses. De combinatie sfeer en inhoud wordt door de groep als belangrijkste succesfactor benoemd. Bij de museumbezoeken die uiteindelijk niet positief geëvalueerd werden ontbreekt het soms aan het een, soms aan het ander en soms aan beiden. Opvallend is dat er meerdere keren een mismatch was tussen de verwachtingen van de bezoekers en wat ze daadwerkelijk aantroffen, waardoor het bezoek tegenviel. Wie precies de schuldige is van deze mismatch is niet zo goed aan te geven. Het lijkt een combinatie te zijn van misinterpretatie van informatie door de panelleden en onvoldoende of foutieve informatie vanuit het museum. Daarnaast valt op dat deze panelleden erg internationaal georiënteerd zijn, waardoor hun verwachtingen misschien wat al te hooggespannen zijn. Ze verwachten bijna dat ieder museum een Louvre of Natural History Museum NY is. Gevraagd naar wat ze nog eens in Rotterdam zouden willen zien, worden bijvoorbeeld de Mona Lisa, het Terracottaleger en een tentoonstelling over farao’s genoemd. Een persoon zou heel graag eens een koffiemuseum bezoeken. Ook van de wijze van presentatie in musea verwachten ze veel: die moet levendig, sfeervol en uitgebreid zijn.

#### Hoe kunnen musea deze doelgroep (nog) beter bedienen?

Deze doelgroep is zeker beter te bedienen. Er is interesse in musea, maar die interesse wordt nog niet voldoende beantwoord. Ik loop de verschillende aspecten een voor een langs.

**Publiciteit:** Zoals al eerder naar voren kwam, is de site van een museum van zeer groot belang voor deze doelgroep. Wanneer ze iets gehoord hebben over een bepaald museum of tentoonstelling dan wordt gecheckt op de site of het ook echt de moeite waard is. Zij vinden het heel belangrijk dat een goede en realistische indruk gewekt wordt van wat er te zien is in het museum. Dat kan in tekst of met beelden, en mag best uitgebreid zijn. Sommige panelleden waren nu geneigd ook nog elders op internet meer informatie te gaan zoeken. Daarnaast mag praktische informatie over openingstijden, toegangsprijzen en bereikbaarheid niet ontbreken. Opvallend is dat meerdere panelleden een afwijkende voorstelling hadden van wat ze in het museum zouden gaan zien en beleven op basis van de website en in een geval ook een folder (Angry in het Fotomuseum). De bezoeker van het Wereldmuseum zegt daarover: “Het wordt mooier voorgesteld dan wat het is. Dat zorgt voor teleurstelling.” Ook de bezoekers van het Fotomuseum en het Natuurmuseum hadden daar problemen mee: “Het leek meer dan dat het in werkelijkheid is.” De bezoeker van het Boijmans vond dat de site van dit museum juist prima aan zijn behoeften tegemoet kwam: “Je ziet de exposities die er te zijn, het is geen schreeuwsite, het geeft een goede indruk.” Hij voegt daar nog aan toe: “Maar ja, Boijmans heeft ook geen lokkende website nodig, want de bezoekers komen toch wel.”

Over het algemeen zijn de panelleden van mening dat er te weinig publiciteit is over de musea in Rotterdam. De Boijmansbezoeker: “Het Boijmans is een museum dat nog onvoldoende op de kaart staat in Nederland. Rotterdam draagt ook te weinig uit dat het een cultuurstad is.” De Wereldmuseumbezoeker: “Er moeten borden komen langs de weg en tv-spotjes over

Rotterdamse musea. Het valt me nu nooit op.” Ook andere panelleden vinden dat ze veel te weinig tegenkomen over musea op radio, televisie, in kranten en tijdschriften, op internet en in het straatbeeld. Voor hen moet die reclame wel echt urgentie hebben: er moet dus een nieuwe tentoonstelling zijn over een onderwerp dat hen interesseert of een evenement, dat hen triggert om te gaan. Ze zien zichzelf niet als ‘echte museummensen’. Zelfs de Museumnacht is maar door een persoon uit deze groep al eens bezocht. Het lijkt de anderen wel erg leuk.

**Locatie & bereikbaarheid:** De Startende Stedelingen zijn voor een groot deel echte automobilisten. Verschillende panelleden besloten met de auto te gaan, ook als de musea die ze bezochten in het centrum waren. De twee bezoekers van het Museumpark vonden dat het moeilijk aan te rijden en moeilijk parkeren was. De een had daar last van: “Ik kwam vanuit Delfshaven en kon het eerst niet vinden. Ik ben toen gekeerd bij de Erasmusbrug en toen stond het wel goed aangegeven, tenminste de Kunsthal, het Natuurmuseum niet. Er waren geen parkeerplekken vrij en ik heb toen maar op de stoep geparkeerd.” De ander maakt er een sport van om overal met de auto te komen: “Het eerste bordje zag ik pas vlak voor de afslag. Er stond Museumpark op. Dat heb ik toen gevolgd en met wat kunst en vliegwerk heb ik mijn auto weten te parkeren in de buurt van het museum.” De bezoekers van de Delft en het Fort gingen ook met de auto en konden de locatie prima bereiken. De andere bezoekers namen tram, metro of gingen lopend. Dat ging prima, wat betreft Witte de With (Goed te vinden), het Wereldmuseum (Prima bereikbaar met metro en tram) en het Arboretum Trompenburg (De tram stopt voor de deur). De persoon die naar het Fotomuseum ging vond dat dit met het OV niet erg goed bereikbaar is: “Je moet nog een heel stuk lopen vanaf de tram of metro.”

De meningen in het panel verschillen over wat de perfecte locaties in Rotterdam zijn om een museum te bezoeken. Sommigen vinden het centrum echt aantrekkelijker dan andere locaties, omdat je dan lekker onder de mensen bent. Dit is bijvoorbeeld ook goed te zien aan de keuze van een van de panelleden om Witte de With te bezoeken op basis van zijn goede ervaringen met de straat waarin dit kunstcentrum zich bevindt. Voor anderen is bereikbaarheid belangrijker: “Ik kom overal wel”, “De locatie is niet belangrijk, als de bereikbaarheid maar goed is.” Ook op locaties die minder centraal liggen is er echter wel behoefte aan sfeer. Zo zegt de bezoeker van Arboretum Trompenburg: “Voor mij is deze plek prima te bereiken, omdat ik er vlakbij woon. Maar voor andere bezoekers zou het leuk zijn als het wat aantrekkelijker gemaakt wordt om erheen te komen. Bijvoorbeeld door een samenwerking aan te gaan met restaurants in de omgeving.” Toch is iedereen het er over eens: “Uiteindelijk gaat het toch om de inhoud en niet om de locatie.”

**Ontvangst, prijs & faciliteiten:** Over de ontvangst in de verschillende musea zijn niet veel opmerkingen gemaakt. Die was over het algemeen prima: “Er was vriendelijk personeel” (Boijmans), “Mijn jas werd vriendelijk aangenomen” (Wereldmuseum), “Het museum is kleinschalig en gaf daarom een knusse en warme uitstraling” (De Delft). Alleen in het Fort aan den Hoek van Holland was de ontvangst niet erg gastvrij: “Het museum bleek dicht te zijn en ik mocht eigenlijk niet naar binnen. In tweede instantie waren ze wel vriendelijk.” De ontvangst in Witte de With werd door de bezoeker aldaar als kil ervaren. Ook de bezoeker van het Fotomuseum vond het daar niet heel sfeervol: “Het is er erg wit.” Maar het personeel vond zij erg vriendelijk. De goede ontvangst bij de andere musea hangt er ook mee samen dat de meeste bezoekers het museum op een rustige tijd bezochten. Niemand kwam in de rij te staan. De bezoeker van het Natuurmuseum vroeg zich af of het museum dat ook aan zou kunnen: “De sfeer vond ik gemoedelijk, maar de ontvangthal is ook rommelig. Als er veel mensen zouden zijn, is er niet echt ruimte om in de rij te staan.” Opvallend is dat deze groep bereid is om flink te betalen voor een museumbezoek. Veel panelleden beoordelen de toegangsprijs dan ook als goedkoop: “Ik betaalde in Boijmans 10 euro. Ik zou zo 13 euro betalen. Het is een prachtig museum. Werkende mensen mogen er best voor betalen”, “Bij scheepswerf de Delft heb ik 6 euro betaald en daar ben ik een uur lang voor rondgeleid. Ik had verwacht dat het zeker 10 en misschien wel 15 euro zou kosten.” Een panelid legt de behoefte aan een hogere prijs als volgt uit: “Als je niet of weinig hoeft te betalen, denk je ook dat je er niet veel van hoeft te verwachten.” In het Wereldmuseum kreeg het panelid dat dit museum bezocht gratis toegang: “Ik vond het een beetje een raar systeem. Het is gratis, maar je moet wel langs de kassa voor een kaartje. Dat vond ik een beetje papierverspilling. Ik kwam op een gegeven moment een bus tegen waar je vrijwillig een bijdrage in kon doen. Daar heb ik toen 10 euro in gedaan.” Het voordeel van dit systeem vindt zij dat mensen die het minder breed hebben ook gemakkelijk toegang hebben. Het nadeel, vinden alle panelleden, is dat lang niet iedereen 10 euro in zo’n bus zou doen: “Je doet jezelf dan tekort.” Voor zichzelf vinden alle panelleden het het prettigst om gewoon een kaartje te kopen voor een vaste toegangsprijs.

De faciliteiten van de verschillende musea waren volgens de panelleden over het algemeen goed in orde. Overal waren schone toiletten, je kon er je jas ophangen en vaak ook iets eten of drinken. Bij

het Arboretum Trompenburg was het jammer dat de horeca lang niet altijd open was. Bij Witte de With was alleen een watercooler, geen koffie. In het Boijmans was de koffie prima, maar het horecapersoneel niet vriendelijk. De Startende Stedelingen vinden faciliteiten zeker belangrijk: "Dat moet gewoon goed zijn. Ook bij kleine musea." "Lekkere koffie en een broodje erbij. En het liefst ook een museumwinkel."

**Presentatie & onderwerp:** Al eerder kwam naar voren dat de Startende Stedelingen een museumbezoek vooral geslaagd vinden als ze daar een goede combinatie vinden van inhoud en sfeer. Wat er gepresenteerd wordt moet je interesseren, daar zijn ze het over eens: "Een museumpresentatie kan er niet voor zorgen dat ik iets interessant ga vinden waar ik niks mee heb." De manier van presenteren kan bij sommigen echter wel interesse wekken in gerelateerde onderwerpen: "Het verhaal over kannibalen in het Wereldmuseum trok me in eerste instantie niet. Ik heb het toch gelezen en het bleek toch anders te zitten dan ik dacht." Waar een goede presentatie precies aan voldoet, vinden de panelleden moeilijk te zeggen. De een heeft graag teksten, de ander liever filmpjes op zaal, de ander langere films in een aparte ruimte en weer een ander multimediapresentaties met muziek en licht of bewegende poppen. Een persoon krijgt het liefst een rondleiding van iemand die er veel van weet. TL-licht en een te witte omgeving, vinden de meesten kil en afstotend. Toch kan het bij sommige onderwerpen ook weer passend zijn: "Het moet kloppen met het onderwerp. Een goede museumpresentatie is duidelijk, overzichtelijk en sfeervol." De meeste panelleden lopen liever geen vaste route door het museum: hun vrijheid is erg belangrijk. Ze hebben wel graag een plattegrond bij de hand, om goed te weten wat waar te zien is. Ook bewegwijzering in het museum wordt heel belangrijk gevonden. In het Wereldmuseum had de bezoeker aldaar problemen met het vinden van haar weg: "Op het eind bleken we een interessante afdeling gemist te hebben. Mijn vriendin was er eerder geweest, dus die merkte dat op. Toen zijn we hem gaan zoeken. Ik vond de plattegrond niet erg duidelijk en de bewegwijzering ook niet." Audiotours zijn niet erg populair omdat deze groep dit associeert met beperkt worden in je vrijheid: "Het gaat niet in het tempo dat je zelf wilt aanhouden", "Je krijgt heel veel onzinnige informatie", "De toon kan net vervelend zijn". Er bestaan wel goede audiotours denken de panelleden: daarbij kun je zelf je tempo bepalen door op een knop te drukken als je iets wilt horen, en ze geven goede informatie op een prettige toon. Ook voor medewerkers van het museum die informatie geven, geldt dat dat niet op een opdringerige manier moet gebeuren: "Ik bepaal zelf graag wanneer ik hulp nodig heb." Toch zou het bij sommige panelleden wel erg hebben kunnen uitmaken voor hun ervaring als er medewerkers van het museum waren geweest aan wie je iets kon vragen. De bezoeker van het Fotomuseum: "Dat was fijn geweest. Maar er zat alleen iemand bij de balie. In de tentoonstelling is er niemand om iets aan te vragen." De bezoeker van het Natuurmuseum: "Ik vind het wel fijn als ik iets kan vragen, maar de meeste suppoosten hebben geen open houding, dus dan vraag ik maar niks."

<b>De Startende Stedelingen in een notendop</b>
<i>Motieven &amp; behoeften bij museumbezoek in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- iets leuks doen met vrienden</li> <li>- ontspanning</li> <li>- kennis opdoen</li> <li>- andere culturen leren kennen</li> <li>- internationale oriëntering</li> <li>- personeelsuitje</li> <li>- bezoek met leerlingen ihkv docentschap</li> <li>- een museum een keer gezien hebben</li> <li>- op een verloren moment</li> </ul>
<i>Keuzeprocessen museumaanbod in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- via vrienden</li> <li>- via posters in de stad</li> <li>- vanwege hype rond tentoonstelling</li> <li>- website wordt bezocht om een goede indruk te krijgen</li> </ul>
<i>Belangrijkste invloed op de beleving van een museumbezoek</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- inhoud &amp; presentatie (uitgebreid, professioneel)</li> <li>- gevoel van allure/spektakel/grootsheid</li> <li>- sfeer</li> <li>- horeca-aanbod</li> <li>- bereikbaarheid</li> </ul>

<i>Drempels voor museumbezoek in Rotterdam</i>
--

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- onbekendheid van het museumaanbod</li><li>- concurrentie van andere (vrijtijds)activiteiten</li><li>- prijs is eerder te laag dan te hoog</li></ul> |
|---|

<i>Tevredenheid musea Rotterdam</i>
-------------------------------------

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- wisselende tevredenheid over bezochte musea</li><li>- klachten over gebrek aan sfeer en lastige bereikbaarheid</li><li>- ontvangst en faciliteiten prima</li><li>- verwachtingen te hooggespannen op basis van websites</li><li>- behoefte aan meer contact/mogelijkheden om vragen te stellen</li></ul> |
|--|

### 3. Sportieve gezinnen en podiumbezoek

*In deze groep bevinden zich gezinnen met kinderen, maar ook stellen die nog geen kinderen hebben<sup>2</sup>. Zij beoefenen meer dan gemiddeld een sport. Sportieve Gezinnen bezoeken weinig culturele activiteiten, zowel in hun eigen gemeente als daarbuiten. Het meest gaan zij nog naar de film en daarna volgen danceparty's en culturele festivals. Met 3% van de bevolking van Rotterdam is dit één van de kleinste groepen (Bron: RF).*

#### Cultuurbezoek en oriëntatie

De levensfase waarin de Sportieve Gezinnen zich bevinden maakt dat hun leven momenteel erg bepaald wordt door het hebben van kleine kinderen. Wat ze doen op cultureel gebied vindt voor de meesten plaats met de kinderen. Alleen de twee moeders van wie het oudste kind 2 respectievelijk 3 jaar is, hebben dit nog nooit gedaan. Een van hen twijfelt of dat wel kan op die leeftijd: "Mijn kind kan slecht stilzitten. Ik ben bang dat het een mislukking wordt." Slechts een enkeling gaat er ook nog op uit zonder kinderen. Bij de anderen komt het er niet van of ze hebben de overtuiging dat als je kinderen hebt je ook alles als gezin moet doen. Sommigen bezoeken met de kinderen musea (bijvoorbeeld Belastingmuseum, Maritiem Museum, Kunsthal), anderen festivals (Zomercarnaval, Wereldhavendagen), films (Rapunzel) of concerten (K3) en theatervoorstellingen (Woezel & Pip, kindertheater in het Locale Cultuurcentrum of Café Floor).

Opvallend is dat de meesten met hun kinderen andere genres bezoeken dan toen ze nog geen kinderen hadden. Voor het merendeel van deze groep beperkte hun cultuurbezoek zich toen tot festivals, popconcerten, discotheken en bioscoopbezoek: "Vroeger kwam ik ieder weekend in de Baroeg", "Ik ging altijd naar Rotown en Nighttown voor alternatieve Belgische rockbands", "Ik bezocht alle concerten van de Back Street Boys", "Ik ging altijd naar het Dunyafestival". Een aantal panelleden bezocht ook wel eens een musical of circus. Musea bezocht bijna niemand, terwijl ze dat met de kinderen nu wel doen: "Musea vond ik vroeger altijd stoffig", zegt de een en de ander verklaart: "Ik ben niet zo'n museummens."

Degenen die nu nog wel eens zonder kinderen iets cultureels gaan doen, gaan dan naar een popconcert, musical of in een geval ook naar cabaret. Musicals worden door een groot deel van deze groep hoog gewaardeerd vanwege het grootse, visuele spektakel dat er geboden wordt: "Het is heel overweldigend en van topniveau", vindt iemand, een ander zegt over haar bezoek aan Belle & het Beest: "Ik zat met tranen in mijn ogen." Ook grote stadionshows als de Toppers of de Nacht van Oranje doen het goed bij deze groep: "Iedereen doet gek. Een leuke sfeer." Met de kinderen is bij twee panelleden K3 favoriet: "Ze vinden het geweldig om K3 in het echt te zien. K3 straalt plezier uit."

Met name als het om musea gaat, is 'iets leren' een belangrijke bezoekmotivatie voor de ouders: "Museumbezoek is belangrijk voor kinderen. Ik wil ze iets van cultuur meegeven. Dat heb ik zelf als kind niet gehad." Ook wordt het door iemand gezien als ideale winteractiviteit: "In de zomer ga ik met haar naar de speeltuin, kinderboerderij of Blijdorp. In de winter naar een museum." Naast het leren is ontspannen en een leuke invulling van de vrije tijd een belangrijke motivatie om met kinderen aan cultuur te doen: "Leuke dingen doen, er even uit zijn. Ieder weekend een rondje Kralingse plas gaat op den duur ook vervelen." Het samen doorbrengen van de tijd is dan ook erg belangrijk: "Doordeweeks werk ik en zie ik mijn dochter weinig. Dan wil ik in het weekend graag een uitje met haar ondernemen."

Informatie over cultureel aanbod krijgt deze groep via mond-tot-mond-reclame, via televisie, buitenreclames en internet (Ze googelen dan Uit in Rotterdam, of een bepaald aanbod). Een moeder in de groep pluist van alles uit op zoek naar leuke uitjes om met de kinderen te ondernemen, zoals huis-aan-huisbladen of het kindervakantiepaspoort dat de kinderen meekrijgen op school. Een vader in de groep krijgt ook de brochures van het Oude & Nieuwe Luxor thuisgestuurd en kiest daar wel eens wat uit om samen met zijn vrouw te bezoeken. Een ander volgt zijn favoriete bands op Twitter. Weer een ander krijgt een tweewekelijkse digitale e-mailnieuwsbrief van alle films die er draaien. Meestal is het de vrouw des huizes die beslist over theaterbezoek: "Zij is de baas, ik ga mee." Er wordt soms ver vantevoren al geboekt, omdat dat nodig is bij sommige grote en bekende artiesten (K3, Marco Borsato, Mega Mindy) en 'omdat de kans anders groot is dat je op het laatst niet gaat'. Andere dingen boekt men last-minute, zoals een film of het kleinschalige kindertheater in het LCC.

<sup>2</sup> In dit onderzoek hebben we ervoor gekozen alleen gezinnen met kinderen binnen deze groep deel te laten nemen.



Voor degenen die wel zelf kiezen is de artiest het belangrijkste bij de keuze om ergens heen te gaan. Het podium komt op de tweede plaats. Toch speelt het podium bij de meesten wel mee in de beslissing. Het liefst gaat men naar een podium in Rotterdam en sommige theaters zijn populairder dan anderen: "Ik vond Nighthtown nooit prettig, maar als er een artiest optrad die ik graag wilde zien dan ging ik toch", geeft iemand aan. Een ander zegt: "Ik vind het belangrijk om fatsoenlijk geholpen te worden. Bij het Theater aan de Schie ben ik een keer heel slecht geholpen. Ze lieten me veel te lang wachten, terwijl ze gewoon met elkaar aan het praten waren. Daar wil ik nu niet meer heen. Ik doe dat ook met winkels die me niet bevalen." Ook een ander panellid haakte al eens af: "Pathé Schouwburgplein, daar ga ik nooit meer heen. Je wordt daar slecht behandeld." Weer een ander zegt: "Ik vind geluid en comfort belangrijk. Het Nieuwe Luxor en het Fortistheater in Scheveningen vind ik heel goed op dat gebied."

De meeste mensen in dit panel willen niet te vaak iets cultureels ondernemen. Dat heeft te maken met financiën: het moet niet te duur worden. Prijs is een duidelijke drempel: "Ik krijg een mail van het Luxor maar meestal vind ik het te duur. Ik wil wel eerste rang zitten." Tijdens de discussie worden daar overigens meteen tips over uitgewisseld: "Het hoeft niet duur te zijn. De Rotterdampas is ideaal." Daarnaast moet het ook bijzonder blijven: "Het moet geen gewoonte worden voor de kinderen. Dit soort dingen doen we maar af en toe." Het hebben van kinderen werpt daarnaast een tijds- en vermoeidheidsdrempel op om zonder kinderen een avond weg te gaan: "Ik zie er nu vaak tegenop. Je moet er helemaal heen, waar moet je parkeren, de stress om op tijd te moeten komen. Als je uiteindelijk toch gaat heb je een waanzinnige avond. Je moet het dus toch doen."

### Wat is een succesvol podiumbezoek?

**Met kinderen:** Als je met kinderen naar theater gaat, dan is het allerbelangrijkste dat de kinderen het naar hun zin hebben. Daarin speelt de voorstelling een rol. Die moet de kinderen aanspreken en op het niveau van de kinderen zijn. Herkenbaarheid, bijvoorbeeld van tv, is een echte succesfactor. Daar worden voorstellingen vaak op uitgekozen. Ook geldt: hoe bekender, hoe hoger de prijs die men wil betalen (K3, Woezel & Pip). Bij goedkoper aanbod is het ook prima als de voorstelling niet bekend is. Maar net zo belangrijk als de voorstelling is dat de omstandigheden goed op kinderen zijn ingesteld. De aanvangstijd en duur van de voorstelling zijn bijvoorbeeld heel belangrijk. Ook het zitcomfort is belangrijk: kunnen de kinderen het goed zien en toch bij hun ouders zitten? En is het mogelijk even weg te lopen met kleintjes? Ouders willen graag met verschillende leeftijden kinderen naar een voorstelling kunnen en beginnen vaak al heel jong. Met kinderen is het niet zo erg als de locatie niet superprofessioneel is. Daar tegenover staat meestal een goedkope toegangsprijs en dat is voor deze groep erg belangrijk. De onderstaande ervaringen illustreren de belangrijkste behoeften.

Ziekenverzorgende (31) en moeder van drie kinderen van 3, 1,5 en 2 maanden ging naar *let Wiet Waait Weg* in LCC IJsselmonde: "Ik ging voor het eerst met mijn kinderen van 3 en 1,5 naar een voorstelling en bezocht ook voor het eerst een LCC. Eigenlijk was de voorstelling vanaf 4 jaar. Ik was heel benieuwd wat mijn zontje van 3 ervan zou vinden. Hij was heel enthousiast. De jongste verveelde zich een beetje. Het LCC vond ik niet heel professioneel. Er hing een clubhuissfeer en de kaartverkoop ging heel rommelig. Maar wij hadden daar niet echt last van, want het was niet druk. Wat wel vervelend was, was dat het 10 minuten te laat begon. Met kinderen wachten is nooit zo fijn."

Baliemedewerkster Ouder & Kindcentrum (29) en moeder van twee kinderen (7 en 3) ging naar *Raaf & Kip* in LCC Zevenkamp: "Ik ga vaker met de kinderen naar LCC Zevenkamp en heb dat nu ook weer gedaan. Ik kom er altijd wel mensen tegen en meestal is het een gezellige middag. Raaf & Kip kennen ze van het tv-programma *Huisje Boompje Beestje*. Jammer genoeg bleek het daar te veel van af te wijken om het geloofwaardig te maken voor de kinderen. Raaf bleek niet de Raaf van tv. Ook waren de verhaallijn en de wisselende personages onduidelijk. De oudste van 7 wilde halverwege weg omdat ze zich verveelde. De jongste van 3 vond het wel leuk. Na afloop zagen we dat er een kinderfeestje was. Dat lijkt me in de toekomst ook wel heel leuk om voor mijn kinderen te doen. Hopelijk dan wel met een leukere voorstelling."

Salesmedewerker (30) en vader van een dochter van 7 bezocht het *Gouden Ei* in de Rotterdamse Schouwburg: "Ik was al eerder in *Café Floor* geweest met mijn dochter en het beviel goed. Het is op een fijne tijd, lekker vroeg, en mijn dochter vond het geweldig vorige keer. Dat was nu weer zo. Het was een voorstelling voor 3+, maar ze vond het nog steeds heel leuk. Het was lachen, gieren, brullen. Ik vond het ook heel goed gedaan met poppen op stokken. Die mochten de kinderen na afloop aanraken. Een minpuntje was het zitcomfort. De ouders moesten op de trap zitten: ik kreeg

echt een houten kont. Ook waren er ouders die op de plekken voor de kinderen gingen zitten. Die zitten er dan voor. Ik heb mijn dochter daarom maar op schoot genomen.”

**Zonder kinderen:** Ook bij een bezoek zonder kinderen valt op dat de voorstelling of het concert niet per se de meest centrale factor is in een succesvolle avond voor deze doelgroep. Ook hier kiest men het liefst voor iets bekends, maar dat kan hem ook zitten in de locatie. Het is een combinatie van het optreden, het publiek en de algehele sfeer die maakt dat het een succesvolle avond is. Opvallend is de factor nostalgie die kan zorgen voor een goede beleving. Twee panelleden genoten enorm van een avond die ‘net als vroeger’ voelde.

Drukker (33) en vader van een dochter van 2 en een tweede op komst bezocht Krach in Rotown: “Ik ben naar Rotown geweest net als vroeger, een geschikte tent. Bewust alleen, zodat ik daar mensen zou kunnen leren kennen en een praatje maken. Ik verwachtte een intense beleving. De band kende ik niet, maar het werd door 3voor12 gepresenteerd, dus ik verwachtte dat dat wel goed zat. Het begon wel laat, om 21:30. Ik was benieuwd of ik dat zou redden. Vaak zit ik om 20:30 behoorlijk in te kakken. Maar dat lukte prima. Het was net of ik weer 17 was. Het was fantastisch, echt een magische avond. Ik heb me erg vermaakt met de rest van het publiek. Het was makkelijk om contact te maken. Nou doe ik dat altijd wel, hoor. Een goed, niet al te jong publiek en een open sfeer. De band was ook boven verwachting goed. Ik had expres niet op Youtube gekeken om me te laten verrassen, net als vroeger. Als je eenmaal die drempel over bent, is het zo leuk. Ik zou dit echt vaker moeten doen.”

Moeder (25) van een zontje van 2 bezocht Officium Triste in de Baroeg: “Ik ben voor het eerst in tijden weer naar de Baroeg geweest. Het leek me heel leuk om dat weer eens te doen en ik houd nog steeds van die muziek. Het was als vanouds. Ik heb nog een stijve nek van het headbangen. Het is wel beter georganiseerd dan vroeger met kaartverkoop van tevoren, muntjes voor de drankjes en betere security. Jammer genoeg was het ook een stuk duurder geworden. Er speelde een band waarin een ex van mij speelt, leuke muziek, alleen het geluid stond wat te hard. Ik ontmoette mensen die ik lang niet heb gezien. Dat was super.”

Kwaliteitsmanager (32) en vader van een dochter van 5 en een zoon van 6 bezocht Sanne Wallis de Vries in Theater Zuidplein: “Ik houd van cabaret, maar bezoek meestal mannelijke cabaretiers. Ik wilde nu wel eens een vrouw zien en heb gekozen voor Sanne Wallis de Vries. In Theater Zuidplein kom ik vaker. Het bleek niet erg goed te lopen en ik kreeg nog 2 extra kaarten gratis aangeboden. Toen ben ik behalve met mijn vrouw ook nog met mijn moeder en een collega er naartoe geweest. Het was een leuke avond, de voorstelling was leuk. Het was wel een beetje ongemakkelijk dat er maar 50 mensen in de zaal zaten. Ook was het een domper dat ik bij het weggaan een parkeerboete van 60 euro had. Op de site van het theater stond dat je in de buurt gratis kon parkeren. Dat bleek dus toch niet waar te zijn.”

#### Hoe kunnen podia deze doelgroep (nog) beter bedienen?

Deze doelgroep is over het algemeen erg positief over het bezoeken van podia in Rotterdam. Er heerst bij sommigen wel een bepaalde onbekendheid en onervarenheid met het podiumaanbod. Men gaat doorgaans vooral naar wat men al kent. De podiumfactor is best belangrijk voor deze groep. En er zijn zeker nog suggesties voor verbetering.

**Publiciteit:** De Sportieve Gezinnen hebben allemaal de websites van de podia bezocht om praktische informatie op te zoeken, zoals openingstijden, kaartverkoop, prijzen en dergelijke. Dit is informatie die voor hen erg belangrijk is. De sites bleken nog lang niet altijd optimaal te zijn ingericht en ook het kopen van kaarten is niet overal even makkelijk. “De website van Rotown vind ik niet denderend. Het ademt niet de sfeer van wat je te zien krijgt. De website is minder toegankelijk dan het podium zelf. Je moet je bijvoorbeeld inschrijven om een kaartje te bestellen”, “Ik heb LCC Zevenkamp gebeld om kaarten te reserveren, maar dat kon niet. Op de site kon je ook niet zien of er nog kaarten waren. Kaarten kopen kon alleen op weekdagen. Ik had maar 1 dag dat ik dat kon doen. Gelukkig waren er toen nog 4 kaarten, ik had er 3 nodig. Ik vind dat niet echt handig. Ik zou graag mijn kaarten op internet kunnen bestellen”, “Ik wilde bij Theater Zuidplein met een theaterbon betalen en dan kon je niet online bestellen. Ik moest dus zelf naar de kassa en die is alleen tussen 12 en 17 geopend. Niet erg handig. Kan dat niet met een krascode ofzo? Je kon op de site ook niet zien welke plekken er nog beschikbaar waren. Ook stond er verkeerde informatie op de site over parkeren. Er stond dat het gratis was na 18:00 in de buurt, maar dat bleek dus niet waar. Ik kreeg een fikse boete.” Een panellid belde het LCC IJsselmonde op om te vragen of je ook jongere kinderen mee kon nemen naar de voorstelling. Dat lukte en de vraag werd goed beantwoord.

Deze groep wil ook wel goed weten wat je kunt verwachten voor ze ergens naartoe gaan: “Je gaat niet meer zo vaak, dus je wilt wel zeker weten dat het goed is.” Het panellid dat Rotown bezocht deed uitgebreid research op internet naar de band Krach: “Maar dat zou ik normaal niet doen, want dan ken ik de band meestal waar ik naartoe ga. Ik volg wel veel bands via social media.” Recensies zijn niet van invloed op deze groep: “Het zijn maar persoonlijke meningen.” Met name over het culturele aanbod voor kleine kinderen mist deze groep een goede publicatie: “Een boekje met aanbod voor kinderen tot 12 jaar, zoals Dora, Bumba en Woezel & Pip”, “Alle uittips voor kinderen met film, theater, muziek en kortingen.” Men heeft nu echt moeite om de informatie over dit aanbod bij elkaar te sprokkelen: “Als je googlet op peuter- of kindertheater dan vind je lang niet altijd de leuke dingen.” Dit blijkt ook als het panellid dat erg goed is in het verzamelen van informatie hierover tips geeft aan de anderen: “Je moet dat inderdaad net weten.” Men heeft grote voorkeur voor een papieren boekje boven een internetsite: “Een boekje kun je bewaren”, “Daar zou ik me direct op abonneren.” Wat er gecommuniceerd wordt over dit aanbod zou bovendien wel uitgebreider mogen zijn. Voor een paar panelleden is er toch nog wel een drempel om met kinderen iets cultureels te doen, omdat ze zelf geen erg ervaren bezoekers zijn. Ze willen daarom zeker weten dat het geschikt is voor de leeftijd van hun kind en dat er voldoende kindervaciliteiten zijn.

**Bereikbaarheid, gebouw & locatie:** De bereikbaarheid van podia is belangrijk voor deze groep, met name als ze met de kinderen gaan. Het OV, de auto en de fiets worden gebruikt om er te komen. Bereikbare podia bevinden zich overigens niet per se in het centrum van Rotterdam. Ook andere plekken worden als bereikbaar gezien. Het LCC in de buurt is voor een van de panelleden aantrekkelijk om op de fiets naartoe te gaan. Een ander panellid ging net zo makkelijk met de auto naar een LCC in een heel andere wijk. Voor sommige andere panels zijn de gebouwen en de naam van de LCC's niet aantrekkelijk: “Ik ga liever naar een podium met een bekende naam”, “Dat clubhuisgevoel trekt me niet, geef mij maar een echt theater”, zegt een ander die daarom liever naar het centrum fietst dan in de eigen wijk te gaan. Het panellid dat Baroeg bezocht vond de bereikbaarheid van dit podium niet optimaal met het OV: “De laatste tram gaat om 20:07. Ik stap liever 's avonds niet meer over. Dat vind ik onveilig.” Als ze een ideale locatie mogen noemen voor een nieuw podium, noemen sommige panelleden ook locaties die niet in het centrum liggen. Zo zou een panellid graag een comfortabel nieuw podium zien aan de oostkant van Rotterdam, nabij het Alexandrium: “Dat is goed bereikbaar.” Een ander oppert een kasteelachtig podium in het Kralingse bos bij het strandbad. Ook iemand anders ziet de combinatie met strandbezoek wel zitten en oppert een kindertheater in Hoek van Holland.

**Voorwaarden & faciliteiten:** Met name bij een bezoek met kinderen is het prettig als de voorwaarden en faciliteiten bij het podium goed afgestemd zijn op de wensen en behoeften van de ouders. Aanvangstijden zijn met name met kleine kinderen, die nog een middagslaapje doen, van groot belang: “Voor kleintjes is een vroege aanvangstijd in de ochtend prettig. Voor grote kinderen is 's middags ook prima.” Prijs is ook belangrijk voor deze groep. Een bezoek met het hele gezin is al snel erg prijzig, als ouders en kinderen beiden flinke toegangsprijzen moeten betalen. Om die reden is men erg gevoelig voor kortingen en goedkopere voorstellingen, zoals in de LCC's. Men vindt het ook niet logisch als de kaartjes voor ouders duurder zijn dan die voor kinderen. Het draait immers om de kinderen, de ouders zijn begeleiders. In speeltuinen is het gebruikelijk dat begeleiders gratis zijn en kinderen betalen. Dat zouden de ouders ook voor kindertheater een goed idee vinden. Ze vinden het jammer als het aantal begeleiders per kind gelimiteerd is tot één: “Je wilt soms ook met twee ouders en een kind gaan.” De ouders stellen het ook erg op prijs als het zitcomfort voor ouders en kinderen goed is. In café Floor mogen de kinderen vooraan zitten, maar ouders die zich daar niet aan houden worden daar niet op aangesproken, waardoor deze regel eigenlijk niet goed werkt. Veel kinderen willen ook bij hun ouders zitten. Er zou over nagedacht moeten worden hoe dat toch goed te regelen is. Het is in ieder geval prettig als er personeel beschikbaar is dat het gaan zitten en weer opstaan begeleid. Dat is goed geregeld in LCC Zevenkamp: “Er is iemand in de zaal aanwezig, die zorgt dat mensen niet op de trap gaan zitten en even meeloopt als een ouder met een huilend kindje de zaal moet verlaten.” Simpele kinderactiviteiten, en iets eten of drinken rondom het voorstellingsbezoek, worden ook erg op prijs gesteld. Dat kan voorafgaand zijn of na afloop, bijvoorbeeld: schmincken, knutselen, een glaasje limonade drinken etc. De prijzen voor drinken en eten vinden veel ouders regelmatig ook aan de hoge kant: “Ik betaalde in Café Floor €4,60 voor koffie en een fristi. Dat vind ik echt te duur.” Ze nemen dan liever –illegaal- zelf iets mee en stellen het zeer op prijs als er kortingsacties zijn. Ook hier blinken de LCC's uit: “Een drankje kost er maar 1 euro.” De timing van het eten & drinken kan soms ook beter: vooraf is soms beter dan achteraf: “In LCC Zevenkamp ging het partijtje om 15:00 eten, een beetje een vreemde tijd.” Het lijkt de ouders sowieso leuk als er tijdens de inloop iets te doen is voor de kinderen of een klein voorprogramma.

Een goede garderobe: liefst gratis, maar liever betaald dan onbeheerd, genoeg schone toiletten en een verschoontafel, duidelijke bewegwijzering en gastvrijheid zijn voor iedereen belangrijk. De bitterballen die rondgaan na de voorstellingen en de gratis garderobe in Theater Zuidplein zijn een goed voorbeeld van het laatste, al kon het panellid dat dit theater bezocht niet blijven voor een drankje omdat hij de volgende dag weer moest werken. In Baroeg is er een goed rookhok ingericht nu het rookverbod van kracht is geworden. Personeel dat je prettig te woord staat is ook fijn en 'tegenwoordig bijzonder': "Ik ben bijna verbaasd als ik goed behandeld wordt." In de LCC's zijn de faciliteiten allemaal wat eenvoudiger –geen echte garderobe, weinig bewegwijzering-, maar vanwege de lage prijs heeft men daar begrip voor. Bovendien is het personeel er erg vriendelijk. In de Rotterdamse Schouwburg vond een panellid het vreemd dat hij alleen zijn naam hoefde te zeggen bij het ophalen van de kaarten, terwijl hij in de bevestigingsmail een speciaal klantnummer had gekregen: "Hoe weten ze nou zeker dat ik het echt ben?"

**Programmering:** Opvallend is dat de programmering van podia voor deze groep niet erg belangrijk is. Sterker nog, de term is hen niet bekend. Wanneer gevraagd wordt naar een podium met een goede programmering wordt door iemand bijvoorbeeld Ahoy genoemd: "Daar is het altijd goed georganiseerd." Het blijkt hem dus niet zo zeer om de programmering als om de organisatie te gaan. Het optreden wordt gezien als onderdeel van de sfeer die in een podium hangt. Een mindere voorstelling heeft ook geen invloed op het beeld van het podium. Zo zegt de bezoeker van Raaf & Kip in LCC Zevenkamp: "Ondanks de mindere ervaring heb ik meteen weer kaartjes voor de volgende kindervoorstelling gekocht."

Wel lijkt het erop dat er behoefte is aan meer programmering voor kleine kinderen bij deze groep. Er wordt geklaagd dat de voorstellingen in de schouwburg zo snel zijn uitverkocht en men kent weinig alternatieven: "De keuzemogelijkheid moet groter. Er verdwijnt meer dan dat erbij komt." Ook grote shows als die van K3 zijn binnen de kortste keren uitverkocht. De LCC's vullen het kinderaanbod goed aan, maar dat kan meer en sommigen vinden de LCC's niet aantrekkelijk. Ook onbekendheid met het aanbod speelt echter een grote rol, zoals bleek in de paragraaf over publiciteit. Wat betreft het volwassen aanbod, wordt men goed bediend. Een panellid zou het wel erg goed vinden als Rotterdam weer een nieuw groot poppodium zou krijgen om het gat dat Nighttown en later WATT hebben achtergelaten te vullen.

<b>De Sportieve Gezinnen in een notendop</b>
<i>Motieven &amp; behoeften bij podiumbezoek in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- iets leuks te doen hebben met de kinderen</li> <li>- Spektakel ondergaan</li> <li>- Vermaakt worden</li> <li>- Ontroerd worden</li> <li>- Goede sfeer ervaren</li> <li>- De kinderen iets meegeven van cultuur</li> <li>- Nostalgie (uitgaan zoals vroeger)</li> </ul>
<i>Keuzeproces podiumaanbod in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Heel wisselend: via via, internet, twitter, brochures, televisie, buitenreclames etc.</li> <li>- Vrouw beslist doorgaans</li> <li>- Artiest &amp; podium spelen in combinatie een rol bij de keuze</li> </ul>
<i>Belangrijkste invloed op de beleving van een podiumbezoek</i>
<p>Met kinderen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Herkenbaarheid/aansprekendheid voor kinderen van optreden</li> <li>- Kindvriendelijk zitcomfort</li> <li>- Kindvriendelijke aanvangstijden/duur voorstelling</li> </ul> <p>Zonder kinderen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Optreden</li> <li>- Publiek</li> <li>- Sfeer in het podium</li> </ul>
<i>Drempels voor podiumbezoek in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prijs</li> <li>- Het gezinsleven (tijd en sociaal: alles met gezin willen doen)</li> <li>- Niet te vaak iets cultureels willen doen (het moet bijzonder blijven)</li> <li>- Onbekendheid van het aanbod</li> </ul>

*Tevredenheid podia Rotterdam*

- LCC's zijn goedkoop en leuk, maar mogen iets professioneler
- Andere podia doorgaans goed: prijzen zijn soms aan de hoge kant
- Communicatie/publiciteit over kindervoorstellingen kan beter
- Aanbod kindervoorstellingen mag groter/gevarieerder

## 4. Eenvoudige pensioengenieters en museumbezoek

***Deze groep bestaat uit oudere echtparen en alleenstaanden die een teruggetrokken maar tevreden leven leiden. Zij hechten aan geborgenheid en zijn plichtsgetrouw. Ze houden erg van wandelen en de stad bekijken. 8% van de bevolking van Rotterdam is een Eenvoudige Pensioengenieter (Bron: RF).***

### Cultuurbezoek en oriëntatie

De groep eenvoudige pensioengenieters doet af en toe iets cultureels. Dat kan een museumbezoek zijn, een klassiek concert of de Dag van de Romantische Muziek, een jazzconcert op het cruiseschip de Rotterdam, een film, een toneelvoorstelling van een kleinkind in het Hofpleintheater of een show van Tineke Schouten. De groep ziet zichzelf niet als echte cultuurliefhebbers of museumbezoekers: "Ik kan ook makkelijk zonder." Ze zijn er niet erg op gericht en ondernemen infrequent en soms min of meer toevallig wel eens iets. Tijdens de discussie blijkt echter dat ze meer doen dan ze zelf denken: "Nu ik erover nadenk ben ik in best veel musea geweest. Daar had ik eigenlijk niet bij stil gestaan." Dit heeft ook te maken met het feit dat deze groep nog echt onderscheid maakt tussen hoge cultuur en lage cultuur: "Je moet niet alles maar een concert noemen. Een concert, dat is hoge kunst, niet een simpel optreden met gitaar en piano." Echte liefhebbers van hoge kunst zijn ze niet, vinden ze, al hebben ze er wel respect voor en vinden verschillende panelleden dat ze vaker zouden moeten gaan: "Het is eigenlijk schandalig dat ik in sommige musea in Rotterdam nog nooit geweest ben." Voor deze groep lijkt het een soort verplichting om gebruik te maken van het culturele aanbod, omdat het er niet voor niks is. Opvallend is ook dat, als ze nadenken over cultuurbezoek, ze regelmatig benadrukken dat dit vooral iets is voor 'de jeugd' of voor 'mensen die net in Nederland' zijn. Dit zijn groepen van wie zij vinden dat die echt iets kunnen opsteken van cultuurbezoek. Bij een panellid gaat dit zelfs zo ver dat wanneer hij een museum bezoekt hij de hele tijd 'door de ogen van een 16-jarige' kijkt.

Deze groep heeft veel vrije tijd en dat is te zien in hun museumbezoekgedrag. Daar is veel ruimte voor. Een fietstocht in de omgeving is voor veel panelleden aanleiding om een museum te bezoeken: "Dan heb je een doel." Vaak is het dan een klein streekmuseum, waar je onderweg even stopt. Sowieso is deze groep erg geïnteresseerd in kleinere musea. De mannen met name in musea over scheepvaart of techniek. De vrouwen in kleine historische musea of musea over bijvoorbeeld poppen, speelgoed of zilver. Een panellid is bestuurslid van de Vereniging van Plattelandsvrouwen en organiseert in die hoedanigheid vaak uitjes voor de leden uit haar dorp. Er wordt dan regelmatig een museum bezocht, soms in Rotterdam, soms elders in Nederland. Twee dames in het panel bezoeken ook het eigen streekmuseum (Overschie en Krimpen aan de IJssel) regelmatig: "Je ziet er dingen die je herkent uit je eigen jeugd: een wringer bijvoorbeeld, ook foto's van hoe het vroeger was, een winkeltje met ouderwets snoep. Die herkenning is leuk. Ik neem er ook vaak bezoek mee naar toe." Tijdens vakanties in binnen- en buitenland bezoeken sommige eenvoudige pensioengenieters ook vaak wel een keer een museum. Ook een uitje met de kleinkinderen bevat soms een museumbezoek: "Ze willen elke keer weer naar Professor Plons in het Maritiem Museum." Het leuke van musea vinden de panelleden dat je er iets van opsteekt, terwijl het ook ontspannend is: "Tv kijken kan altijd nog als ik ouder ben. Van een museumbezoek word je nooit dommer." De een is fanatieker in het willen leren in musea dan de ander: "Als ik een vraag ergens over heb, dan duik ik niet gelijk achter het internet, maar bezoek ik een museum." Toch ziet ook dit fanatiekere panellid museumbezoek vooral als een vorm van tijdverdrif. Voor niemand zou het een erg groot probleem zijn als ze geen musea meer konden bezoeken.

Museumbezoek wordt ook niet erg ver van tevoren ingepland. Vaak is het een spontane ingeving, soms wordt het al een paar dagen tevoren bedacht. Bij de heren is het vaak hun vrouw die het initiatief neemt: "Ik maak geen plannen, ik wacht af, het komt vanzelf." Musea worden gezien als een uitje dat je onderneemt als het slecht weer is of in combinatie met iets anders, bijvoorbeeld winkelen of fietsen. Als het onverhoopt toch mooi weer is, kan een gepland museumbezoek gecancelled worden. De enige die wel eens verder van tevoren museumbezoeken plant is het bestuurslid van de Plattelandsvrouwenvereniging: "Ik regel dat soort bezoeken 2 maanden van tevoren." Informatie van vrienden, kennissen, familieleden of mensen die je tijdens het fietsen tegenkomt is de meest genoemde manier waarop deze doelgroep op de hoogte komt van musea. Iemand geeft je een tip, dat onthoud je en als er dan eens tijd is ga je ernaar toe. Tijdens de paneldiscussie werden ook onmiddellijk tips uitgewisseld. Ook de media, met name radio en kranten, kunnen aanleiding geven om een museum te bezoeken: "Mijn vrouw had gelezen over de papierbiënnale in de krant. Dat was in het CODA Museum in Amersfoort. We zaten in het huis van

mijn dochter in Zeist en hebben dat toen bezocht.” Op vakantie loop je soms ook gewoon tegen musea aan. Twee panelleden gaan ook wel eens googelen op zoek naar een museum op een bepaalde plek of over een bepaald onderwerp. De meesten gaan niet echt actief op zoek. Het publiciteitsmateriaal van musea bereikt deze doelgroep dan ook niet of nauwelijks. Een enkeling kan zich herinneren wel eens een foldertje te hebben gekregen over een bepaald museum, bijvoorbeeld tijdens de Wereldhavendagen. Wanneer dit hen bereikt, bekijken ze het goed en kan dit ook echt aanleiding geven tot het bezoeken van dit museum. Het valt deze groep ook op dat ze bijna nooit posters zien van musea. In de wijken waar zij wonen hangen vooral posters van braderieën en rommelmarkten. Ook deze worden altijd goed bekeken: “Als ik het niet goed kan lezen, rijd ik hetzelfde blokje nog een keer, zodat ik het alsnog kan zien.”

#### Wat is een succesvol museumbezoek?

In hun keuze voor een museum, letten de eenvoudige pensioengenieters met name op het onderwerp: dat moet hen interesseren. Herkenning is daarbij belangrijk. Onderwerpen waar de doelgroep zelf ervaring mee heeft, zijn het meest interessant en tijdens de meest succesvolle museumbezoeken herkennen ze tot in detail hun eigen ervaringen terug. Daardoor komen ze vaak bij kleinschalige musea uit, doorgaans gerund door vrijwilligers. Voor hen is dat aantrekkelijk, want daardoor komen ze persoonlijk in contact met de mensen die er werken en dat stellen ze erg op prijs. Grotere musea hebben een hogere drempel voor deze groep, omdat ze minder persoonlijk zijn en lastiger te begrijpen is waar het precies over gaat. Ze zijn soms ook erg modern of gevuld met hoge kunst. Dat werpt een drempel op, maar als je eenmaal binnen bent, kunnen ook grote musea bevallen. Ook in de bezoekerervaringen uit het onderzoek komt de behoefte aan herkenning en persoonlijk contact terug.

Oud-horecamedewerkster (65) bezocht het Arboretum Trompenburg: “Ik kende het Arboretum, maar was er nooit in de winter geweest. Ik vind het een mooie plek met vissen, water en bruggetjes. De winter blijkt toch niet echt een goede tijd om erheen te gaan. Er was wel een rondleiding op de dag dat ik er was, dus dat maakte het interessant. Maar het wordt straks in de lente toch een stuk mooier denk ik. Ik vind het wel wat afstandelijk allemaal. Je merkt dat je in Kralingen zit, aan het personeel en aan de mensen die meeliepen met de rondleiding. Ze doen een beetje uit de hoogte. Gelukkig was mijn man mee en die doet altijd grappig, dus daardoor had ik er niet zo'n last van. Als ik alleen was geweest had ik me een beetje opgelaten gevoeld.”

Oud-motorkoerier, vertaalster en taallerares (63) bezocht het Wereldmuseum: “Ik las op de site dat er 2000 topstukken te zien zijn, dus daar was ik wel erg benieuwd naar. Ik vond het ook echt interessant. Er waren veel boeddha's te zien en ik houd daar wel van. Ze staan ook bij mij thuis, al ben ik geen boeddhist. Ook de tempels en muurschilderingen vond ik mooi. Ik heb in mijn eentje een beetje door het museum gezworven. Op het laatst was ik een beetje de weg kwijt.”

Oud-medewerker Gemeentewerken/waterbeheer (60) wilde eigenlijk naar het Havenmuseum maar bezocht het Maritiem Museum: “Het Havenmuseum is een van de drie nautische musea in Rotterdam. Het Maritiem Museum richt zich op de zeevaart, het Mariniersmuseum is militair en ik hoopte dat het Havenmuseum zich in ieder geval gedeeltelijk richt op de binnenvaart. Ik heb daarin gewerkt en het heeft dus mijn grote interesse. Ik kwam er later achter dat ik per ongeluk toch het Maritiem Museum heb bezocht en Museumschip de Buffel. Het was me niet goed duidelijk welk deel dan het Havenmuseum was. Het Maritiem vond ik goed, maar wel erg toegesneden op de moderne tijd. Het is goed gedaan voor de jeugd. Ik miste wel chronologie. Ik zou graag hebben gezien hoe een graankorrel in 1700 getransporteerd werd en hoe dat nu gaat. Ook miste ik het stuk dat gaat over het transport door Duitsland. Dat heb ik vroeger zelf gevaren. Ik zag daar niks over in het museum.”

Gepensioneerde (68) bezocht het Houweling Telecommuseum: “Ik hoopte oude telefooncentrales te kunnen zien. Daar heb ik vroeger zelf nog mee gewerkt. En ik hoopte dat alles goed verlicht zou zijn, want ik kan niet goed meer lezen door mijn slechte ogen. Het beviel me best. Ik was alleen, mijn vrouw wilde niet mee. Maar dat gaf niet, want ik kwam er iemand tegen die ik nog kende en daar heb ik een praatje mee gemaakt. Hij vertelde dat het museum misschien moet verhuizen en toen heb ik aangeboden om te regelen dat het koper wordt vervoerd. Ik kreeg vervolgens een persoonlijke rondleiding, dat was heel leuk. Er is echt alles op het gebied van telefooncentrales en -verbindingen, geweldig! De oude PTT kleding interesseerde me minder.”

Medewerkster ING Bank (61) bezocht het Maritiem Museum: “Ik las in de krant dat er een actie was in het kader van de tentoonstelling over mode, dat iedereen die in een streepjestrui kwam gratis

naar binnen mocht. Ze hoopten daarmee veel vrouwen trekken. Dat leek me leuk en ik had dus speciaal een streepjestrui aan gedaan. Jammer genoeg keken ze daar helemaal niet naar: ik kon zo doorlopen. Misschien omdat ik de achterdeur had genomen? Uiteindelijk vond ik het allemaal toch niet zo vrouwvriendelijk. Ik vond het erg modern, met veel computers en onderwerpen als ruwe olie enzo. Ik was er na een uur of 2 wel klaar mee. Ik zag veel mannen die er helemaal in opgingen, maar dat heb ik niet zo met dit onderwerp. Het was jammer dat mijn man niet mee wilde en er waren ook geen rondleidingen. Ik voelde er niet voor om alleen in het museumcafé te gaan zitten, dus toen ben ik bij V&D koffie gaan drinken. Daar doe je dat toch wat sneller.”

Huisvrouw (64) bezoekt Boijmans van Beuningen: “Schandalig dat ik daar nog nooit was geweest. Ik verwachtte dat er veel moois te zien zou zijn, maar moest ook wel een drempel over, want ik ben niet zo’n museummens. Mijn man en ik zijn van 11 tot 16 in het museum geweest, zo veel was er te zien. Er waren erg mooie schilderijen en glas-in-loodwerk. Het was zeker niet saai, juist druk en levendig. Tussendoor hebben we koffie gedronken in de espressobar. Er waren ook wel onderdelen die ik minder mooi vond, zoals het keramiek met veel ‘misbaksels’ en de modernere kunstwerken. Mijn man reageerde ook positief. We gaan zeker nog een keer terug.”

Gepensioneerde (66) bezoekt het Radiomuseum: “Ik was er eerder geweest en was wel benieuwd hoe het er nu uit zou zien. Het onderwerp interesseert me, dus ik verwachtte dat ik het wel leuk zou hebben. Dat was inderdaad het geval. Het is enorm uitgebreid met alle soorten elektronica en groter dan een paar jaar geleden. Ik ontdekte nu nog een deel van het museum aan de overkant. Je moet er wel interesse in hebben, anders is er weinig aan. Mijn vrouw vond bijvoorbeeld de afdeling met maritieme radio’s minder interessant. Ik ben lang gebleven en vond het een groot succes. Het is nog gratis ook en prima bereikbaar.”

Een succesvol museumbezoek biedt dus herkenning en persoonlijk contact. Omdat ze vaak kiezen voor een onderwerp dat dichtbij hen staat, zijn ze daarop ook erg kritisch. Met name de heren die zelf ervaring hebben met techniek of scheepvaart ontdekken het onmiddellijk als er fouten zitten in teksten of presentaties en dat kan hun respect voor een museum flink doen afnemen. Tijdens de discussie wisselen ze daar gretig ervaringen over uit: “Ik vroeg een keer naar hoeveel volt ergens op stond en toen gaven ze helemaal het verkeerde antwoord. Ze wisten er niks van.” Een panellid motiveert zijn museumbezoek bijna als een soort controle: “Ik ga dan kijken of ze het allemaal wel goed hebben opgeschreven.” Toch lijkt het erop dat het ontdekken van fouten ook een soort plezier geeft voor deze panelleden. Het bevestigt dat zij er zelf veel van af weten. De behoefte aan en prettige manier van persoonlijk contact komt ook naar voren in de neiging van twee dames in het panel om keer op keer terug te gaan naar hetzelfde streekmuseum: “Ze zijn er zo vriendelijk en er is van alles te doen, zoals een high-tea of een demonstratie klompen maken.” Wanneer je minder vriendelijk wordt bejegend in een museum, vindt deze groep dat heel erg: “In het Museon mocht ik het lampje dat ik bij me heb omdat ik slecht zie niet gebruiken. Heel flauw. Toen heb ik aan de suppoost gevraagd of hij het voor kon lezen, waarop hij antwoordde: Daar ben ik niet voor. Toen ben ik maar weg gegaan.” Tot slot komt ook de voorkeur voor buiten zijn tijdens een museumbezoek meerdere keren terug: twee panelleden komen daarom graag in het Arboretum Trompenburg, een panellid noemt als een van haar favoriete musea daarom het Juttersmuseum op Texel: “Je kunt het ook bezoeken met mooi weer.”

#### Hoe kunnen musea deze groep (nog) beter bedienen

Al vanaf de eerste minuten van de eerste bijeenkomst stonden een aantal panelleden binnen deze groep te popelen om ideeën te geven voor verbetering in musea in Rotterdam. De belangrijkste aspecten op een rij.

**Publiciteit:** Onbekendheid met het aanbod is duidelijk een drempel voor het bezoeken van musea. Ook weet deze doelgroep vaak niet goed wat ze moeten verwachten. Doorgaans hebben ze weinig informatie, alleen een naam van een museum, en vinden ze het op basis daarvan lastig te beoordelen of het iets voor hen is. Typisch is bijvoorbeeld het verhaal van het bestuurslid van de Plattelandsvrouwenvereniging die een uitje organiseerde naar het Speelgoedmuseum in Deventer. Dit viel tegen, omdat het museum heel klein bleek. Het museum was puur op de naam uitgekozen. De website werd niet bezocht: “Ik houd niet van dat internet.” En zij is niet de enige: ongeveer de helft van de panelleden geeft aan weinig gebruik te maken van internet. Ze ontvangen veel liever informatie op een andere manier. Van musea krijgen ze die niet of nauwelijks. Verschillende panelleden vragen daarom om meer informatie over musea: “Ik zou op tv een museumagenda willen zien. Op een centrale zender zoals SBS6.”



Internet werd door vier panelleden wel gebruikt om praktische informatie op te zoeken voorafgaand aan het bezoek in het kader van het onderzoek: openingstijden, routebeschrijving e.d. Hierover waren ze goed te spreken. Een van de niet-internetters kreeg de benodigde informatie tijdens de eerste discussie vanaf internet geprint door een medewerker van Rotterdam Festivals. De andere twee gingen op de goede gok op pad: "Ik ging er vanuit dat het zaterdagmiddag wel open was en dat was ook zo." Opvallend is ook het gebrek aan interesse voor wat er te zien en te doen is in een museum voordat men erheen gaat: "Meestal ga ik gewoon zonder me te informeren." Alleen de fanatieke 'museumbeoordelaar' die erg op fouten let doet dit wel: "Ik ga dan vergelijken of wat er op de website staat overeenkomt met wat er in het museum is." Hij is ook de enige die erop let of er een tentoonstelling is in een bepaald museum (al gebruikt hij hiervoor het woord thema). Aan de anderen gaat dit doorgaans geheel voorbij.

**Bereikbaarheid en locatie:** Hier heeft deze doelgroep noch een erg duidelijke mening over noch problemen mee gehad. Ze hebben veel tijd en vinden het dus niet erg om musea te bezoeken die een eindje reizen zijn. Zo werden musea in Delft en Schoonhoven genoemd, waar meerdere panelleden naartoe wilden. De bereikbaarheid met fiets, openbaar vervoer en auto is wel belangrijk, maar was bij alle bezochte musea prima in orde. Alleen het Arboretum staat niet goed aangegeven vanaf de tramhalte, maar is wel prima te bereiken daarvandaan.

**Ontvangst, prijs en faciliteiten:** Bijna alle panelleden zijn erin geslaagd het museum voor het onderzoek gratis te bezoeken. Sommige musea zijn altijd gratis: Radiomuseum, Telecommuseum en de vaste collectie van het Wereldmuseum. Tot het Arboretum kreeg de bezoeker daarvan gratis toegang met haar Rotterdampas, wel betaalde ze €2 per persoon voor de rondleiding. De bezoeker van het Boijmans werd tijdens de eerste discussie getipt dat dit museum op woensdag gratis toegankelijk is. Daar maakte ze ook gebruik van. De bezoeker van het Maritiem Museum ging op de dag dat je er met een streepjestrui aan gratis naar binnen mocht. Alleen de andere bezoeker van het Maritiem Museum betaalde de gewone toegangsprijs van €7,50. Hij vond dat een goede, gemiddelde prijs: "Je bent er toch wel drie uur. Dan is dat een prima prijs." Ondanks dat de groep gevoelig is voor de mogelijkheid tot gratis toegang, zijn ze ook best bereid toegang te betalen, zeggen ze: "Ik zou dat er ook wel voor over hebben."

Over het algemeen zijn de panelleden over de ontvangst in het museum goed te spreken. Over het Boijmans bijvoorbeeld: "De ontvangst is heel mooi. Er is een mooie ruime entree met voldoende informatiemogelijkheden en een gezellig drukke sfeer." Of over het Wereldmuseum: "Een geweldig goede service. Je krijgt een kaartje, ook voor de garderobe, en alles is gratis." Tijdens de streepjestruiendag in het Maritiem Museum was er helaas geen ontvangst: "Ik was aan de achterkant naar binnen gegaan en ik kon zo doorlopen. Niemand vroeg me wat. Er was geen ontvangst." Dit vond dit panellid wel een beetje jammer. De ontvangst die het minst beviel was die in het Arboretum Trompenburg: "De houding van de medewerkers was uit de hoogte, erg gereserveerd. Ik heb een Rotterdampas en dan mag je gratis naar binnen. Ik kreeg het gevoel dat de kassamedewerker dacht: daar heb je er weer zo een. Toen ik vroeg naar de rondleiding, kreeg ik een beetje snibbig antwoord: Dat is dan €2 per persoon. Het zijn vrijwilligers, dat weet ik, maar het mag we wat beleefder. En tegen de heer in rode Kralingse broek na mij deed ze wel heel vriendelijk."

Deze bezoeker is ook kritisch over de verdere faciliteiten in het Arboretum: "De toiletten in het entreegebouw vond ik een beetje smoezelig. De buitentoiletten vond ik er helemaal niet uit zien met spinnenwebben en stank." Het theehuis was in deze tijd van het jaar niet geopend op zondag. Dat vond ze ook jammer. Over de rondleiding was ze wel goed te spreken. Die was ook erg handig vanwege de wat onduidelijke bewegwijzering. De winkel vond ze ook leuk: "Je kunt er leuke dingen kopen, zoals kaplaarzen, servies en vogelhuisjes." De bezoeker van het Wereldmuseum was juist minder te spreken over de winkel daar: "Het lijkt wel een stoffenwinkel." Het café vond ze wel netjes, maar heeft ze 'vanwege de financiën' niet bezocht. En ook de bewegwijzering mag daar beter. Echter, dit heeft weinig effect gehad op haar bezoek. Dat was desondanks succesvol. De twee heren die naar het Radiomuseum respectievelijk het Telecommuseum gingen gaven aan dat daar vrij weinig faciliteiten zijn. Je kunt je jas op hangen en er zijn toiletten. Dat is het wel zo'n beetje. Daar hebben zij zich echter niet aan gestoord: "Het ziet er allemaal netjes uit." Met betrekking tot de bewegwijzering kan het Radiomuseum wel duidelijker aangeven dat er nog een gebouw is: "Dat had ik vorige keer helemaal niet gezien." De bezoekers van het Boijmans van Beuningen en Maritiem Museum vonden de faciliteiten over het algemeen in orde: alles zag er prima uit: "Zo'n groot museum is goed georganiseerd." Het enige waar deze bezoekers soms problemen mee hebben is de grootschaligheid en luxe en daarmee afstandelijkheid van deze musea. Zo durfde de bezoeker aan het Maritiem Museum niet goed in haar eentje een kopje koffie te drinken in het museumcafé: "Prachtige horeca, het heet Restaurant Lloyds, maar ik ben

niet binnen geweest. Dat doe je niet zo snel alleen.” Zij geeft ook aan: “Ik heb in de twee uur dat ik er was met niemand gesproken. Dat vind ik wel jammer.” Ook de andere bezoeker miste dat: “Het zou leuk zijn als je iemand in uniform kan aanspreken. De bezoeker van het Telecommuseum heeft dezelfde ervaring bij Boijmans van Beuningen: “Je hebt van die portiers daar, maar die zitten daar maar en zeggen niks.”

**Presentatie:** Deze behoefte aan persoonlijk contact raakt erg aan de manier waarop de museumpresentatie is ingericht. Voor deze groep komt een museum tot leven, wanneer ze persoonlijk contact kunnen hebben met de mensen die er veel van weten. Dat aspect vinden ze veel vaker in kleine musea dan in grote en die zijn daardoor voor hen makkelijker toegankelijk. Ook tijdens het onderzoek kwam dat weer duidelijk naar voren. Zo kreeg de bezoeker van het Telecommuseum daar een persoonlijke rondleiding en was zijn bezoek met name een succes door het gesprek dat hij had met deze oude bekende. Sommige panelleden zouden het erg goed vinden als ook in grote musea meer contact mogelijk is met de medewerkers. Dat zou voor sommigen zelfs zo ver mogen gaan dat medewerkers hen in het museum benaderen, ‘zeker als je alleen bent’. Anderen zijn bang dat dat wel erg opdringerig wordt: “In een winkel heb ik dat ook liever niet. Ik kijk liever zelf. Ik vind het ook niet passen bij het Boijmans.” Toch denken de meesten dat als je dat goed doet het heel prettig kan zijn: “Een medewerker moet goed aanvoelen of een bezoeker dat wil. Ik had het zelf best fijn gevonden als op sommige momenten. Als je ergens staat en denkt: wat is dit eigenlijk? Dat er dan iemand naar je toe komt om je daar iets over te vertellen.” Een ander zegt daarover: “Het moet met respect gebeuren. Misschien kunnen ze het het beste laten doen door studenten psychologie.” Iemand oppert ook een tussenvorm: “Dat je er aangegeven staat dat je op bepaalde momenten iemand beschikbaar is om iets uit te leggen op bepaalde afdelingen. Net als in de dierentuin.”

Een rondleiding kan voor sommigen de behoefte aan contact en uitleg al goed bevredigen. Ook als je niet de hele rondleiding meeloopt is het soms fijn om je eventjes aan te sluiten. Teksten lezen deze bezoekers veel minder. Soms omdat hun ogen te slecht zijn en de teksten vaak klein zijn of ‘op de grond liggen’. Veel eenvoudige pensioengenieters vinden de introductieteksten in tentoonstellingen doorgaans te lang. Met audiotours heeft deze groep weinig ervaring. Twee panelleden hadden er zelfs nog nooit van gehoord. Bij de meeste anderen hebben ze geen goed imago: “Dat lijkt me een ramp. Dan kun je niet meer vrij bewegen.”, “Het lijkt me zo vervelend dat je het geluid niet af kunt zetten.” Een persoon is er wel over te spreken: “Als de kwaliteit van de apparatuur en de geboden informatie goed is, kan het goed werken.” Filmpjes in de presentatie vindt deze groep wel aansprekend, als vinden sommigen het ‘erg modern’. Computers in het museum vormen voor verschillende panelleden ook een drempel, omdat ze hier niet veel mee werken. Demonstraties spreken de meesten weer erg aan: “Ik zou wel eens een demonstratie willen zien met oude schildersmaterialen. Het liefst door mensen in authentieke kleding. Dat je de verf kan ruiken.”

Dat tijdelijke tentoonstellingen deze doelgroep niet echt aanspreken, kwam al eerder aan de orde. Toch geven de meesten aan dat ze het wel goed vinden dat een museum niet altijd hetzelfde biedt: “Ik let er niet op, maar als ik er kom, vind ik het wel leuk als ze dan weer een nieuwe presentatie hebben.” Deze groep vindt het gek als je extra moet betalen voor een tijdelijke tentoonstelling: “Het is toch een lokkertje om mensen binnen te halen, dan ga je ze toch niet extra laten betalen.”

<b>De Eenvoudige Pensioengenieters in een notendop</b>
<i>Motieven &amp; behoeften bij museumbezoek in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uit verplichting/omdat het er is</li> <li>- Een doel hebben tijdens een uitje/fietstocht</li> <li>- Interesse in een specifiek onderwerp</li> <li>- Er iets van opsteken</li> <li>- Iets herkennen van vroeger</li> </ul>
<i>Keuzeprocès museumaanbod in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Van horen zeggen</li> </ul>
<i>Belangrijkste invloed op de beleving van een museumbezoek</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interessant, herkenbaar onderwerp</li> <li>- Contact met mensen die er werken</li> </ul>
<i>Drempels voor museumbezoek in Rotterdam</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Onbekendheid/publiciteit bereikt deze groep niet</li> <li>- Het gevoel: “Ik ben geen museummens”</li> <li>- Hoge drempel van grote musea</li> <li>- Prijs, gratis toegang is een lokker</li> </ul>

*Tevredenheid musea Rotterdam*

- Over de meeste musea erg tevreden
- Klachten over onpersoonlijke/uit de hoogte behandeling door personeel

## Conclusies en aanbevelingen

### Conclusies

Dit onderzoek heeft heel duidelijk laten zien dat verschillende doelgroepen cultuur op een verschillende manier beleven. Levensfase, opleiding, werk en inkomen en culturele achtergrond hebben allemaal hun invloed op wat mensen verwachten van cultuurbezoek, wanneer ze het als een succes ervaren en welke aspecten allemaal invloed hebben op dat succes. Hieronder worden de vier onderzochte groepen nog eens goed met elkaar vergeleken:

**Studentikozen:** zitten in een levensfase waarin ze veel uitgaan. Film, cabaret, concerten en festivals worden het meest bezocht. Binnen deze groep vind je early adopters die op de hoogte willen blijven van de nieuwste plekken en artiesten en dicht op de huid van die artiesten willen zitten, maar ook studentikozen die meer de mainstream volgen en graag naar bekende films, cabaretiers en bands gaan kijken. De eerste groep vindt cultuur erg belangrijk en is echt op zoek naar verdieping en blikverruiming, de tweede doet het vooral voor de ontspanning. Beide groepen oriënteren zich niet heel actief op het culturaanbod, maar horen via via, op Facebook of in DWDD wat er nieuw en leuk is. Naast de inhoud -de band, cabaretier of film- die ze willen zien, is het sociale aspect heel belangrijk: een avond moet gezellig en sfeervol zijn. Vrienden en ander publiek spelen daarin een rol. Maar deze groep gaat ook prat op zijn autonomie: je laat je uitgaansgedrag niet door anderen bepalen. Ze zijn wel in voor wat risico: de beste avonden vinden zij die waar je je liet verrassen door iets dat heel goed bleek te zijn. Prijs is overigens wel een grote drempel. Aan podia zijn de studentikozen niet erg loyaal. Ze gaan daarheen waar ze iets leuks of goeds kunnen zien. Podia hebben alleen invloed op hun beleving als ze iets flink fout doen: erg sfeerloos, erg slecht georganiseerd, veel te weinig publiek. Leuke extraatjes van podia worden op prijs gesteld, maar zijn nooit van zo veel invloed als het optreden. Doorgaans zijn ze erg te spreken over de verschillende podia in Rotterdam. Alleen een goed poppodium ontbreekt nog.

**Startende stedelingen:** zitten in een levensfase waarin hun cultuurbezoek iets sporadischer en inhoudelijker wordt. Het draait niet meer vooral om uitgaan, festivals etc, maar er wordt iets bewuster gekozen voor een bepaald intiem concert, een bijzondere voorstelling of de nieuwste film. Hun drukke werk heeft daar alles mee te maken. Museumbezoek behoort niet tot de centrale activiteiten van deze groep. Als ze voor hun plezier musea bezoeken is dat iets speciaals: op vakantie bijvoorbeeld, tijdens een uitje met vrienden of collega's, een weekendje weg of vanwege een spectaculaire tentoonstelling. Bij de meesten heerst dan eerder het gevoel van 'er geweest moeten zijn' dan van puur genieten van wat je er ziet. De groep oriënteert zich niet actief op musea, maar hoort ervan van vrienden of collega's. Posters in de stad komen ook wel onder hun aandacht. Museumwebsites en andere websites waarop informatie te vinden is over musea, zijn van erg groot belang voor deze groep. Hier gaan ze vervolgens checken of ze het de moeite waard vinden. Ze stellen hieraan vrij hoge eisen en laten zich door de gevonden informatie beïnvloeden in hun bezoek. Als dat niet beantwoord aan wat ze op de site gezien hebben, zijn ze teleurgesteld. De meeste musea worden door deze groep eenmalig bezocht. Het bezoek wordt vooral als succesvol gezien als het spectaculair en levendig was en de combinatie inhoud en sfeer in orde was. Deze groep wordt ook graag verwend met goede horeca. Prijs is geen drempel en wordt zelfs als kwaliteitsstempel gezien: hoe duurder het is, hoe beter het zal zijn. De Rotterdamse musea die het best voldoen aan de eisen van deze groep zijn de grotere musea met een goede service.

**Sportieve gezinnen:** hebben grotendeels afscheid genomen van hun oude leven, toen ze nog regelmatig films en optredens bezochten. Nu gaan ze vooral met de kinderen. Vaak ook naar locaties waar ze voorheen niet kwamen, zoals de schouwburg, musea of de LCC's. Een leuke middag met de kinderen is dan het doel, maar de ouders willen hen ook iets meegeven van kunst & cultuur. Iets dat een deel van hen niet zelf van huis uit heeft meegekregen. Grote, commerciële producties, zoals K3, zijn populair, maar kennen wel een hoge prijzdrempel. Daarom valt ook kleinschaliger aanbod, bijvoorbeeld in de LCC's of de bibliotheek, goed in de smaak. Wanneer men zonder kinderen iets cultureels bezoekt, is dat vaak een nostalgisch bezoek aan een van de locaties waar men vroeger vaak kwam (bijvoorbeeld Rotown). Mannen worden daarnaast meegenomen door hun vrouw naar shows of theatervoorstellingen.

Bij het zoeken naar leuke uitjes om met de kinderen te ondernemen speelt bij deze groep een bepaalde onervarenheid en onzekerheid met het aanbod. Zij vinden dat lastig te vinden en hebben behoefte aan meer overzicht en achtergrondinformatie dan waarover ze nu beschikken. Dit kan ertoe leiden dat ze helemaal niet gaan.

Het podium is redelijk belangrijk voor deze groep in de beleving van het cultuurbezoek. Het optreden is dat ook wel, maar het staat niet heel centraal en is redelijk inwisselbaar voor een andere 3+-voorstelling, alternatieve band of bekende cabaretier. Bij kindervoorstellingen kan het podium door kindvriendelijke maatregelen de beleving erg beïnvloeden. Ook bij andere optredens vindt deze groep comfort en goede service belangrijk. Overigens geldt ook hoe lager de prijs, hoe minder eisen men daaraan stelt. De LCC's scoren, ondanks hun eenvoudige service, daarom toch vrij goed bij een groot deel van deze groep.

**Eenvoudige pensioengenieters:** hebben veel tijd voor cultuurbezoek, maar voelen zich van oudsher geen echte museumbezoekers of liefhebbers van hoge cultuur. Zij maken dit onderscheid nog echt en kijken enigszins op tegen de instellingen van de hoge cultuur. Ook voelen ze een soort verplichting om dit aanbod te bezoeken. Hun voorkeur ligt echter heel duidelijk bij kleinere musea met onderwerpen die dicht bij hun belevingswereld en interesses liggen. Er is daarbij duidelijk onderscheid tussen manneninteresses als scheepvaart en techniek en vrouweninteresses als speelgoed en het huiselijk leven van vroeger. De herkenning en de persoonlijke verhalen spreken deze groep het meest aan in musea. Ze zoeken naar een combinatie van iets opsteken en ontspanning en combineren een bezoek aan dit soort musea vaak met een fietstocht of bezoek aan een stad of dorp.

Deze groep is niet goed bekend met het museumaanbod. Op de een of andere manier bereikt de communicatie van musea hen onvoldoende. Ze gaan bijna volledig af op wat ze horen van vrienden, kennissen of mensen die ze onderweg tegenkomen. Dat vinden ze wel jammer, want als ze eens informatie onder ogen krijgen, dan nemen ze die heel serieus. Prijs is niet per se een drempel, maar gratis is wel een aanbeveling en er zit zeker een limiet aan hun budget.

Deze groep komt graag terug in musea die hen bevallen en dat zijn, zoals gezegd, met name de kleinere musea die persoonlijke aandacht voor hen hebben. Sfeer is daarbij ook belangrijk, naast het onderwerp dat hen moet interesseren. Grotere musea worden soms als afstandelijk gezien. Een goede, persoonlijke service kan dat gevoel van 'hier hoor ik niet thuis' verminderen.

## Aanbevelingen

### **Studentikozen: scoren op 'programmering' en 'prijs'**

Podia die zich willen richten op deze doelgroep, zullen ervoor moeten zorgen dat hun programmering zo spannend is dat deze groep de boodschap gaat verspreiden en het uit wil gaan proberen. Kleine trailers op internet, zowel op de eigen website als op andere plekken, kunnen daar een rol in spelen. Deze worden veel bekeken door deze groep. Ook festivals of open podiumachtige activiteiten voeren de spanning vanzelf op voor deze groep: je kunt dan immers allerlei verschillende optredens 'sampelen'. Prijs kan ook een methode zijn om deze groep over te halen tot het uitproberen van een bepaald podium. Een keer een gratis activiteit of een grote groepskorting, kan hen bijvoorbeeld helpen om een hele groep vrienden over te halen om te gaan. Je zou dan bijvoorbeeld een persoon de opdracht kunnen geven een bepaald aantal andere bezoekers te werven tegen een grote korting. Op de avond zelf is sfeer belangrijk. Zorg dus voor een goede foyer, met lekkere drankjes en fijne muziek.

**Startende stedelingen: scoren op 'tentoonstellingen' en 'extra's'**

Musea die zich willen richten op deze groep zullen bijzondere dingen moeten organiseren. Een grote tentoonstelling met topstukken of een speciaal evenement zijn noodzakelijke elementen om deze groep voor musea te interesseren. Daarbij kan de internationale oriëntatie gebruikt worden door bijvoorbeeld een samenwerking met een buitenlands museum te benadrukken. Grootschalige communicatie van het evenement, bijvoorbeeld met posters in de stad, is een must. Deze groep is daarnaast erg geïnteresseerd in extraatjes. Wanneer die van hoge kwaliteit zijn, mag daar best een prijskaartje aanhangen. Omdat ze graag dingen ondernemen met vrienden en vriendinnen, zijn museumarrangementen, bijvoorbeeld inclusief een lekkere lunch, echt iets voor deze groep.

**Sportieve gezinnen: scoren op 'communicatie' en 'services'**

Deze groep zou zich heel graag abonneren op een magazine over cultureel aanbod voor kinderen in de regio Rotterdam. Daarin staan veel tips over wat er te doen is voor kinderen van verschillende leeftijdsgroepen. Ook is er achtergrondinformatie te vinden over 'theater/museumbezoek met kinderen: hoe gaat dat nou?', zodat degenen die dit nog nooit geprobeerd hebben alle informatie hebben om dit ook eens te durven. Podia die deze doelgroep willen bedienen, zullen goed moeten kijken naar de services die ze deze doelgroep bieden, van niet te dure, kindvriendelijke drankjes, tot goede begeleiding van het gaan zitten en weer opstaan, babyverschoonfaciliteiten en kinderfeestjes. Het magazine zou daarnaast ook af en toe tips kunnen geven voor activiteiten zonder kinderen, wellicht met babysitservice.

**Eenvoudige pensioengenieteres: scoren op 'communicatie' en 'persoonlijke behandeling'**

Deze groep heeft veel tijd voor museumbezoek en is daar ook in geïnteresseerd, tenminste om af en toe te ondernemen. Echter, de informatie over musea bereikt hen niet optimaal. Een eerste stap om de communicatie met deze groep te verbeteren is het beter verspreiden van posters en folders in de buitenwijken en dorpen rondom Rotterdam. Deze groep let echt op die posters, maar ziet daar niet vaak iets over musea hangen. Daarnaast is het belangrijk om de drempel voor een bezoek, met name wanneer het om grotere musea gaat, te verlagen door een persoonlijke, sfeervolle activiteit aan te bieden (zoals een demonstratie of rondleiding). Ook personeel dat deze groep aanspreekt in het museum, zou erg goed in de smaak kunnen vallen bij deze groep.

**Tot slot**

De vier onderzochte doelgroepen zijn geen van allen de meest logische of natuurlijke doelgroep voor de Rotterdamse podia en musea. Inzetten op deze groepen vereist daarom een duidelijke keuze en actieve inspanning. Het bovenstaande onderzoek heeft een algemeen beeld geschetst van vier doelgroepen en hun relatie tot podia dan wel musea. Wanneer gekozen wordt om op een of meer van deze groepen actief in te zetten, verdient het aanbeveling om nader onderzoek te doen naar deze groep in relatie tot het eigen podium of museum.

## Bijlage 1 Profielen deelnemers onderzoek

### Studentikozen

1. Man, 24 jaar, voltijd student sociologie en parttime medewerker bij een woningbouwcorporatie. Gaat wekelijks naar de bioscoop (heeft een Pathé-pas). Daarnaast bezoekt hij +/- 1x per maand musicals en concerten, ook buiten Rotterdam.
2. Man, 20 jaar, voltijd student sportmanagement en parttime medewerker bij TNT. Hij bezoekt 1 a 2x per maand de bioscoop en gaat maandelijks naar stand-up comedy voorstellingen in het oude Luxor en kleine zalen zoals OT (Onafhankelijk Toneel). Deze zaal (OT) is op loopafstand van zijn huis.
3. Man, 24 jaar, student communicatie, werkt ook parttime bij TNT. Hij houdt van Poëzie en jamsessies in cafés, meestal in Rotterdam, soms in Schiedam. Verder bezoekt hij soms festivals als er een act is die hem erg aanspreekt. Hij is bijvoorbeeld naar Metropolis geweest en naar festival Geen daden maar woorden. Als hij naar de bioscoop gaat dan liever Cinerama dan Pathé (omdat daar nu veel 3d films zijn waar hij niet van houdt).
4. Man, 20 jaar, student bestuurskunde en parttime koerier. Hij bezoekt wekelijks de Pathébioscoop en soms een cabaretvoorstelling in het oude Luxor. Vroeger ging hij naar Nighttown in Rotterdam, nu soms naar Amsterdam voor popmuziek.
5. Vrouw, 22 jaar, student vrijetijdsmanagement. Bezoekt regelmatig het WMDC, een podium voor wereldmuziek en dans waar ze stage heeft gelopen. Daarnaast bezoekt ze veel concerten en dansvoorstellingen. Ze gaat regelmatig, maar niet wekelijks naar de bioscoop (Pathé of Cinerama).
6. Vrouw, 24 jaar, student bedrijfskunde, gaat 1x per maand naar de bioscoop en 4x per jaar naar een cabaretvoorstelling. Meestal zijn dat grote namen die optreden in Zuidplein of het oude Luxor.
7. Vrouw, 23 jaar, student culturele- en maatschappelijke vorming en parttime studievoorzitter aan de Hogeschool van Rotterdam. Bezoekt poppodia, Rotown en Lantaarn/Venster. Ze bezoekt ook kleinere plekken en gaat soms naar theater zoals eindpresentatie van Codarts in Lantaren/Venster. Ze gaat +/- 2x per jaar naar de bioscoop en regelmatig naar muziek, ook buiten Rotterdam als daar bekenden optreden.
8. Man, 21 jaar, student communicatie, gaat 2 a 3 keer per maand naar de bioscoop, vooral Pathé. Hij gaat ook +/- 2x per jaar naar musicals. Michel gaat niet vaker want musicalkaartjes zijn duur. Meestal gaat hij naar Luxor voor de grote musicals.

### Startende stedelingen

1. Man, 26 jaar, werkt in Dordrecht, is fulltime hoofdkelner en barrista in een restaurant. Hij bezoekt popfestivals, concerten in bijvoorbeeld Rotown en films in Lantaren/Venster en Cinerama.
2. Man, 26 jaar, woont in Rotterdam, heeft een eigen adviesbureau voor bedrijfsadvies. Hij houdt van een feestje, festivals, Extrema, feesten in Duitsland, straatparade, Zomercarnaval Rotterdam. Fast Forward vond hij ook altijd heel leuk. Soms gaat hij naar de bioscoop en heel soms naar een museum. Hij woont dichtbij de bioscoop dus daar gaat hij eerder heen dan naar een concert. Soms gaat hij ook naar het Oude Luxor voor cabaret.
3. Vrouw, 32 jaar, woont in Capelle, studeert en geeft les. Bezoekt films in de Kuip en in Enschede waar ze vroeger gewoond heeft. Ze bezoekt daar ook Turkstalig theater en concerten. In Amsterdam komt ze ook voor concerten, bijvoorbeeld in Paradiso. Musea bezoekt ze heel regelmatig, ook buiten Amsterdam in Nederland en in het buitenland, bijvoorbeeld in Brugge.
4. Man, 29 jaar, woont in Rotterdam met zijn vriendin en werkt als productspecialist voor de farmaceutische industrie. Hij bezoekt kleinschalige concerten, zoals Wouter Hamel en gaat graag naar de film, bijvoorbeeld in Antwerpen. Het is daar rustiger, geen gesodemieter zoals in de Rotterdamse zalen. Hij bezoekt regelmatig musea zoals Boijmans en af en toe Villa Zebra waar zijn moeder werkt. Wat hem betreft zitten de meeste musea waar je echt geweest moet zijn in Amsterdam; van Gogh Museum, Rijksmuseum. Boijmans en Wereldmuseum is minder toonaangevend. Hij komt ook in het Oude Luxor voor cabaretvoorstellingen.
5. Man, 27 jaar, woont in Capelle en werkt als leerlingbegeleider Elektrotechniek. Zijn schoonzus is directrice van Cameretten en zodoende komt hij zeker een keer per week in het theater. Hij heeft ook bijvoorbeeld Legally Blonde gezien en dat was toch wel leuk. Hij krijgt via zijn schoonzus vaak vriendenaanbiedingen voor 5 euro en dat maakt de drempel een stuk lager. Hij gaat dan, ook al twijfelt hij of hij het interessant vindt. Daarnaast ziet hij veel films, hij heeft een

Pathe unlimited pas. Op zaterdagavond gaat hij vaak na een voorstelling door naar een kleine club of naar grotere feesten in en buiten Rotterdam.

6. Vrouw, 28 jaar, woont in Rotterdam en werkt als planner op een school. Ze heeft lang geen musea bezocht maar gaat wel regelmatig naar de film in de Kuip/Schouwburgplein maar ook in Amsterdam en Den Haag. Ze bezoekt ook het theater, met name musicals zoals the Lion King, Drie Muskietiers en Hairspray. Ze gaat ook naar Zomercarnaval maar vind het steeds minder worden omdat het festival de laatste jaren altijd op geweld uitloopt. Daarnaast gaat ze zo'n drie keer per week naar de film omdat ze vrienden heeft die er werken.
7. Vrouw, 30 jaar, woont in Rotterdam en werkt als vertrouwenspersoon op een Rotterdamse school. Ze doet veel aan museumbezoek met leerlingen en gaat daarnaast regelmatig naar het theater en de film. Soms neemt ze buitenlandse bezoekers mee naar musea, bijvoorbeeld het fotomuseum. Ze bezoekt ook cabaretvoorstellingen in het Luxor en concerten buiten Rotterdam, in Paradiso, Melkweg, Zaandam en Den Bosch.
8. Vrouw, 29 jaar, werkt bij een detacheringsburo. Ze bezoekt 1 a 2 keer per jaar theaters zoals het Luxor en Beatrixtheater en de bioscoop (vooral Pathé).

#### Sportieve gezinnen

1. Man, 32 jaar, woont in Alexanderpolder, dochter 5 jaar, zoon 6 jaar, werkt als kwaliteitsmanager. Met zijn kinderen bezoekt hij de Wereldhavendagen. Gaat een paar keer per jaar naar de film, Pathé Schouwburgplein of elders, met en zonder kinderen. Met kinderen is hij naar de Sinterklaasfilm geweest en naar Rapunzel. Gaat 2 a 3 keer per jaar naar het theater (zonder kinderen). Museumbezoek doet hij alleen in de vakantie met zijn gezin.
2. Vrouw, 31 jaar, getrouwd en heeft in drie jaar tijd drie kinderen gekregen. Haar kinderen zijn nu in de leeftijd van 2 maanden tot 3 jaar. Vroeger ging ze vaak naar de bioscoop (Pathé de Kuip) en naar kleine voorstellingen in het theater in Ridderkerk. Daar bezocht ze vooral optredens van bands met een vriendin.
3. Vrouw, 29 jaar, getrouwd, heeft twee kinderen van 7 en 3 jaar oud. Ze werkt als balie medewerkster bij het Centrum voor Jeugd en Gezin. Met de kinderen bezoekt ze musea zoals het Maritiem- en Havenmuseum. Op woensdagmiddag neemt ze de kinderen vaak mee naar een kindertheatervoorstelling. Ze doet bijna niet aan cultuurbezoek zonder de kinderen. Deze week gaat ze samen met haar man naar de bioscoop voor het eerst sinds een jaar.
4. Man, 33 jaar, getrouwd, heeft een dochter van 2 jaar en een tweede dochter op komst in maart. Hij werkt met zijn vader in hun drukkerij. Hij probeert zo veel mogelijk alles met zijn drieën te doen (met vrouw en dochter). Hij wil niet zijn kind uitbesteden en samen met zijn vrouw op stap. Hij gaat vaak op zaterdag met zijn dochter naar de bibliotheek. Hij gaat veel met het gezin naar musea, daar kan zijn dochter vrij rondlopen in Boijmans van Beuningen, Kunsthal en Scheepvaartmuseum. Zomercarnaval vind zijn dochter ook leuk. Hij gaat minder naar theater /concerten dan vroeger. Dat was maandelijks, nu bijna niet meer. Soms gaat hij wel alleen op pad als hij iets echt graag wil zien zoals Dave Matthews Band in Antwerpen en Duitsland.
5. Man, 30 jaar, dochter van 7 en dochter van 3 maanden. Hij gaat 1x per jaar met de oudste naar het museum (Belastingmuseum/Maritiemmuseum) en hij bezoekt 1x per kwartaal de bioscoop (Pathé). Johan doet niet zonder kinderen aan cultuurbezoek, daar komt hij niet aan toe. Vroeger bezocht hij vaak de disco.
6. Vrouw, 25 jaar, heeft een vriend en een zoontje die in maart 2 jaar wordt. Vroeger deed ze veel aan cultuurbezoek zoals naar de bioscoop gaan, concerten, musicals en tapdansen maar nu komt ze daar niet meer aan toe. Ze wil als gezin op pad en niet alleen. Als haar zoontje bij oma is wil ze liever rustig thuis zijn dan op pad. Voorlezen in de bibliotheek vind ze een leuke tip voor een uitje. Haar vriend gaat graag naar de bioscoop.

#### Eenvoudige pensioengenieters

1. Man, 68 jaar, gepensioneerd, intensieve bezoeker van klassieke concerten, meestal in Rotterdam. Hij bezoekt 2 a 3 keer per jaar een museum.
2. Vrouw, 61 jaar, getrouwd, 3 volwassen kinderen, werkt 28 uur per week bij ING, woont in Ouderkerk aan de IJssel. Ze zit in het bestuur van de Vereniging van Plattelandsvrouwen in Ouderkerk. Daarmee gaat ze 3 a 4 keer per jaar op pad vaak naar musea. Daarnaast gaat ze zelf naar musea. Ze gaat ook zelf naar het theater, bijvoorbeeld een voorstelling van Tineke Schouten.
3. Vrouw, 64 jaar, heeft 2 zoons en drie kleinzoons. Ze woont in Rotterdam, haar man zit in de VUT. Zelf werkt ze ook niet. Ze gaat vaak naar concerten en licht theater. Ze gaat niet veel naar musea. Op vakantie bezoekt ze wel musea.
4. Man, 66 jaar, bezoekt allerlei soorten musea in Rotterdam en daarbuiten, ook met kleinkinderen. Bijvoorbeeld het museum in Flevoland. In Rotterdam heeft hij het Fotomuseum,



Boijmans, de Kunsthal en Maritiem museum allemaal wel eens gezien. Hij bezoekt geen concerten, wel films.

5. Vrouw, 65 jaar, getrouwd, 1 zoon en een kleindochter. Ze heeft lang in de horeca gewerkt. Haar kleindochter speelt wel eens in Jeugdtheater Hofplein en (met school) in het Isala Theater en ze bezoekt deze voorstellingen. Vroeger ging ze met haar kleindochter ook naar kinderfilms. Verder bezoekt ze musea zoals het Fotomuseum, Mariniersmuseum, Museum Overschie en Boijmans. Ze bezoekt 1 a 2 keer per jaar een museum. Daarnaast gaat ze graag naar de Dag van de Romantische Muziek en naar Luistervinken bij de Kralingse Plas en het concert aan de Maas.
6. Vrouw, 63 jaar, was werkzaam als motorkoerier en Engels vertaalster. Nu geeft ze taalles aan allochtone vrouwen. Ze heeft 3 kinderen en 5 kleinkinderen. Ze gaat met alle kleinkinderen, van alle leeftijden graag naar de film en naar musea. Ze is een keer naar het Maritiem Museum geweest en het Wereldmuseum en naar Arboretum Trompenburg. Verder bezoekt ze soms een concert in Amsterdam en blijft er dan overnachten.
7. Man, 60 jaar, was werkzaam bij Gemeentewerken Rotterdam, beheer van vuil en schoon water onder en bovengronds. Hij heeft een binnenvaartachtergrond. Musea op dat gebied bekijkt hij kritisch 'kijken wat mensen aan de wal er over vertellen'. Hij is 2 keer op zondagmiddag naar een concert geweest op het schip de Rotterdam.