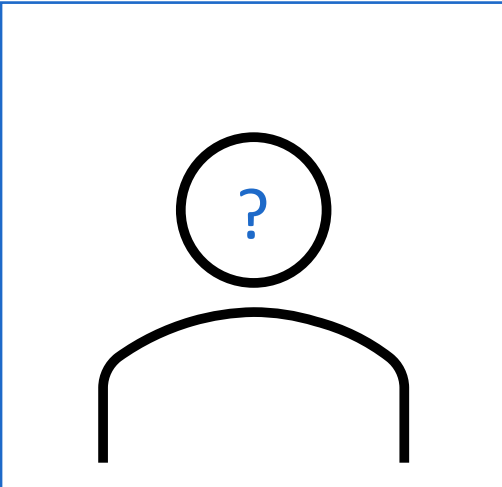


# Persona Paspoort

Vanuit het Culturele Doelgroepenmodel  
een Persona ontwikkelen





Voor- en achternaam:

Leeftijd:

Geslacht: M / V / X / ...

Burgerlijke staat:

Woonplaats:

Kinderen: ja / nee  
Indien ja:

Thuisituatie:

Student / werkend / gepensioneerd / anders...

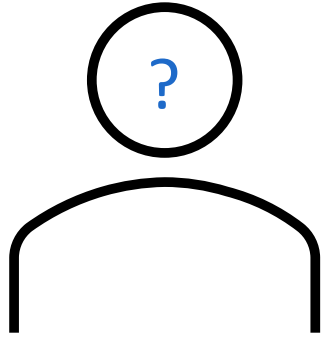
Beschrijf je persona:

Introvert \_\_\_\_\_ Extrovert

Planning \_\_\_\_\_ Spontaan

Solo \_\_\_\_\_ Gezelschap

Veilig \_\_\_\_\_ Onbekend



**Levensmotto:**

**Omschrijving (huidige of laatste) opleiding en/of (huidige of laatste) baan:**

**Vrije tijd:**

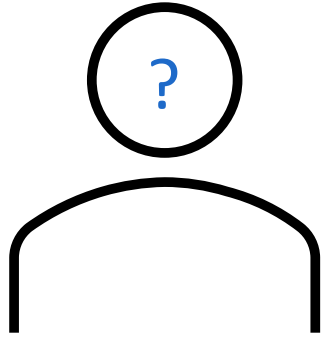
**Cultuurbezoek & cultuurbeoefening (zelf actief):**

**Do's m.b.t. het cultuurbezoek klantreis:**

**Beschrijving van cultuurbezoek:**

**Vorbereiding op het cultuurbezoek:**

**Dont's m.b.t. het cultuurbezoek klantreis:**



Kijkend naar jouw organisatie / activiteiten

**Betrokkenheid bij de culturele organisatie**

Onverschillig  Groot fan

**Herhaalbezoek intentie bij de culturele organisatie**

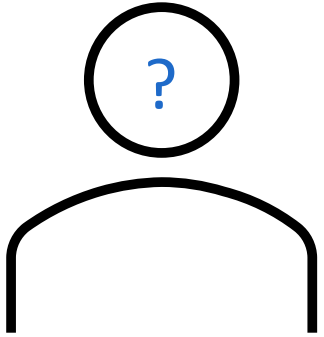
Lage intentie  Hoge intentie

**Welk aanbod is interessant:**

**Motivatie cultuurbezoek:**

**Drempels cultuurbezoek:**

**Concurrentie cultuurbezoek:**



Wie is je persona over 5 jaar?:

Wat is nog meer belangrijk om te weten over de persona?

Wat weet je al van je persona?

Wat weet je (nog) niet van je persona en zou je wel willen weten?

En hoe zou je dit kunnen achterhalen / onderzoeken?



# Bijlage

## Culturele Doelgroepenmodel



*Rotterdam Festivals*

# Culturele Doelgroepenmodel

## Het cultuurpubliek in kaart

Wie bezoekt kunst & cultuur? Wie juist niet, of nog weinig? Om hier meer inzicht in te krijgen en kunst- & cultuurparticipatie te stimuleren, heeft Rotterdam Festivals het Culturele Doelgroepenmodel ontwikkeld.

Het Culturele Doelgroepenmodel is een segmentatiemethode speciaal voor de culturele sector en geeft onder meer inzicht in:

- levensfase;
  - demografie (locatie, leeftijd);
  - socio-economische kenmerken (opleiding, inkomen);
  - media- en internetgebruik;
  - (culturele) interesses en gedrag;
- van het huidige publiek en/of (potentiële) doelgroepen.

Het Culturele Doelgroepenmodel deelt publiek op in groepen, op basis van culturele voorkeuren en gedrag. Het model onderscheidt drie hoofdgroepen: *Intensief*, *Medium* en *Licht*. Daarbinnen vallen 11 Culturele Doelgroepen, met namen als Culturele Alleseters, Proevende Buitenwijkers en Lokale Vrijtijdsgenieters. Alle huishoudens in Nederland kunnen middels een adres worden gekoppeld aan een van de Culturele Doelgroepen. Uitgebreide beschrijvingen van de 11 Culturele Doelgroepen vind je [hier](#) in de landelijke brochure.

Onder meer door een veranderende wereld, maatschappij en stad moet er minimaal eens in de zeven jaar een update plaatsvinden. De meest recente herziening heeft in 2021 plaatsgevonden.

Daarnaast wordt het model continue geüpdatet en verrijkt. Dit laatste doen we door zelf onderzoek te doen, maar ook door onderzoek van derden te koppelen aan de Culturele Doelgroepen.

## Eén taal voor de hele cultuursector

Het Culturele Doelgroepenmodel wordt in heel het land ingezet, en biedt houvast aan culturele instellingen en festivalorganisatoren, maar ook aan gemeentes en de overheid.

## Individueel bereik van culturele organisaties

Inzicht in huidige en potentiële doelgroepen helpt culturele organisaties bij het maken van keuzes op het gebied van beleid, programmering of marketing en communicatie. Heeft jouw doelgroep weinig geld over voor cultuur? Dan betekent dat iets voor de toegangsprijs die je kunt vragen. Reist jouw doelgroep voornamelijk met het ov? Dan is dat van invloed op je locatiekeuze. Hoe beter je jouw doelgroepen kent, hoe beter je ze weet te vinden, verleiden en vasthouden. Zo kan het Culturele Doelgroepenmodel, eventueel aangevuld met eigen informatie, leiden tot een gerichtere aanpak. De kunst is om de juiste vertaalslag te maken – en daar kan Rotterdam Festivals in ondersteunen.

## Collectief bereik van de cultuursector

Het Culturele Doelgroepenmodel is voor Rotterdam, Utrecht, Den Haag — maar ook andere steden, regio's en (kleinere) gemeentes — een belangrijke tool om het collectieve cultuurbereik in kaart te brengen. Wie bereiken we gezamenlijk en wie (nog) niet? Zijn er verschillen tussen nieuwe en gevestigde instellingen, tussen musea en podia, of tussen bepaalde wijken/gebieden? Dit soort informatie biedt inzicht en handvatten voor subsidieverstrekkers, fondsen en de overheid om cultuurbeleid te maken, te monitoren, bij te sturen en te evalueren.

Meer lezen? Kijk dan op [culturele doelgroepenmodel.nl](https://culturele doelgroepenmodel.nl)

*Rotterdam Festivals*

# Overzicht Culturele Doelgroepen

| Kunst- & cultuurgebruik | SUBGROEPEN  | 18 - 25 | 25 - 34 | 35 - 44 | 45 - 54 | 55 - 64 | 65 - 80+ | GEMIDDELD |      |      |
|-------------------------|---|---------|---------|---------|---------|---------|----------|-----------|------|------|
| Intensief               | 8% <b>Culturele Alleseters</b><br>Allesproevende, hippe stadsvogels zonder kinderen   | *       |         |         |         |         |          |           | 39,3 |      |
|                         | 4% <b>Kindrijke Cultuurvreters</b><br>Hippe ouders met jonge kinderen   |         |         | *       | *       |         |          | 39,5      |      |      |
|                         | 6% <b>Weelderige Cultuurminnaars</b><br>Welgestelde, statusgevoelige cultuurliefhebbers   |         |         |         |         | *       | *        | 55,8      |      |      |
|                         | 16% <b>Klassieke Cultuurliefhebbers</b><br>Fijnproevende kunstbewonderaars op leeftijd  |         |         |         |         |         | *        | *         | *    | 71,1 |
| Medium                  | 5% <b>Startende Cultuurspeurders</b><br>Avontuurlijke starters en studenten met een budget  | *       | *       | *       |         |         |          | 31,1      |      |      |
|                         | 8% <b>Actieve Vermaakvangers</b><br>Bezige bijtjes met en zonder kinderen met een voorkeur voor populaire uitjes                  |         |         |         | *       |         |          | 36,9      |      |      |
|                         | 20% <b>Proevende Buitenwijkers</b><br>Bewoners in de randen van de stad zonder, of met oudere kinderen die gaan voor gezelligheid |         |         |         |         | *       | *        | *         | 53,7 |      |
| Licht                   | 1% <b>Nieuwsgierige Toekomstgrijpers</b><br>Stadse jongelingen met een minimaal inkomen maar grote dromen                         | *       | *       | *       |         |         |          | 24,3      |      |      |
|                         | 9% <b>Flanerende Plezierzoekers</b><br>Mensen met en zonder kinderen met een brede smaak qua uitgaan maar weinig middelen         |         |         |         | *       | *       | *        | 35,8      |      |      |
|                         | 10% <b>Sociale Cultuurhoppers</b><br>Relaxte middelbaren zonder strakke planning  |         |         |         |         | *       | *        | *         | *    | 54   |
|                         | 13% <b>Lokale Vrijtijdsgenieters</b><br>Gepensioneerden met een traditionele smaak binnen eigen cultuur                           |         |         |         |         |         |          | *         | 75,1 |      |

- *Kijkend naar de frequentie en het gebruik van het huidige kunst- & culturaanbod*
- ▶ *De percentages representeren de aanwezigheid in een bepaald gebied (bovenstaande voorbeeld is Nederland)*
- \* *De sterretjes geven aan welke leeftijden het vaakst voorkomen*



# Meer informatie

## Mariska van Elsen

Hoofd Cultuurparticipatie /

Onderzoek & Expertise

[mariska@rotterdamfestivals.nl](mailto:mariska@rotterdamfestivals.nl)

+ 31 10 433 25 11

## Eric Elphick

Senior Medewerker Onderzoek

[eric@rotterdamfestivals.nl](mailto:eric@rotterdamfestivals.nl)

+ 31 10 433 25 11

## Eva Lemstra

Onderzoek

[eva@rotterdamfestivals.nl](mailto:eva@rotterdamfestivals.nl)

+ 31 10 433 25 11

## Lisanne Meeder

Onderzoek & Expertise

[Lisanne@rotterdamfestivals.nl](mailto:Lisanne@rotterdamfestivals.nl)

+ 31 10 433 25 11

[www.rotterdamfestivals.nl](http://www.rotterdamfestivals.nl)

[www.cultureledoelgroepenmodel.nl](http://www.cultureledoelgroepenmodel.nl)

*Rotterdam Festivals*

## VERANTWOORDING

Alhoewel de teksten in deze publicatie 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. Rotterdam Festivals heeft geprobeerd alle rechthebbenden van de in deze uitgave opgenomen foto's te achterhalen. Wanneer u meent rechthebbende te zijn van foto's dient u contact op te nemen met Rotterdam Festivals. Copyright Rotterdam Festivals 2024

## ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN

Culturele organisaties kunnen gebruikmaken van deze sheets voor intern / eigen gebruik.

Niets uit deze brochure mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt zonder toestemming van Rotterdam Festivals.

Op het Culturele Doelgroepenmodel<sup>®</sup> rusten auteursrechten die aan Rotterdam Festivals toekomen. Zonder expliciete toestemming van Rotterdam Festivals is het niet toegestaan het model geheel of gedeeltelijk te verveelvoudigen en/of openbaar te maken c.q. te gebruiken. Ook is het niet toegestaan een bewerking van het model te maken en te openbaren die niet als een zelfstandige creatie kan worden beschouwd.



Rotterdam Festivals coördineert het evenementenbeleid in Rotterdam en stimuleert de cultuurparticipatie van Rotterdamers. Wij realiseren een karakteristiek festivalaanbod en een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam.

*Rotterdam Festivals*

## Contact

[info@rotterdamfestivals.nl](mailto:info@rotterdamfestivals.nl)

**Uitagenda**  
Rotterdam

**ROTTERDAM.**  
MAKE IT HAPPEN.