

De Weelderige Cultuurminnaars

Willen het goede leven leiden en zoeken het kersje op de taart.

Welgestelde bewoners die ten volste van het leven willen genieten. Volgens de Weelderige Cultuurminnaar hoort daar zowel avontuur als kwaliteit en comfort bij.

Hoofdgroep
Intensief

Leefstijl

De Weelderige Cultuurminnaars hebben in hun leven veel uitdaging gezocht en dat heeft onder meer geleid tot een mooie carrière met veel verantwoordelijkheid

Wonen samen met de partner in een ruim huis of luxe appartement en de kinderen zijn steeds zelfstandiger (of al uit huis)

Tijdens een fanatiek potje tennis, rustgevende boswandeling of uitdagende spinningclass maken ze hun hoofd leeg na een drukke werkweek

Kunst & cultuur

Hebben een verfijnde smaak, maar zijn geïnteresseerd in een breed aanbod kunst & cultuur

Zoeken zowel de kunsten met de grote K als het kunstzinnige avontuur op

Betalen graag voor kwaliteit en comfort (en geven het meeste geld uit aan culturele activiteiten ten opzichte van de andere groepen)



Leeftijd
45-70 jaar
(zwaartepunt
50-60 jaar)

Gemiddeld
56 jaar

Opleidingsniveau
Middelbaar, hoog en uni (relatief vaker hoog en uni)

Locatie
Verspreid over vrijwel heel Nederland

Inkomen
Vooral 2x boven modaal

Levensfase
Gezinnen met oudere kinderen (15+)

23%
beoefent zelf kunst & cultuur

Bestedingen
Gemiddeld per bezoek
€89

Geven het meest uit t.o.v. de andere Culturele Doelgroepen

Onderweg
Pakken graag de auto voor een culturele bestemming

Drempels, motieven en informatiebehoefte rondom cultuurbezoek

Belangrijkste redenen om kunst & cultuur te bezoeken

1. Ontspanning
2. Genieten van iets moois/bijzonders
3. Plezier hebben
4. Het opdoen van nieuwe ervaringen
5. Met vrienden/familie tijd doorbrengen

Met wie gaan de Weelderige Cultuurminnaars graag naar een culturele activiteit?

1. Partner
2. Vrienden
3. Kinderen

Top 10 Informatiebronnen

1. Suggesties van vrienden/familie/kennissen
2. Website van specifieke instellingen/ evenementen
3. Sociale media
4. E-mail/nieuwsbrief van specifieke instellingen/ evenementen
5. Artikelen in landelijke (online) krant(en) of tijdschrift(en)
6. TV of radio
7. Lokale media (bv. huis-aan-huisblad)
8. Uitkrant/Uitagenda
9. Billboards/Posters
10. Kortingscode of coupon (bv. via vakantieveilingen.nl of socialdeal.nl)

Waarom bezoeken de Weelderige Cultuurminnaars...

...geen kunst & cultuur?

1. Geen interesse om kunst & cultuur te bezoeken
2. Ik besteed mijn vrije tijd liever aan andere activiteiten
3. Financiële redenen (geen geld voor (over))

...niet vaker kunst & cultuur?

- Onder personen die wel af en toe bezoeken*
1. Geen tijd/tijdgebrek
 2. Ik besteed mijn vrije tijd liever ook aan andere activiteiten
 3. Financiële redenen (geen geld voor (over))
 4. Geen interesse om vaker kunst en cultuur te bezoeken



De Weelderige Cultuurminnaars & jouw organisatie

Vul in/geef aan wat van toepassing is.

Bezoeken ons gemiddeld <input type="text"/> keer per jaar / seizoen.	Bezoeken ons <i>al jaren / sinds kort.</i>	Bezoeken ons vooral <i>doordeweeks / in het weekend</i> en in de <i>ochtend / middag / avond.</i>
Kopen bij ons vaak <i>vroeg / last minute</i> een kaartje.	Kopen bij ons vaak een ticket met korting: <i>ja / nee.</i>	Zijn vaak <i>wel / niet</i> ingeschreven voor onze nieuwsbrief.
Zijn vaak <i>wel / niet</i> 'vriend' of donateur van onze organisatie.	Gaan bij ons vooral naar (programmering / genres): <input type="text"/>	

Wat kunnen we programmeren voor de Weelderige Cultuurminnaars?

Welke klantreis maken de Weelderige Cultuurminnaars bij ons?

Met welk(e) (communicatie-)middel(en) kunnen we de Weelderige Cultuurminnaars bereiken?

Welke drempels kunnen de Weelderige Cultuurminnaars ervaren bij een bezoek aan onze organisatie / ons aanbod?

Wat is een passende campagne voor de Weelderige Cultuurminnaars?

Waarom willen de Weelderige Cultuurminnaars onze organisatie / ons aanbod bezoeken?

Wat willen we nog meer weten over de Weelderige Cultuurminnaars?

Rotterdam
Festivals