

Een publieksanalyse met het Culturele Doelgroepenmodel middels een standaardrapport

Informatie voor culturele organisaties in Nederland

Wat is een publieksanalyse?

Het Culturele Doelgroepenmodel kan je helpen bij het werken aan publieksbereik. Als je wilt weten wie je bereikt en wie (nog) niet kan je een publieksanalyse laten maken met de Culturele Doelgroepen. Er is een '[standaardrapport](#)' ontwikkeld waarbij jouw publieksbereik ook afgezet wordt tegen de aanwezigheid van de Culturele Doelgroepen in een bepaald gebied.

Een publieksanalyse rapport bevat drie gebiedsprofielen, bijvoorbeeld het bereik in een stad, de regio en in heel Nederland. Per gebiedsprofiel geeft het rapport inzicht in het bereik van de Culturele Doelgroepen middels een index, een cirkeldiagram met percentages en een visueel van het gebied.

Voor een publieksanalyse zijn gegevens nodig. Het Culturele Doelgroepenmodel werkt op basis van postcodes en huisnummers (inclusief toevoeging indien aanwezig). Alle huishoudens in heel Nederland kunnen gekoppeld worden aan een van de Culturele Doelgroepen.

Veelal wordt er minimaal jaarlijks een analyse gemaakt. Zo krijg je elk jaar een beeld welk publiek jouw culturele activiteiten heeft bezocht en kan je zien of hier een verandering heeft plaatsgevonden. Om dit te realiseren heb je data nodig van publiek dat zo representatief mogelijk is voor de bezoekers in het betreffende kalenderjaar. Als je alle bezoekers één keer meeneemt krijg je een 'foto' van hoe jouw publieksbereik er uit ziet. Uiteraard kunnen er meerdere en diverse analyses gemaakt worden om verdiepend inzicht te verkrijgen. Denk bijvoorbeeld aan het publiek bij specifieke programmering of gratis vs. betaalde programmering, per locatie, etc.

Het analyseren kan gedaan worden door een van de [aangesloten regiopartners](#) van het Culturele Doelgroepenmodel. Val je buiten een van de gebieden van de regiopartners, dan kun je onder meer terecht bij Whooz. Veel regiopartners bieden in samenwerking met de gemeente gratis of tegen een gereduceerd tarief analyses aan.

Alle huishoudens in Nederland worden gekoppeld aan een van de Culturele Doelgroepen op basis van postcode, huisnummer en eventuele toevoeging. Dit betekent dat buitenlandse bezoekers buiten een verrijking vallen. Daarnaast kunnen er in een huishouden meerdere personen wonen, daar biedt het model geen inzicht in. Bezoek CultureleDoelgroepenmodel.nl voor meer informatie over het model en de Culturele Doelgroepen.

Aan de slag voor een publieksanalyse

1. Bepaal gewenste inzicht(en)

Bedenk eerst wat je precies wilt weten. Vaak begint een analyse bij alle bezoekers over één kalenderjaar, om een momentopname van je publiek te krijgen. Maar er is veel meer mogelijk, denk naast de periode goed na over welke andere vragen je zou willen beantwoorden.

2. Inventariseer de data

Kijk welke data nodig zijn om de analyse(s) te kunnen maken. Dit is afhankelijk van welk inzicht je wilt (stap 1). Controleer of je de juiste bezoekersdata beschikbaar hebt, of de hoeveelheid data voldoende is, en of er

mogelijk nog extra data verzameld moet worden. Als je begint met het verzamelen van bezoekersdata, kun je op onze [website](#) tips vinden over [dataverzameling](#) en meer informatie over het uitvoeren van onderzoek. [Regiopartners](#) kunnen hierbij vaak meedenken en advies geven.

3. Controleer je privacyverklaring

Controleer als je gaat werken met data en het model of je privacyverklaring voldoet en vul deze eventueel aan met de nodige informatie. [Lees hier meer over privacy en AVG.](#)

4. Neem contact op met je regiopartner of Whooz

Neem contact op met de partij die de analyse(s) kan uitvoeren. Zij kunnen aangeven welke kosten verbonden zijn aan de gewenste analyse, binnen welke termijn deze kan worden gerealiseerd en hoe de data precies aangeleverd moet worden. Daarnaast sluit je een verwerkersovereenkomst af met deze partij.

5. Data delen

Hoe de data gedeeld worden, kan per regiopartner verschillen (via server of mails) maar er is altijd een Excelbestand nodig met de betreffende data. Zet per gewenste analyse de bezoekersdata in een Excelbestand. Zie figuur 1. voor een voorbeeld.

In kolom A staan de postcodes, in de kolom B de huisnummers en eventuele toevoegingen. De toevoegingen mogen ook los in kolom C. Zorg voor een duidelijke naam van het Excelbestand met hierin aangegeven om welke bezoekersdata het gaat en over welke periode, bijvoorbeeld 'Totaal Museum X 2024' of 'Tentoonstelling X Q1 2024'. Vervolgens lever je dit aan de partij aan zoals afgesproken, mogelijk vragen zij nog een aantal andere gegevens op, zoals het totaal aantal bezoekers binnen de analyse, e.d.

POSTCODE	HUISNUMMER+TOEVOEGING		
3013AK	10B		
3000AA	11B		
3000AB	12C		
3000AC	13D		
3000AD	14F		
3000AE	15G		
3000AG	16H		
3000AH	17I		
3000AJ	18J		
3000AK	19K		
3000AL	20L		
3000AM	21M		
3000AN	22N		
3000AP	23O		
3000AR	24P		
3000AS	25Q		
3000AT	26R		
3000AV	27S		
3000AW	28T		
3000AX	29U		
3000AZ	30V		
3000BA	31W		
3000BB	32X		
3000BC	33Y		
3000BD	34Z		
3000BE	35A		

Gegevens data verzameling

Figuur 1. Voorbeeld databestand publieksanalyse standaardrapport.

6. Aan de slag met de inzichten

Wanneer je de publieksanalyse(s) hebt ontvangen kun je met de inzichten aan de slag. Meer weten over de [Culturele Doelgroepen](#) of hoe je aan de slag kan gaan en [de vertaling kan maken naar jouw organisatie?](#) Bezoek [Cultureledoelgroepenmodel.nl](#) voor meer informatie, waaronder stappenplannen en dashboards. Ook geven we een keer per jaar een webinar over hoe je een standaardrapport publieksanalyse leest.

Check eventueel ook de andere [opties voor data-analyse](#) met het Culturele Doelgroepenmodel:

- Live verrijking/koppeling
- [Bestandsverrijking](#)

Of neem contact met ons op via publieksbereik@rotterdamfestivals.nl.

Alhoewel de teksten met de grootst mogelijke zorgvuldigheid tot stand zijn gekomen kunnen door gebruik ervan geen rechten ontleend worden aan of aanspraak gemaakt worden op de juistheid en volledigheid van de inhoud. Ook aanvaarden wij geen aansprakelijkheid voor eventuele schade die daardoor kan ontstaan.