

Wetenschappelijk publieksonderzoek George & Eran en Partners

Stuurgroep meeting 12 januari 2022

Aanwezigen: Sophie Logothetis (projectleider, moderator), Dionne Pierik (zakelijk leider George & Eran Producties), George Tobal (artistiek leider George & Eran Producties), Paulette Smit (bestuursvoorzitter George & Eran Producties), Frederique Meijers (productie George & Eran Producties), Abdel Daoudi (collega-maker, extern advies), Jacomijne Prins (o.a. senior onderzoeker Hogeschool Inholland), Ineke Nagel (universitair docent VU), Moreen Beentjes (projectmedewerker, NAPK), Jacqueline Schoemaker (verslag).

Agenda: Wat zijn de problemen die we constateren met betrekking tot publieksbereik vanuit ieders eigen positie of perspectief? En wat zou het ideale scenario zijn?

We willen een zo groot mogelijk publiek bereiken. Maar welke terminologie gaan we gebruiken om de verschillende publieksdoelgroepen aan te duiden?

Hoe breed vatten we het onderzoek op (gaat het alleen om marketingstrategieën, of ook om andere aspecten, zoals programmering)?

Daaropvolgend: wat wordt de hoofdvraag van het onderzoek? En welke sub-vragen horen daarbij?

Stand van zaken m.b.t. het onderzoek

In het voorjaar van 2021 vroegen we bij Fonds 21 EXTRA subsidie aan voor een wetenschappelijk publieksonderzoek. De eerste fase van dit project ging in april 2021 van start, en is bedoeld om het onderzoek voor te bereiden, een inventaris te maken van het beleid dat door BIS-gezelschappen in de theatersector wordt ingezet om een divers publiek te bereiken, en om vervolgvragen te formuleren voor fase 2. Fase 2 bestaat uit

een tweejarig onderzoek naar de samenstelling van het publiek al naargelang de kenmerken van de voorstelling en andere beleidskeuzes. Ideaal gezien zouden we in mei 2022 de eerste fase afronden, vervolgens in de zomer het onderzoeksplan schrijven voor het vervolgonderzoek, en vanaf september 2022 van start gaan met fase 2. In deze bijeenkomst willen we de uitgangspunten voor het onderzoek (fase 1) aanscherpen: hoe breed vatten we het onderzoek op, en wat bevragen we precies bij de gezelschappen?

Publieksbereik: het vergroten van de taartpunt

Het lijkt alsof we ons in de theatersector steeds richten op de publieksgroep die al naar het theater gaat. Als je de groep potentiële en bestaande theaterbezoekers als een taartdiagram zou beschouwen, dan zie je dat we als makers en theaters elkaar doorlopend beconcurreren binnen het kleine taartpuntje van bestaande bezoekers. In plaats van te proberen inzicht te krijgen in de volledige taart en de wereld die daar te winnen valt, zoeken we hardnekkig binnen het kleine taartpuntje van bestaande bezoekers naar ‘nieuw publiek’. Niet alleen beperken we ons bij elke nieuwe voorstelling tot dezelfde kleine publiekstaartpunt, we proberen dit publiek bijna uitsluitend binnen te halen via marketing en publiciteit, zonder ons af te vragen of we hiermee wel de mensen bereiken die we willen bereiken.

Ook lijdt de sector aan zijn eigen commercialisering: bestaande publieksonderzoeken zijn vaak gericht op zakelijk gewin, en gaan steeds over dezelfde taartpunt, nooit over de vraag wat het publiek daadwerkelijk aanspreekt. De financialisering van de sector, waarin iedereen een ondernemer moest worden, heeft niet bijgedragen aan een uitnodigende houding tegenover het (potentiële) publiek. Bovendien zijn we in de afgelopen decennia in de podiumkunsten omgegaan met kunst als iets dat je consumeert in plaats van iets dat je beleeft, iets dat je kan voeden, iets dat kan leiden tot reflectie op jezelf. Al met al zijn we er als sector nog steeds niet in geslaagd onze eigen relevantie voor de hele samenleving duidelijk te maken en op een duurzame manier aan publieksbereik te doen.

Wat beweegt mensen nu precies om wel of niet naar het theater te gaan?

Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat belangstelling voor cultuur op jonge leeftijd begint en dat het opleidingsniveau van mensen in de hele wereld een veel belangrijker factor

is bij cultuurbezoek dan hun inkomen of etniciteit. Verder is het belangrijk dat het cultuurbezoek voor de toeschouwer betekenis kan opleveren. De keuze om wel of niet naar een voorstelling te gaan heeft ook te maken met sociale status: je doet wat de anderen in je groep doen. Als iedereen naar de voorstelling gaat, dan wil je hem zelf niet missen. De sociale omgeving van het theater is hierbij ook van belang: ga je liever naar Bellevue of naar het Bijlmerpark Theater? Waar voel je je het meest omringd door mensen uit je eigen groep? In de meeste bestaande publieksonderzoeken worden al deze factoren echter niet meegenomen. En dit zijn juist de richtingen waarin we willen denken in dit gezamenlijke onderzoek.

We zien dat mensen met een bi-culturele achtergrond zich in groten getale naar het theater bewegen als ze zich herkennen in het etnisch-culturele thema van de voorstelling. Bij voorstellingen als *Melk & Dadels* van ROSE Stories en de *Suriname Monologen* van John Leerdam bijvoorbeeld waren de stoelen niet aan te slepen. Maar als precies hetzelfde gezelschap op precies dezelfde plek een andere voorstelling maakt, is die publieksgroep nergens te bekennen. Buiten deze nichevoorstellingen slagen we er niet in om op grote schaal een divers publiek naar het theater te laten gaan. Of toch: een experiment van George & Eran Producties om een tijdlang alle voorstellingen die ze speelden in de Meervaart voor € 10 aan te bieden, deed de publieksopkomst explosief groeien. Naast het reguliere publiek meldden zich ineens een hoop buurtbewoners die daarvoor niet kwamen. Omdat ze door de kaartprijs het gevoel kregen dat ze welkom waren, dat het theater ook iets voor hen kon zijn. (Een vraag hierbij is hoe de mensen in de buurt wisten dat de kaartprijzen in de Meervaart ineens verlaagd waren).

Moeten we willen dat er bij elke voorstelling een volledige afspiegeling van de Nederlandse samenleving in de zaal zit? Moet iedereen naar Macbeth kunnen?

Verschillende mensen in de groep vinden van wel: ja, dat moeten we willen, al is het alleen al omdat die voorstelling met publiek geld wordt gemaakt. Kunstenaars moeten kunnen maken wat zij belangrijk vinden, maar hun werk moet toegankelijk zijn voor iedereen. Macbeth kan voor mensen van alle sociale klassen en alle cultureel-etnische groepen evenveel betekenen. Stel dat we de vraag zouden omdraaien: moeten we willen dat we segregatie in de hand werken? Dat we specifieke voorstellingen zouden maken voor specifieke groepen? Als allochtone makers werk zouden maken voor een allochtoon publiek en westerse makers voor een westers publiek, dan zouden we volledig voorbij gaan aan de essentie van kunst.

We merken dat een deel van het publiek zich niet thuis voelt in het theater. Kunnen we die beeldvorming bijstellen door de relevantie van het theater duidelijker te maken? Kan het publiek in die zin worden opgevoed?

Nee. In de Nederlandse podiumkunsten is decennialang een groot deel van het publiek verwaarloosd. Deze mensen voelen zich niet thuis in het theater omdat wij hen heel lang het gevoel hebben gegeven dat het niet hun plek was. Door wat we maakten, hoe we programmeerden, hoe we de cultuurhuizen inrichtten. Dat neem je niet weg door de beeldvorming te veranderen. We zijn in de sector pas kort bezig met diversiteit en inclusie, en we kunnen niet verwachten dat we daar nu al de vruchten van plukken. We zouden meer naar onszelf moeten kijken in plaats van het publiek op te voeden.

Scherpstellen van het onderzoek

In fase 1 richten we ons niet alleen op marketingstrategieën maar inventariseren we alle beleidsinstrumenten die gezelschappen inzetten om een divers publiek te bereiken. We gaan uit van ongeveer 25 BIS-gezelschappen en -productiepodia. Welke thema's hebben hun voorstellingen, welke culturele achtergrond hebben de makers, welke marketingstrategieën gebruiken ze? Belangrijk zijn ook de publiciteitskanalen, want *hoe* je mensen benadert (via flyers, TikTok, ambassadeursprogramma's enz.) heeft een grote invloed op *wie* je bereikt. Om naar het theater te gaan, moet de doelgroep de publiciteitskanalen vertrouwen. Zijn er drempels wat deze kanalen betreft? Zijn ze laagdrempelig of aantrekkelijk genoeg? Waar slaan mensen precies op aan?

Daarnaast maken we in fase 1 een lijst van de theaters waar de geïnterviewde gezelschappen spelen, met een overzicht van wat die theaters verder nog programmeren (de controlevoorstellingen in fase 2). Wellicht is het handig om samen te werken met DIP (Digitaal Informatieplatform Podiumkunsten) voor het verzamelen van gegevens.

We zijn het erover eens dat programmering, de voorstelling zelf, het uitgangspunt moet zijn in fase 2 van het onderzoek. Welk verhaal vertellen de gezelschappen, welke verwachtingen hebben ze daarbij, en wie komt er af op dit verhaal? We waken ervoor dat het niet om een impactmeting gaat. De centrale vraag is niet zozeer wat mensen

meenemen van de voorstelling maar wat hen motiveert om ernaartoe te gaan ('triggers en obstakels').

In het kwantitatieve deel van het onderzoek verzamelen de onderzoekers gegevens over zoveel mogelijk voorstellingen (speelbeurten). Het gaat om thema, kwaliteit, complexiteit, achtergrond van de makers, publiciteit, locatie van het theater enz. Deze gegevens koppelen ze aan de samenstelling van het publiek, dat eveneens zijn eigen kenmerken heeft: opleiding, culturele achtergrond, inkomen, sociaal netwerk enz. (De precieze kenmerken worden besproken en vastgelegd na fase 1). Op deze manier kunnen we uitspraken doen over hoe de publiekssamenstelling varieert al naargelang de kenmerken van de voorstellingen. We hebben minimaal 100 speelbeurten nodig om een representatief beeld te krijgen. Het zou ideaal zijn om zoveel mogelijk voorstellingen van zoveel mogelijk verschillende gezelschappen met elkaar vergelijken en met een reeks controlevoorstellingen.

Het kwantitatieve onderzoek wordt aangevuld met een kwalitatief deel, waarin de onderzoekers door middel van formele en informele interviews de bezoekers van de geselecteerde voorstellingen vragen waarom ze precies naar die specifieke voorstelling zijn gekomen. Vooral bij bezoekers die eenmalig naar een voorstelling komen is het interessant om te achterhalen waarom ze die stap hebben gezet. Als we weten hoe het die keer is gelukt om iemand naar het theater te krijgen, opent dat mogelijkheden voor de toekomst om de publiekstaartpunt als het ware op te rekken.

Gaat het bij de selectie van voorstellingen alleen om producties van makers met een bi-culturele achtergrond over etnisch-culturele thema's?

Als we willen weten hoe het publiek varieert afhankelijk van de kenmerken van de voorstellingen, dan is het belangrijk om in fase 2 ook voorstellingen te selecteren die niet specifiek bedoeld zijn om een divers publiek te bereiken. Alleen dan kunnen we voorstellingen met elkaar vergelijken die bijvoorbeeld in hetzelfde theater spelen maar die niet dezelfde doelstelling hebben op het vlak van diversiteit en inclusie. Creëer je daadwerkelijk een ander publiek met een andere doelstelling, terwijl je wel in hetzelfde theater speelt? Dat is wat we uiteindelijk willen weten.

George & Eran Producties en de deelnemende partnergezelschappen (ROSE Stories, WAT WE DOEN, Black Sheep Can Fly en Rudolphi Producties) hebben allemaal

vergelijkbare doelstellingen m.b.t. diversiteit en inclusie. Het is dus zaak om ook gezelschappen te zoeken die andere doelstellingen hebben, zodat we beter kunnen vergelijken. We zullen fase 1 van het onderzoek gebruiken om tot een goed gemêleerd palet van gezelschappen te komen voor fase 2.

Verder onderzoeken we in fase 2 ook de kenmerken van een aantal theaters m.b.t. hun inclusieve beleid. In welke buurt staat het theater? Hoe toegankelijk is het voor bepaalde groepen? Welke doelgroepen trekt het aan? Wat programmeert het theater verder nog (de controlevoorstellingen)?

Zitten er bij de controlevoorstellingen alleen gesubsidieerde producties of ook producties uit het vrije circuit?

Dit is een relevante maar moeilijke vraag. Omdat vrije producties niet hoeven te voldoen aan de Code Diversiteit, zou je mooi kunnen toetsen of en hoe de vier P's van invloed zijn op de samenstelling van het publiek bij gesubsidieerde voorstellingen. Als in de vrije sector wel een afspiegeling van de samenleving in de zaal zit, wat vaak zo lijkt te zijn, waar ligt dit dan aan? (We weten bijvoorbeeld dat sommige mensen met een laag inkomen liever sparen om één keer per jaar naar een productie als de Tina Turner musical te gaan dan dat ze 10 keer per jaar naar een vlakke vloer voorstelling gaan). Aan de andere kant levert het meenemen van vrije voorstellingen in het onderzoek misschien minder spannende resultaten op: die voorstellingen hebben een puur commercieel doel en vertrekken niet vanuit het makerschap. Als oplossing zouden we misschien vrije voorstellingen kunnen selecteren van een bepaald artistiek niveau. Die zijn er namelijk wel: sommige vrije producties gaan over maatschappelijke onderwerpen, of er wordt aan talentontwikkeling gedaan. Dit is bewust beleid, net als bij de gesubsidieerde voorstellingen. We besluiten om in fase 1 de vrije voorstellingen in de theaters mee te nemen in de inventarisatie van de controlevoorstellingen, en bij het opstellen van het definitieve plan voor fase 2 deze vraag opnieuw te bespreken.

Taalkwestie

Wat bedoelen we precies met een cultureel divers publiek? Welke term gebruiken we zonder dat we mensen daarmee in een hoek duwen? De term 'bi-cultureel' is gangbaar voor mensen met een andere achtergrond. Bij culturele diversiteit gaat het over

verschillende etnisch-culturele subgroepen die allemaal in relatie tot Nederland staan. Het gaat over werk dat hier gemaakt wordt en een publiek dat hier woont.

Het klinkt toch allemaal een beetje als een 'hoe lokken we de buitenlanders naar het theater'-onderzoek.

Het valt niet te ontkennen dat het onderzoek daarover gaat. Wat we te weten willen komen, heeft nu eenmaal met cultuur te maken, met de vraag waarom mensen met een andere culturele achtergrond wel naar de ene maar niet naar de andere voorstelling gaan. Hoe ongemakkelijk het ook is, dit moeten we benoemen om duidelijk te krijgen wat we precies willen onderzoeken. We moeten het ook benoemen om duidelijk te krijgen wat er misschien niet oké aan is. Maar *dat* we het willen onderzoeken is op zich heel legitiem.

Verder willen we het ook hebben over sociale en economische diversiteit. Als opleidingsniveau de belangrijkste factor is bij cultuurbezoek, mogen deze aspecten niet ontbreken in het onderzoek. De groep van hoogopgeleiden met een bi-culturele achtergrond zou bijvoorbeeld een belangrijke doelgroep kunnen zijn die we nog niet genoeg bereiken. (Anderzijds komt de vraag naar voren of het genoeg zou zijn om in fase 2 de toeschouwers alleen te vragen waarom ze naar de voorstelling zijn gekomen, ongeacht hun culturele en sociale achtergrond.) Voor dit moment houden we het qua terminologie bij de brede en gangbare term 'cultureel en sociaaleconomisch divers'. Bij het opstellen van de vragenlijst zullen we de kenmerken verder preciseren.

Tot slot gaat de taalkwestie ook over de taal die we gebruiken tijdens het onderzoek en in de teksten die daaruit voortkomen. Hoe zorgen we ervoor dat het taalgebruik wetenschappelijk verantwoord is (nauwkeurig) en tegelijkertijd ook toegankelijk, zodat we geen mensen uitsluiten met een ons-kent-ons-taal uit de wetenschap en de culturele sector?

Wetenschappelijk publieksonderzoek George & Eran en Partners

Stuurgroep meeting 9 maart 2022

Aanwezig: Sophie Logothetis (moderator), Dionne Pierik, George Tobal, Abdel Daoudi, Jacomijne Prins, Ineke Nagel, Moreen Beentjes, Mirjam Terpstra (NAPK), Jacqueline Schoemaker (verslag).

Agenda: Stand van zaken onderzoek

Korte uitleg theoretisch kader door Jacomijne en Ineke

Gebruik van terminologie in het onderzoek

Bijlage: Presentatieslides publieksonderzoek

Stand van zaken m.b.t. het onderzoek

De fondsaanvraag bij het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie (Innovatielabs) werd helaas niet gehonoreerd. Wel kregen we een positieve beoordeling. We beslissen later of we bij een nieuwe aanvraagronde het plan opnieuw indienen. De aanvraag bij Fonds 21 is inmiddels wel gehonoreerd, voor zowel fase 1 als fase 2 van het onderzoek, dus we kunnen goed van start met het project.

Korte toelichting theoretisch kader onderzoek

De onderzoekers overlopen de onderzoeksvragen en het theoretisch kader dat ze hebben geschetst in een power point presentatie (deze is als bijlage toegevoegd aan het verslag). Het gesprek komt op de kennis die Rotterdam Festivals in de afgelopen 10 jaar heeft opgebouwd over het segmenteren van doelgroepen. Zij baseren zich op soortgelijke theorieën. De NAPK heeft een publieksdatabank die gebaseerd is op de

resultaten van het onderzoek van Rotterdam Festivals, en biedt aan om deze te delen met de onderzoekers.

Clash

We zoeken naar een taalgebruik dat kloppend is voor wetenschappelijk onderzoek en tegelijkertijd recht doet aan de inclusieve benadering die we in het theater nastreven. Er dreigt een clash: in de kunst willen we niet in hokjes denken en zoveel mogelijk mensen in al hun verscheidenheid als individu benaderen; voor sociologisch onderzoek heb je categorieën nodig om uitspraken te kunnen doen. Hoe overbruggen we deze verschillende perspectieven?

Een andere clash is die tussen de sociologische theorie en de werkelijkheid van de theaterzaal. Bij de voorstelling *Hoe ik talent voor het leven kreeg*, een voorstelling over asielzoekers in een azc die niet complex is en niet is gericht op cognitieve vaardigheden, verwacht je volgens de theorie een publiek dat een gestigmatiseerde identiteit heeft, maar in de zaal zitten voornamelijk witte, hoog opgeleide bezoekers. Een ander voorbeeld hiervan zijn de voorstellingen van Édouard Louis tijdens het Brandhaarden Festival van ITA. Volgens het theoretisch kader van het onderzoek zijn cognitieve vaardigheden een belangrijkere voorwaarde voor theaterbezoek dan tijd en geld. Het werk van Édouard Louis gaat over sociale status en identiteit, over de stigmatisering van minderheidsgroepen, over mensen die het economisch minder getroffen hebben, maar de zaal was vooral gevuld met vermogende, witte, heel hoog opgeleide bezoekers. Geld leek bij deze voorstelling juist een groot probleem: de kaarten kostten tussen €40 en €50, waardoor juist het deel van het publiek waar de voorstellingen zich op richtten, werd uitgesloten.

Nieuwe denkrichtingen?

Het onderzoek beroept zich op een theorie van Bourdieu uit 1984. Wat we hierbij niet in acht nemen is het huidige imagoprobleem van het theater, dat voortvloeit uit een oud idee van cultuurbeleving, van wat cultuurbeleving zou moeten zijn. Terwijl de voorstellingen die we vandaag maken heel toegankelijk en aantrekkelijk zijn voor een

breed publiek, komen we als sector maar niet van dat ouderwetse idee af. En daar wordt in het theoretisch kader nog te weinig rekening mee gehouden.

De manier waarop je onderzoek voert, zegt veel over de uitkomsten van dat onderzoek. Is er binnen het theoretisch kader ruimte voor nieuwe uitgangspunten, nieuwe denkrichtingen en vraagstellingen die meer zijn toegespitst op de huidige situatie?

De onderzoekers willen juist het door hen voorgestelde onderzoek doen om erachter te komen wat de samenstelling van het publiek is bij voorstellingen zoals die van George & Eran, voorstellingen die erop gericht zijn om een meer divers publiek te bereiken. Er zal in het onderzoek ook gevraagd worden naar de ervaringen van mensen die het niet gewend zijn om naar het theater te gaan. Elke zaal is anders, en daarom is het nodig om veel verschillende voorstellingen te onderzoeken om er generaliserend iets over te kunnen zeggen.

Identiteitsbevestiging – erkenning – herkenning

In de presentatie van het theoretisch kader komt de term ‘identiteitsbevestigend’ theater aan bod. Over welke identiteit gaat het: sociaaleconomische identiteit, de Nederlandse identiteit, een bi-culturele identiteit?

De onderzoekers maken onderscheid tussen voorstellingen die een denkproces op gang brengen en voorstellingen die identiteitsbevestigend werken. Met dat laatste wordt vooral binding binnen de eigen gemeenschap van de bezoeker bedoeld. De musical ‘*t Schaap met de 5 poten*’ gaat bijvoorbeeld over mensen binnen een gemeenschap, hij wekt een soort thuisgevoel op. De voorstelling is herkenbaar, grappig en laagdrempeliger dan voorstellingen die je aan het denken zetten. Daarnaast zijn er ook voorstellingen die de identiteit van mensen die vaak gestigmatiseerd worden in het publieke debat op een positieve manier bevestigen.

Dit leidt tot discussie: wordt de identiteit van iemand die hoog opgeleid is en zijn cognitieve vaardigheden wil aanspreken niet net zo goed bevestigd door de voorstelling? En kan ‘*t Schaap met de 5 poten*’ niet net zo goed denkprocessen op gang brengen? Misschien is de term ‘identiteitsbevestigend’, als je hem alleen gebruikt voor

voorstellingen die mensen met een bi-culturele achtergrond en lager opgeleiden zouden aanspreken, denigrerend. De term wekt de indruk dat iemand die bijvoorbeeld Marokkaans is naar een voorstelling gaat kijken om bevestigd te zien dat hij Marokkaans is.

Zijn herkenning en erkenning betere termen? Mensen hebben behoefte aan voorstellingen die aansluiten bij de ervaringen die ze zelf hebben (herkenning). Of ze zoeken erkenning, omdat ze die elders niet gauw vinden.

Er blijft echter twijfel bij sommige mensen in de groep over theater dat 'erkenning' aanwakkert bij de bezoeker. Dit leunt te dicht aan bij 'identiteitsbevestigend'. De theatermakers maken niet zozeer werk over identiteit als over een wereldbeeld, en over de processen die zich afspelen binnen dat wereldbeeld. Dit is niet gerelateerd aan de identiteit van de personages maar aan hun realiteit. De egodocumenten die een jaar of tien geleden zo populair waren, gingen niet over identiteit maar over het proces waar mensen met een bi-culturele achtergrond doorheen gingen in een wereld die hen nog niet accepteerde. Als publiek kun je jezelf herkennen in dat wereldbeeld, je kunt je ertoe verhouden, je kunt een soortgelijk proces hebben meegemaakt, je kunt weten dat je niet alleen bent. Maar dit is iets anders dan erkenning of identiteitsbevestiging.

Voor de onderzoekers klinkt hier een mix van herkenning en erkenning in door. Juist daarom vinden ze het belangrijk om uit te zoeken of er nieuw publiek afkomt op dit genre voorstellingen. Ze willen weten of herkenning én erkenning een rol spelen bij wat je ziet als publiek (de voorstelling) en met wie je het ziet (de omgeving van het theater).

Tot slot kan een theatervoorstelling ook een kennismaking met een nieuwe wereld zijn voor het publiek, het verleggen van de horizon. Dit aspect komt volgens de onderzoekers aan bod in 'bridging' en 'bonding', termen die vermeld worden in het theoretisch kader.

Gradaties: het meten van bi-culturaliteit

Met welke woorden kunnen we de groepen die we vooral willen bereiken het beste omschrijven?

De onderzoekers denken bij de culturele achtergrond van theaterbezoekers liever in gradaties dan in hokjes. Het gaat om de mate waarin iemand zich identificeert met een bepaalde cultuur, gecombineerd met andere achtergrondskenmerken. Hoeveel iemand heeft meegekregen van de Nederlandse en/of een andere cultuur, draagt bij aan de waardering van het cultuurbezoek.

Maar hoe meet je gradaties van een culturele achtergrond precies? Normaal wordt culturele achtergrond gemeten door theaterbezoekers te vragen naar waar ze geboren zijn, waar hun ouders geboren zijn en/of waar zij en hun ouders zijn opgegroeid. Verder wordt ook gevraagd naar de mate waarin ze gewend waren om met hun ouders naar het theater te gaan (in welk land dan ook). Als het idee wordt geopperd om ook naar de taal te vragen die thuis werd gesproken, voelt dit ongemakkelijk voor een aantal mensen in de groep, voor anderen weer niet. Er ontstaat een gezamenlijke denkoefening over hoe je kunt vragen naar iemands culturele achtergrond zonder die persoon in een bepaald kader te plaatsen. 'Culturele identiteit' lijkt een meer aansprekende omschrijving dan 'culturele achtergrond'. Je zou mensen de open vraag kunnen stellen 'Met welke culturele identiteit(en) identificeer je je?', of 'Met welke cultuur of culturen identificeer je je?', en daarbij meerdere opties geven. Deze formulering is niet stigmatiserend want hij laat de persoon de keuze. Misschien is deze vraag afdoende om de culturele identiteit van de theaterbezoekers vast te stellen, zonder verder naar details te vragen.

We willen niet alleen bezoekers met een bi-culturele identiteit bereiken maar ook een sociaaleconomisch divers publiek. Is bij het in kaart brengen van de sociaaleconomische achtergrond van bezoekers niet dezelfde voorzichtigheid geboden? Is 'sociale identiteit' een betere term dan 'sociale achtergrond'? Hoe besteden we aandacht aan en gaan we op een niet-stigmatiserende manier om met klasse?

Voor de onderzoekers is de term 'sociale achtergrond' gangbaar en afdoende. Deze achtergrond kan simpelweg in kaart worden gebracht door bezoekers te vragen naar hun opleidingsniveau, beroep en inkomen. Verschillende mensen in de groep vinden sociaaleconomische achtergrond minder belangrijk dan culturele achtergrond omdat er in de maatschappij veel sociale mobiliteit is en mensen zich minder associëren met hun sociale klasse dan met hun culturele identiteit. De denkoefening die voor het in kaart brengen van culturele identiteit werd gemaakt, wordt hier niet herhaald.

Vervolg

De onderzoekers gaan verder met het preciseren van het theoretisch kader en het organiseren van het onderzoek. Als zij de vragenlijst voor fase 2 klaar hebben, komt de stuurgroep weer bij elkaar om verder te praten over de concrete bewoordingen op de lijst. Het zal nog een paar maanden duren voor deze stap kan worden gezet.

BIJLAGE

PUBLIEKSONDERZOEK

Onderzoek naar uitbreiding en diversificatie van theaterpubliek

Ineke Nagel en Jacomijne Prins

Hoofd- en deelvragen publieksonderzoek

- Probleemstelling: theatervoorstellingen trekken een betrekkelijk klein en homogeen publiek.
- Onderzoeksvraag: Hoe kan het aantal theaterbezoekers worden uitgebreid, zowel in aantal als in diversiteit?
- Deelvragen:
 - 1) Wat is de samenstelling van het theaterpubliek van verschillende voorstellingen naar culturele achtergrond en sociale en economische situatie (welke groepen zijn meer en minder vertegenwoordigd)?
 - 2) Hoe varieert de samenstelling van het publiek al naargelang de complexiteit, kwaliteit en thematiek van de voorstelling; de uitgevoerde marketingacties; de gebruikte publiciteitskanalen; de locatie van het theater en andere beleidsaspecten?
 - 3) Wat zijn de ervaringen (obstakels en triggers) van de toeschouwers met beleid dat bewust inzet op het bereiken van een divers publiek?
 - 4) Hoe kan kennis m.b.t. deelvragen 1, 2 en 3 worden ingezet om een groter/ diverser publiekspotentieel aan te spreken?

Theoretisch kader (I)

- Waarom bezoeken mensen theater:
 - Om geraakt te worden
 - Om aan het denken gezet te worden
 - Identiteitsbevestiging
 - Vermaak
 - Sociale / status overwegingen
- Wie bezoeken het theater?
 - Meegekregen via de ouders (culturele socialisatie: “cultuur hoort erbij”)
 - Gestimuleerd door school, vrienden (gebruikelijk in sociale omgeving)
 - Theoretisch opgeleiden (participatie in gecanoniseerde cultuur vergt cognitieve vaardigheid)

Theoretisch kader (II)

- Bourdieu (1984):
 - cultuur als een strijdperk, geeft vorm en vergroot klasse gerelateerde esthetische voorkeuren, ontstaat tijdens socialisatie; leidt tot ervaring met cultuur (inhoud), maar ook vertrouwdheid met omgangsvormen, gewoontes in culturele instellingen
 - statusgroepen onderscheiden zich niet alleen naar hun hoge-lage status maar ook naar hun culturele positie (wetenschappers, kunstenaars, culturele sector) en economische statuspositie (ondernemers), of daartussen in (advocaten, artsen)
- Mogelijkheden/voorwaarden voor cultuurbezoek:
 - Cognitieve vaardigheden
 - Informatie –over het plaatsvinden van voorstellingen
 - Tijd – planning - ruimte
 - Geld

Theoretisch kader (III)

- Bonding & Bridging (Bourdieu, Otte): cultuurbezoek en cohesie
 - Bonding: fysiek bezoek aan het theater brengt mensen van verschillende achtergronden samen
 - Bonding: theater brengt mensen met een soortgelijke achtergrond samen (verbinding binnen de gemeenschap).
 - Bridging: ideëel theater kan de afstand tussen mensen met verschillende achtergronden overbruggen (door publiek aan het denken zetten).
- Lamont (2018): erkenning is nodig voor groepen mensen met een gestigmatiseerde identiteit.
- Prins et al. (2017, 2018 a,b; 2019; 2021): theatervoorstellingen zorgen voor een positieve bevestiging (erkenning) van gestigmatiseerde identiteiten.

Conclusies

- De mate waarin mensen deelnemen aan cultuur hangt af van hun eerdere ervaringen met cultuur. Dit kunnen ervaringen zijn in ouderlijk milieu (primaire socialisatie), opleiding (secundaire socialisatie), en via vriendenkring (tertiaire socialisatie)
- Verschillende sociale groepen hebben verschillende culturele interesses:
 - Cultureel gesocialiseerde groepen voelen zich aangetrokken tot meer complexe voorstellingen
 - Statusgroepen met een meer culturele (beroeps)status voelen zich meer aangetrokken tot meer progressieve, vernieuwende voorstellingen; statusgroepen met een meer economische (beroeps) positie voelen zich meer aangetrokken tot een meer conventionele, gecanoniseerde voorstellingen
 - Theoretisch opgeleid publiek (ongeacht culturele achtergrond) voelt zich aangetrokken tot meer complexe voorstellingen
 - Praktisch opgeleid publiek (ongeacht culturele achtergrond) voelt zich aangetrokken tot voorstellingen die verbinding binnen de gemeenschap bevorderen/ benadrukken
 - Voorstellingen die identiteitsbevestigend werken hebben een emancipatoire werking en zijn mogelijk aantrekkelijk voor mensen met een (of meerdere) gestigmatiseerde (deel)identiteit(en), ongeacht hun opleidingsniveau.

Dit onderzoek

- Welke voorstellingen (variërend naar kwaliteit, complexiteit en thematiek) leiden tot uitbreiding/ diversificatie van bestaande groepen?
- Hoe kun je deze (bestaande en nieuwe) groepen het best bereiken?
- Welke termen kunnen we hanteren om bestaand en nieuw publiek te duiden?

Methoden

- FASE 1: Bureauonderzoek
 - Welke voorstellingen zijn er
 - Hoe variëren deze voorstellingen qua thematiek/ complexiteit
- FASE 2: empirisch onderzoek (surveys en interviews)
 - Welke voorstelling trekt welk publiek/ Hoe varieert het publiek per type voorstelling?
 - Welke overwegingen hebben (eerder) een rol gespeeld bij het wel/ niet bezoeken van een theater/ een theatervoorstelling.

Onderzoeksdesign

- Benaderen van alle (N = 45, representatief?) door “de BIS en door het Fonds Podiumkunsten structureel gesubsidieerde gezelschappen (categorie theater)” en enkele gezelschappen die gemeentelijke subsidie ontvangen.
- Overzicht maken van theaters waarin de voorstellingen van deze gezelschappen in de seizoenen 2022-2023 en 2023 en 2024 geprogrammeerd zijn.
- Selectie theaters – of alle?
- Selectie voorstellingen – 3 per theater: 2 van de geselecteerde gezelschappen, 1 van een ander (mogelijk niet-gesubsidieerd) gezelschap, sturen op variatie naar canon, complexiteit, thema, marketingstrategie.

Wetenschappelijk publieksonderzoek George & Eran en Partners

Stuurgroep meeting 23 mei 2022

Aanwezig: Sophie Logothetis (moderator), Dionne Pierik, Jacomijne Prins, Ineke Nagel, Moreen Beentjes, Nikki te Grotenhuis (projectmedewerker), Iris Vaessen (productiemedewerker George & Eran Producties), Jacqueline Schoemaker (verslag).

De feedback van Abdel Daoudi op de vragenlijst, van te voren ingestuurd per email, is meegenomen in het gesprek en het verslag.

Agenda: Bespreking eerste versie vragenlijst voor fase 2 van het onderzoek

Bijlagen: Screenshots van de online vragenlijst

Inventarisatie fase 1

De inventarisatie is bijna klaar. De speellijsten van de geïnventariseerde gezelschappen worden in de komende dagen nog toegevoegd, verder is het bestand volledig.

Bespreking online vragenlijst

Hoe vullen de bezoekers, die net naar een voorstelling zijn geweest, de vragenlijst in? De mobiele telefoon lijkt in de meeste gevallen de handigste, goedkoopste en meest duurzame optie. Na de voorstelling krijgen bezoekers een kaartje met een QR-code waarmee ze kunnen inloggen. Dit kunnen ze ter plekke doen met hun telefoon, of achteraf thuis. Om zoveel mogelijk respons te krijgen, zorgen we voor verschillende manieren waarop mensen de vragenlijst kunnen invullen. In de foyer zijn studenten aanwezig die de vragen en het onderzoek kunnen toelichten. Er zijn een paar iPads

waarop bezoekers die geen mobiel (bij zich) hebben de vragen kunnen beantwoorden, en ook papieren lijsten die mensen in een bus kunnen doen. Tot slot vragen we de theaters om de bezoekers een herinneringsmail te sturen met een link naar de vragenlijst.

De vragenlijst wordt verder nog onderworpen aan een *ethical review* op de VU voordat deze definitief gemaakt wordt. Dit is een wettelijke vereiste.

Inleidende tekst (screenshot ontbreekt)

De tekst is aan de lange kant. Wel is het wettelijk verplicht om sommige dingen te vermelden, zoals wie voor het onderzoek verantwoordelijk is en hoe de data worden verwerkt. Deze gegevens zouden in kleine letters puntsgewijs kunnen worden opgesomd, zodat de tekst minder lang aanvoelt.

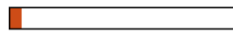
Omdat de vragenlijst niet helemaal anoniem is – IP-adressen worden bijvoorbeeld opgeslagen – is in de tekst gekozen voor het woord ‘vertrouwelijk’ in plaats van ‘anoniem’. Wel zou kunnen: “de informatie is vertrouwelijk en wordt anoniem verwerkt.”

Door wie wordt de tekst ondertekend? De formulering ‘samenwerkende gezelschappen’ lijkt te vaag. Bovendien staat nu alleen het logo van de VU in het document, wat verwarrend kan zijn. We beslissen om naast het logo van de VU ook de logo’s van het onderzoeksbureau van Jacomijne toe te voegen, van George en Eran en van de NAPK. In de tekst kan dan verwezen worden naar ‘samenwerkende gezelschappen’. Verder wordt benoemd dat Jacomijne en Ineke verantwoordelijk zijn voor het onderzoek, en dat George en Eran Producties opdrachtgever en projectleider is.

De tekst wordt nog aangevuld met een *informed consent* (geïnformeerde toestemming) regel.

Wanneer heeft u voor het laatst een toneelstuk bezocht?
... van een professioneel theatergezelschap

- ☐ Nog nooit – dit is de eerste keer
- ☐ Langer dan 5 jaar geleden
- ☐ Tussen 1 en 5 jaar geleden
- ☐ Tussen 6 en 12 maanden geleden
- ☐ Tussen 3 en 6 maanden geleden
- ☐ Tussen 1 en 3 maanden geleden
- ☐ In de afgelopen maand



Is het nodig om te benoemen dat het om professionele theatergezelschappen gaat? Dit kan gevoelig liggen omdat het soms ook om amateurbeoefenaars gaat. Het onderzoek gaat echter over professionele gezelschappen in de categorie theater, dus het is belangrijk om te benadrukken dat het over deze categorie gaat.

Wat de volgorde van de mogelijke antwoorden betreft, zou het logischer zijn om te beginnen met 'Nog nooit ...', dan 'In de afgelopen maand' en vervolgens oplopend in de tijd.

Hoe vaak gaat u naar toneel?
... van een professioneel theatergezelschap

- ☐ Ten minste 8 keer per jaar
- ☐ Tussen 3 en 7 keer per jaar
- ☐ 1 of 2 keer per jaar
- ☐ Minder dan 1 keer per jaar
- ☐ Tot nu toe nog nooit



De volgorde van de mogelijke antwoorden wordt aangepast zoals bij de vorige vraag.

Deze vraag is dezelfde als de vorige, maar door een vraag een tweede keer, net iets anders, te stellen, krijg je een betrouwbaarder beeld van de antwoorden.

Gaat het alleen over bezoek van toneelvoorstellingen? Rekenen we muziektheater hier bijvoorbeeld ook onder? Of andere cross-overs? Het gaat eigenlijk om de bredere podiumkunstervaring dan alleen toneel, dus 'Hoe vaak gaat u naar het theater' is hier (en bij vraag 1) een betere vraag. (We moeten er wel rekening mee houden dat vrije voorstellingen en genres als popmuziek dan ook meegenomen worden in de vraag). Het woord 'theatergezelschap' wordt vervangen door 'gezelschap'.

Op welke leeftijd bezocht u voor het eerst een toneelstuk?

... van een professioneel theatergezelschap

- ☐ Vóór mijn 12e jaar
- ☐ Tussen 12 en 18 jaar
- ☐ Tussen 18 en 25 jaar
- ☐ Na mijn 25ste jaar

Ook hier wordt de bredere categorie theater aangehouden in plaats van toneel.

Bezochten uw ouders/verzorgers ...?

... toen u ongeveer 10-12 jaar oud was

... het gaat om professionele uitvoeringen

	Nooit	Minder dan 1 keer per jaar	Ten minste jaarlijks
Toneel	☐	☐	☐
Cabaret, musical, dans, opera, operette	☐	☐	☐
Een concert van klassieke muziek	☐	☐	☐

Ook hier kiezen we ervoor om alleen naar de theaterervaring in het algemeen te vragen, zonder uitsplitsing naar disciplines. Dat houdt de vragenlijst consequenter en eenvoudiger voor wie hem invult.

De leeftijd van 10-12 jaar is bewust gekozen omdat dit een leeftijd is waarop kinderen nog vatbaar zijn voor het overnemen van de keuzes van hun ouders. Dit kan eventueel verbreed worden naar 'ongeveer 8-13 jaar' of 'in uw kindertijd'.

'Ten minste jaarlijks' wordt vervangen door 'Een keer per jaar of vaker'.

Kloppen de volgende uitspraken voor u?

	klopt helemaal niet	klopt niet helemaal	klopt tamelijk goed	klopt helemaal
Ik voel mij thuis in het theater	☐	☐	☐	☐
In het theater kom ik mensen tegen zoals ik	☐	☐	☐	☐
Ik vind het fijn om in het theater mensen tegen te komen die op mij lijken	☐	☐	☐	☐
Ik vind het prettig om mezelf in een theateervoorstelling te kunnen herkennen	☐	☐	☐	☐
Ik vind het fijn als een voorstelling een duidelijk verhaal heeft	☐	☐	☐	☐
Ik hou van 'moeilijke' voorstellingen	☐	☐	☐	☐
Ik vind het belangrijk om te kunnen lachen om een voorstelling	☐	☐	☐	☐
Ik kom naar het theater voor een nieuwe ervaring	☐	☐	☐	☐
Ik kom naar het theater om nieuwe dingen te leren	☐	☐	☐	☐
Ik wil in het theater iets leren over voor mij onbekende leefwerelden	☐	☐	☐	☐
Ik ga naar het theater om anderen ontmoeten die dit soort activiteiten ook leuk vinden	☐	☐	☐	☐

‘Klopt niet helemaal’ en ‘klopt tamelijk goed’ zou je kunnen opvatten als hetzelfde. Maar op deze manier worden de respondenten gedwongen om te kiezen op een schaal van heel weinig naar heel veel. De volgorde maakt duidelijk of je net wat meer of net wat minder ten opzichte van het midden kiest. De verwoording van de categorieën maakt daarbij niet zoveel uit. Je zou ook een dichotome schaal kunnen gebruiken, waarbij de benaming van de categorieën ontbreekt. Het even aantal antwoorden is in elk geval belangrijk om mensen te dwingen positie te kiezen en niet in het midden te gaan zitten.

Wat wordt er bedoeld met ‘moeilijke’ voorstellingen? Complex of uitdagend zijn misschien betere woorden. Het gaat om persoonlijke ervaring, dus iedereen vult voor zichzelf in wat voor hem/haar/hen uitdagend is. Wat we met deze vraag te weten willen komen is of mensen naar het theater komen om aan het denken gezet te worden, uitgedaagd te worden. De stelling ‘Ik houd van moeilijke voorstellingen’ overlapt met ‘Ik kom naar het theater voor een nieuwe ervaring’ en ‘Ik kom naar het theater om nieuwe dingen te leren’.

In dit rijtje stellingen worden eigenlijk twee verschillende dingen gemeten: in hoeverre mensen naar complexe voorstellingen gaan, en in hoeverre ze om sociale redenen naar het theater gaan. Misschien is het overzichtelijker om deze twee lijnen op aparte pagina's te zetten.

Komt het voor dat mensen naar het theater gaan om iets te leren over voor hen onbekende leefwerelden zoals Syrische of Marokkaanse burens? Verschillende mensen in de groep vinden van wel.

De stellingen aan het begin van de reeks zijn anders geformuleerd dan die aan het einde. Uit het antwoord op de stelling 'Ik kom naar het theater om een nieuwe ervaring', bijvoorbeeld, kun je goed afleiden in hoeverre iemand naar het theater komt *omdat* hij/zij/hen een nieuwe ervaring op wil doen. Maar het antwoord op een stelling als 'Ik voel me thuis in het theater' zegt weinig over de daadwerkelijke beweegredenen waarom iemand naar het theater komt. De stellingen aan het begin zullen worden geherformuleerd, zodat de antwoorden allemaal gaan over de motieven van mensen voor theaterbezoek.

Wat was belangrijk bij uw keuze voor deze voorstelling vandaag?

	helemaal niet belangrijk	een beetje belangrijk	tamelijk belangrijk	zeer belangrijk
De bereikbaarheid van het theater	☐	☐	☐	☐
De kosten van de voorstelling van het kaartje	☐	☐	☐	☐
De totale kosten incl. drankje, eten, vervoer, parkeren	☐	☐	☐	☐
Het onderwerp van de voorstelling	☐	☐	☐	☐
Hoe ik het kon organiseren met werk, gezin	☐	☐	☐	☐
Of mijn vrienden of partner ook wilde(n) gaan	☐	☐	☐	☐
Ik voel me thuis in dit theater	☐	☐	☐	☐
Het randprogramma bijv. inleiding over de voorstelling, tentoonstelling, drankje, eten, nagesprek	☐	☐	☐	☐
Een kortingsactie, aanbieding	☐	☐	☐	☐
Uitgaansmogelijkheden rondom het theater	☐	☐	☐	☐

‘Ik voel me thuis in dit theater’ overlapt met ‘Ik voel me thuis in het theater’ bij de vorige vraag. De stelling wordt hier weggelaten.

Er wordt gevraagd om ‘Het randprogramma’ uit te splitsen naar meer sociale en meer inhoudelijke programmering omdat bezoekers heel verschillende dingen in het randprogramma belangrijk kunnen vinden.

Bij ‘Een kortingsactie, aanbieding’ worden We Are Public en de Podiumpas toegevoegd.

Hoe wist u van deze voorstelling?

- ☐ Door aandacht en reacties op sociale media van het theater
Instagram, Tiktok, Facebook
- ☐ Door aandacht en reacties op sociale media van het theatergezelschap, acteurs
Instagram, Tiktok, Facebook
- ☐ Via een mailing, nieuwsbrief van het theater
wel of niet als onderdeel van een abonnement
- ☐ Van familie, vrienden of partner
- ☐ Van collega's, school
- ☐ Van een poster of flyer
- ☐ Door bezoek van de internet pagina van het theater of theatergezelschap
- ☐ Door een artikel of recensie in de krant
- ☐ Via radio of televisie

Met wie bezoek je deze voorstelling?

... meer antwoorden mogelijk

- ☐ met mijn partner
- ☐ met een vriend(in)
- ☐ met vrienden
- ☐ met familie
- ☐ met collega's, met school
- ☐ alleen

Hoe wist u van deze voorstelling? Deze vraag wordt gecheckt bij de marketing afdeling: staan alle relevante acties en kanalen hiertussen?

De optie 'Van collega's, school' wordt uitgesplitst. Er wordt een aparte optie toegevoegd 'in het kader van een opleiding of school' omdat het soms om verplicht theaterbezoek via een opleiding of school gaat.

Verder missen netwerken zoals kerk, vereniging, buurthuis e.d., terwijl marketingacties die via *local outreachers* in deze gemeenschappen worden uitgezet, juist erg effectief lijken te zijn. De onderzoekers denken nog na over de beste term voor deze categorie. 'Lokale gemeenschap' zou misschien de lading dekken.

'Internet pagina' wordt vervangen door website.

Wat is uw hoogst behaalde opleiding?

- ☐ Geen opleiding afgemaakt
- ☐ Basisschool / lagere school
- ☐ Lager beroepsonderwijs - vmbo-b
- ☐ Mavo, vmbo-t
- ☐ Middelbaar beroepsonderwijs - mbo
- ☐ Havo
- ☐ Vwo, gymnasium
- ☐ Hoger beroepsonderwijs
- ☐ Universiteit

Geen opmerkingen.

Welk soort beroep heeft u?

Indien u geen betaalde baan meer heeft, beantwoordt u deze vraag dan voor de laatste betaalde baan.

- ☐ hoger intellectueel of vrij beroep - *bv. architect, arts, wetenschappelijk medewerker, docent vwo-hbo, ingenieur*
- ☐ hoger leidinggevend beroep - *bv. manager, directeur, eigenaar groot bedrijf, leidinggevende ambtenaar*
- ☐ middelbaar intellectueel of vrij beroep - *bv. leerkracht, kunstenaar, verpleegkundige, sociaal werker, beleidsfunctionaris*
- ☐ middelbaar leidinggevend of commercieel beroep - *bv. hoofdvertegenwoordiger, afdelingsmanager, winkelier*
- ☐ overige hoofdarbeid - *bv. administratief medewerker, boekhouder, verkoper, gezinsverzorgster*
- ☐ geschoolde en leidinggevende handarbeid - *bv. automonteur, ploegbaas, elektricien*
- ☐ semi-geschoolde handarbeid - *bv. chauffeur, fabrieksarbeider, timmerman, bakker*
- ☐ ongeschoolde en geoefende arbeid - *bv. schoonmaker, inpakker*
- ☐ agrarisch beroep - *bv. landarbeider, zelfstandig agrariër*
- ☐ ik heb mijn opleiding nog niet afgerond

De lijst is nogal omslachtig en ouderwets klinkend. Zou ‘intellectueel’ vervangen kunnen worden door ‘theoretisch’, en handarbeid door ‘praktisch’? De categorieën klinken misschien ouderwets, maar het onderscheid dat ze maken is relevant. Misschien kunnen de voorbeelden worden aangepast. De onderzoekers doen navraag bij de universiteit of deze lijst simpeler en meer eigentijds kan.

Wanneer bent u geboren?

- ☐ Vóór 1940
 - ☐ Tussen 1940 en 1949
 - ☐ Tussen 1950 en 1959
 - ☐ Tussen 1960 en 1969
 - ☐ Tussen 1970 en 1979
 - ☐ Tussen 1980 en 1989
 - ☐ Tussen 1990 en 1999
 - ☐ Tussen 1999 en 2010
 - ☐ Ná 2010
-

‘Wat is uw leeftijd?’ zou een makkelijkere vraag zijn, met bijbehorende categorieën ‘Tussen 20 en 30’, ‘Tussen 30 en 40’ enz. Een open vraag is niet handig omdat mensen op heel verschillende manieren hun leeftijd invullen, wat verwarring kan veroorzaken.



U bent ...?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw
- ☐ Anders

De vraagstelling zou vlotter kunnen door deze persoonlijker te maken: ‘Ik ben...’ of ‘Ik identificeer me als...’ in plaats van ‘U bent...’.

‘Ik identificeer me als ...’ is lastig hier want we vragen naar sekse en niet naar gender. Gender is een breed spectrum en zou een lange lijst aan opties vergen. Het is voor ons doel ook niet zo relevant om naar gender te vragen.

We besluiten om 'man', 'vrouw' en 'andere identificatie' als opties te geven (waarmee toch gedeeltelijk naar gender wordt gevraagd).

Wat is uw culturele achtergrond?

... naast de eventuele Nederlandse achtergrond;

... kies bij meerdere achtergronden die waarmee u zich het meest identificeert

- ☐ Nederlands
- ☐ Turks
- ☐ Marokkaans
- ☐ Surinaams
- ☐ Antilliaans
- ☐ Pools
- ☐ Indonesisch
- ☐ Noord-Amerikaans
- ☐ Latijns-Amerikaans
- ☐ Andere Europese achtergrond, nl.
- ☐ Andere Aziatische achtergrond, nl.
- ☐ Anders, nl.

De lijst met opties lijkt nogal lang. Dit is echter onvermijdelijk als we genoeg opties willen bieden.

‘Kies bij meerdere achtergronden die waarmee u zich het meest identificeert’: Dit moet veranderd worden in ‘Meerdere antwoorden mogelijk’ omdat we juist niet willen dat mensen met een bi-culturele achtergrond gedwongen worden om te kiezen.

‘Naast de eventuele Nederlandse achtergrond’ kan weggelaten worden: Nederlands staat als optie in het rijtje. Bovendien identificeert niet iedereen zich met een Nederlandse achtergrond.

Verder was in de vorige stuurgroep meeting besloten om niet te vragen naar de ‘culturele achtergrond’ van mensen maar om de vraag te stellen ‘Met welke cultuur of culturen identificeert u zich?’, en daarbij meerdere opties te geven.

Hoe is de keuze voor culturen in deze lijst tot stand gekomen? Sommige zijn heel specifiek en andere erg algemeen. Bovendien ontbreekt Afrikaans. Indonesisch wordt wel genoemd maar Thais bijvoorbeeld niet. Dit komt omdat grote bevolkingsgroepen in Nederland, zoals de Poolse en Indonesische, een aparte categorie krijgen. Andere culturen komen in Nederland minder voor, en worden niet per land genoemd. Zo zie je verschillen in migratiegeschiedenis terugkomen in de lijst, en die kunnen we misschien koppelen aan de thematiek van de voorstellingen. (Afrikaans zal worden toegevoegd aan de lijst.)

Andere opmerkingen

De vragen in de online enquête worden niet genummerd omdat dit meer tekst met zich mee zou brengen en het balkje onderaan duidelijk maakt waar in de vragenlijst je bent.

Omwille van de tijd besluiten we om individueel via email op de overige vragen feedback te geven. Zodra alle aanpassingen zijn gedaan, sturen Ineke en Jacomijne iedereen een link naar de geüpdate versie van de vragenlijst.

Deze week wordt een datum geprikt voor de volgende stuurgroep meeting eind augustus of begin september. Daarin bespreken we de opzet van fase 2 van het onderzoek.

Wetenschappelijk publieksonderzoek George & Eran en Partners

Stuurgroep meeting 30 september 2022

Aanwezig: Sophie Logothetis (moderator), Dionne Pierik (eerste 15 minuten), Jacomijne Prins, Ineke Nagel, Paulette Smit (gedeeltelijk aanwezig), Virginie Bakker (ROSE Stories), Iris Vaessen, Jacqueline Schoemaker (verslag).

Agenda: Welkom en rondje
Update onderzoeksdesign en vragenlijst
Steekproef inventarisatie
Bespreking wervingstekst

Bijlagen: Selectie theaters voor steekproef
Steekproef overzicht provincie en stad
Vragenlijst versie 30 september 2022

Welkom en rondje

Virginie Bakker van partnergezelschap ROSE Stories is uitgenodigd om deel te nemen aan de stuurgroep. In haar rol als publieksontwikkelaar bereikt ze via *local outreach* niet-vanzelfsprekende doelgroepen en denkt ze na over hoe je deze groepen niet alleen eenmalig bereikt maar ook vasthoudt. Bij ROSE Stories wordt momenteel een onderzoek uitgevoerd naar hoe je de impact van je gezelschap kunt verduurzamen. Om de twee publieksonderzoeken goed op elkaar af te stemmen en te voorkomen dat we dubbel werk doen, kijkt Virginie mee bij het onderzoek van George & Eran en partners. Ze heeft de vragenlijst onlangs zelf ingevuld en vindt het een positieve ontwikkeling dat vragen over sociale en culturele achtergrond binnenkort gesteld zullen worden aan het publiek.

Update onderzoeksdesign

In het onderzoek komt de nadruk te liggen op de kwantitatieve aspecten. Om een goed beeld te krijgen van de variaties in het publiek willen de onderzoekers een groot aantal data verzamelen. Alle capaciteit die voor het onderzoek beschikbaar is, zal hieraan worden besteed. Het kwalitatieve onderdeel komt te vervallen. De meeste aandacht gaat uit naar de variaties in het publiek (met nadruk op bezoekers met een niet-westerse achtergrond), gecombineerd met andere kenmerken. Er wordt een zo groot mogelijk aantal voorstellingen én theaters opgenomen in het onderzoek, waarbij aandacht wordt besteed aan de vraag of het de voorstelling is of het theater dat het verschil maakt voor de bezoeker. Kenmerken als de toegankelijkheid van het theater, focus op specifieke doelgroepen die in de buurt wonen enz. worden meegenomen in het onderzoek.

Oorspronkelijk zouden in elk theater naast gesubsidieerde producties ook vrije voorstellingen in kaart worden gebracht. Dit is omwille van de onderzoekscapaciteit, alsook het grote verschil tussen gesubsidieerde en commerciële voorstellingen, geschrapt. Het onderzoeksteam heeft de indruk dat er binnen de selectie van gesubsidieerde voorstellingen genoeg variatie is qua thematiek en complexiteit.

Selectie theaters voor steekproef

Alle door het FPK of in de BIS gesubsidieerde producties in seizoen 2022-2023 waarvan de speellijst in augustus 2022 bekend was, worden meegenomen in het onderzoek. Alle theaters waar deze

producties spelen (m.u.v. festivals) zijn opgenomen in een bestand. Een selectie van deze theaters is gemaakt door per productie willekeurig twee theaters te kiezen waar de voorstelling speelt (zie bijlage 1). Een nadeel van deze selectiemethode is dat sommige theaters maar één keer voorkomen omdat een bepaalde productie maar één keer speelt of omdat het theater geen andere gesubsidieerde voorstellingen heeft geprogrammeerd. Het onderzoeksteam zal daarom kijken of de speellijsten inmiddels zijn uitgebreid, of zal onderzoeken hoe deze gebreken op een andere manier kunnen worden opgelost.

In de 'Steekproef provincie en stad' (bijlage 2) is te zien hoe de speelbeurten zijn verdeeld over de verschillende provincies en steden. Wat opvalt, is dat de provincie Flevoland maar één voorstelling telt, en Zeeland geen enkele. Ook hier zal het onderzoeksteam nog bekijken hoe dit eventueel valt te repareren. Als alternatief zou in seizoen 2023-2024 extra gekeken kunnen worden naar voorstellingen in deze provincies. Verder komt deze steekproeflijst representatief over qua landelijke spreiding.

Contact met gezelschappen en theaters over het onderzoek

Het onderzoeksteam zal eerst de gezelschappen om toestemming vragen om hun bezoekers een vragenlijst te laten invullen. Later worden de theaters geïnformeerd over het onderzoek en de aanwezigheid van de studenten in hun foyer. De theaters krijgen de kans om bezwaar te maken. Er wordt een wervingstekst geschreven die als aankondiging op de website van de NAPK en eventueel ook de site van Fonds 21 wordt geplaatst. Een voorzet voor deze tekst wordt door de stuurgroep overlopen. Jacqueline zal de tekst schrijven.

Verder kwam de vraag op tafel hoe we verder gaan communiceren over het onderzoek. Waar kunnen mensen meer informatie vinden? Wat gebeurt er met de resultaten? Komt er een website waar we naar kunnen verwijzen? Een van de doelstellingen van het onderzoek is immers het communiceren in de sector over manieren om nieuwe publieksgroepen te bereiken. In de wervingstekst wordt in elk geval Sophie als contactpersoon opgenomen voor eventuele vragen. Verder blijkt er ruimte te zijn op de website van George en Eran voor informatie over het onderzoek.

Bespreking huidige versie van de vragenlijst (bijlage 3)

I

Q26 Beste bezoeker,

Hartelijk dank voor het openen van deze vragenlijst. Door het invullen hiervan helpt u ons (samenwerkende theatergezelschappen) ontdekken wie onze voorstellingen bezoeken, welke voorstellingen onze bezoekers het liefst zien, en hoe we onze bezoekers het best kunnen bereiken. Als u meer over dit onderzoek wil weten kunt u mailen met Jacomijne Prins (onderzoek@jacomijneprins.nl).

- Uitvoerders: Dr. Ineke Nagel (Vrije Universiteit) en Dr. Jacomijne Prins (~~Ponder~~ – **Onderzoek en Advies Hogeschool Inholland**)

- Opdrachtgever: George en Eran Producties

- Invultijd: 10 minuten

- Uw antwoorden worden anoniem en vertrouwelijk opgeslagen en verwerkt.

Ik heb bovenstaande informatie gelezen en ik geef toestemming voor de verwerking van mijn gegevens.

Als contactpersoon staat nu Jacomijne vermeld. Dit wordt Sophie, zodat er in alle communicatie-uitingen dezelfde contactpersoon wordt genoemd.

De zin “Ik heb bovenstaande informatie gelezen en ik geef toestemming voor de verwerking van mijn gegevens” is toegevoegd, zodat we de invullers van de lijst mogen vragen naar hun culturele achtergrond e.d.

Verder wordt de vragenlijst bij de VU nog getest op integriteit en ethiek.

II

TOEVOEGEN: WAARDERING

<u>Hoe beoordeelt u ...?</u>	<u>Erg slecht</u> <u>Erg goed</u>									
<u>Het stuk als geheel</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>
<u>Het verhaal de inhoud</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>
<u>De uitvoering door de cast</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>
<u>Deze locatie</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>
<u>Nederlands toneel in het algemeen</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>

Een logisch begin is om bezoekers te vragen naar wat ze vonden van de voorstelling die ze net hebben gezien, dus een aantal vragen over deze waardering is toegevoegd.

“Deze locatie” wordt veranderd in “Dit theater”.

“Nederlands toneel in het algemeen”: deze waardering is waarschijnlijk te algemeen en wordt weggelaten.

Bezoekers vullen op de vragenlijst tevens de datum van de voorstelling en de stad in, zodat de voorstelling en het theater kan worden geïdentificeerd.

III

Q17 Kloppen de volgende uitspraken voor u?

	klopt helemaal niet (1)	klopt niet helemaal (2)	klopt tamelijk goed (3)	klopt helemaal (4)
Ik voel mij thuis in het theater (1_ <u>S</u>)	0	0	0	0
Ik vind het fijn om in het theater mensen tegen te komen die op mij lijken (5_ <u>S</u>)	0	0	0	0
Ik vind het prettig om mezelf in een theatervoorstelling te kunnen herkennen (6_ <u>H</u>)	0	0	0	0
Ik vind het fijn als een voorstelling een duidelijk verhaal heeft (7_ <u>?</u>)	0	0	0	0
Ik hou van complexe voorstellingen <u>waar</u> <u>je over na moet</u> <u>denken</u> (8_ <u>C</u>)	0	0	0	0
Ik vind het belangrijk om te kunnen lachen om een voorstelling (9_ <u>C?</u>)	0	0	0	0
Ik kom naar het theater voor een nieuwe ervaring (10_ <u>?</u>)	0	0	0	0
Ik kom naar het theater om aan het denken gezet te worden (11_ <u>C</u>)	0	0	0	0
Ik wil in het theater iets leren over voor mij onbekende leefwerelden (13_ <u>H</u>)	0	0	0	0
Ik ga naar het theater om anderen ontmoeten die dit soort activiteiten ook leuk vinden (14)	0	0	0	0

“Ik hou van voorstellingen waar je over na moet denken”: wat is de beste formulering hiervoor? Is deze vraag nodig, vermits verderop de stelling “Ik kom naar het theater om aan het denken gezet te worden” staat. De onderzoekers leggen uit dat twee metingen over hetzelfde onderwerp nodig zijn om een goed resultaat te krijgen.

Verder valt op dat veel stellingen over complexiteit gaan en er weinig gevraagd wordt naar het sociale aspect.

Er wordt met een vierpuntsschaal gewerkt zodat bezoekers keuzes moeten maken, wat duidelijke resultaten oplevert.

De tekst van punt 3 op de schaal (“klopt tamelijk goed”) wordt vervangen door “klopt best wel goed”. Bij de volgende vraag (“Q18 Wat was belangrijk bij uw keuze voor deze voorstelling vandaag?”) wordt “tamelijk” bij punt 3 ook vervangen door “best wel”.

IV

Q19 Hoe wist u van deze voorstelling?

☐	Door aandacht en reacties op sociale media van het theater <i>Instagram, Tiktok, Facebook</i> (1)
☐	Door aandacht en reacties op sociale media van het theatergezelschap, acteurs <i>Instagram, Tiktok, Facebook</i> (3)
☐	Via een mailing, nieuwsbrief van het theater <i>wel of niet als onderdeel van een abonnement</i> (5)
☐	Van familie, vrienden of partner (6)
☐	Van school (13)
☐	Van collega's (7)
☐	Van een poster of flyer (8)
☐	Van kerk, vereniging, lokale gemeenschap (12)
☐	Door bezoek van de internet pagina van het theater of theatergezelschap (9)
☐	Door een artikel of recensie in de krant (10)
☐	Via radio of televisie (11)

“Van kerk, vereniging, lokale gemeenschap”: deze formulering suggereert dat ‘lokale gemeenschap’ een duidelijk afgebakend geheel is. Wellicht zien invullers van de vragenlijst zichzelf niet als onderdeel van een lokale gemeenschap terwijl ze dat wel zijn. De opties worden veranderd in: “Van kerk, moskee, synagoge” en “Van vereniging, buurthuis” en “Van iemand anders in mijn omgeving”. Verder wordt bij “Van familie, vrienden of partner” ook “kennissen” toegevoegd.

V

Q9 Welke van de beroepen hieronder past het beste bij uw huidige werksituatie? Een beroep zoals ...
... Indien u geen werk (meer) heeft, beantwoordt u deze vraag dan voor de laatste betaalde baan
... Indien uw beroep er niet bij staat, kiest u voor het beroep dat het beste aansluit op uw huidige werksituatie

- ☐ architect, arts, wetenschappelijk medewerker, docent vwo-hbo, ingenieur (1)
- ☐ manager, directeur, eigenaar groot bedrijf, leidinggevende ambtenaar (2)
- ☐ leerkracht, kunstenaar, verpleegkundige, sociaal werker, beleidsfunctionaris (3)
- ☐ hoofdvertegenwoordiger, afdelingsmanager, winkelier (4)
- ☐ administratief medewerker, boekhouder, verkoper, gezinsverzorgster (5)
- ☐ automonteur, ploegbaas, elektricien (6)
- ☐ chauffeur, fabrieksarbeider, timmerman, bakker (7)
- ☐ schoonmaker, inpakker (8)
- ☐ landarbeider, zelfstandig agrariër (9)
- ☐ ik heb mijn opleiding nog niet afgerond (10)

In een eerdere versie stonden naast voorbeelden van beroepen ook de beroeps categorieën vermeld (hoofdarbeid – handarbeid e.d.). Deze deden stereotiep aan en zijn daarom nu weggelaten. Met alleen voorbeelden van beroepen zijn de opties echter minder duidelijk.

Wat is bijvoorbeeld de plek van medewerkers in de culturele sector, waar naar verwachting een deel van de bezoekers uit zal bestaan? Maken we onderscheid tussen regisseurs en acteurs? De onderzoekers zullen nadenken over hoe een duidelijk onderscheid kan worden aangebracht tussen commerciële beroepen en de culturele sector.

Moet er een optie 'zzp'er' komen? Wellicht is dit niet nodig omdat het onderscheid tussen zzp en loondienst niet zoveel zegt over het beroep dat iemand uitoefent.

De volgorde van de opties suggereert een hiërarchie, die eindigt in wat voelt als een afvoerputje. De opties zullen daarom in willekeurige volgorde worden gezet.

Verder komt er een optie "horecamedewerker", wordt er bovenaan toegevoegd dat het gaat om wat mensen als hun hoofdbezigheid beschouwen, en wordt "Ik heb mijn opleiding nog niet afgerond" vervangen door "Ik ben student".

VI

Q12 ~~Hebt u een~~ Welke migratieachtergrond heeft u??

☐	Nee, <u>ik heb geen migratieachtergrond</u> (1)
☐	Ja, Turkse of Marokkaanse achtergrond (2)
☐	Ja, Surinaamse of Antilliaanse achtergrond (4)
☐	Ja, Syrische, Irakese of Afghaanse achtergrond (6)
☐	Ja, Europese achtergrond (9)
☐	Ja, Noord-Amerikaanse achtergrond (10)
☐	Ja, Latijns-Amerikaanse achtergrond (11)
☐	Ja, Afrikaanse achtergrond (7)
☐	Ja, Aziatische achtergrond (14)
☐	Ja, overige achtergrond nl., (12)

In vorige stuurgroep meetings werd na uitvoerige discussie afgesproken om niet te vragen naar de culturele achtergrond van mensen maar om de vraag te stellen 'Met welke cultuur of culturen identificeert u zich?', en daarbij meerdere opties te geven. Dit om te voorkomen dat mensen zich misschien in een hoek gezet zouden voelen. Waar in een eerdere versie van de vragenlijst stond 'Wat is uw culturele achtergrond?', wordt in deze versie gevraagd naar migratieachtergrond.

Er ontstaat discussie over welke formulering het beste gebruikt kan worden. De onderzoekers geven aan het erg oneens te zijn met een vraagstelling die over culturele identificatie gaat, omdat ze dan mensen zouden missen die wel degelijk een migratieachtergrond hebben maar zich vooral Nederlands voelen. Het feit dat de volgende vraag, die in kaart brengt wie er gemigreerd is, ook inzicht geeft in de migratieachtergrond, is volgens de onderzoekers niet voldoende. Ze vinden het belangrijk om naar de feitelijke migratieachtergrond te vragen, en niet naar waar mensen zich mee identificeren.

Verschillende vragen en argumenten komen aan de orde. Wat als je van ergens gemigreerd bent, maar je identificeert je niet met die plek? Dit maakt voor de onderzoekers niet uit; de hoofdvraag van het onderzoek is de feitelijke achtergrond. Vervolgens ontstaat er discussie over de essentie van het onderzoek. Gaat het over waar iemand feitelijk vandaan komt, of over hoe Nederlands iemand zich al dan niet voelt en met welke andere culturen hij/zij/hen zich identificeert? Qua meetbaarheid is vragen naar de feitelijke afkomst van bezoekers weliswaar makkelijker, maar gaat het eigenlijk niet

juist over herkenning? Jezelf herkennen in de cast, het verhaal, je thuis voelen in het theater enz. Voor veel gezelschappen is het juist interessant om de culturele identificatie van hun publiek te kennen. Bovendien vormt de manier waarop we mensen bevragen een fundamenteel onderdeel van het onderzoek, waar in eerdere stuurgroep meetings tijd en aandacht aan is besteed. De onderzoekers zijn het hier niet mee eens en herhalen dat het onderzoek gaat over hoeveel mensen met een migratieachtergrond er in de zaal zitten en niet waar mensen zich mee identificeren. Er wordt besloten om twee vragen te stellen, door de onderzoekers als volgt geformuleerd: wat *is* uw achtergrond, en met welke achtergrond *identificeert* u zich?

Verder lichten de onderzoekers toe dat 'Turkse of Marokkaanse achtergrond' als één optie wordt genoemd omdat het om vergelijkbare migraties gaat en het allebei moslimlanden betreft.

Indonesië ontbreekt als optie. Deze wordt toegevoegd.

Tot slot lichten de onderzoekers toe dat 'Afrikaanse' en 'Aziatische' achtergrond erg breed is, maar voor het onderzoek is het niet relevant om deze opties verder op te splitsen. Wel wordt "Afrikaanse achtergrond" veranderd in "Andere Afrikaanse achtergrond" en "Aziatische achtergrond" in "Andere Aziatische achtergrond".

Deze aanpassingen gelden ook voor Q26 "Heeft uw partner een migratieachtergrond?" en Q16 "Wat is de culturele achtergrond van deze vrienden?"

VII

Q23 Wie is/ wie zijn er gemigreerd?

☐ (een van) mijn grootouders (1)

☐ ~~(een van)~~ mijn ouders (2)

☒ mijn beide ouders (2)

☐ ikzelf (3)

☒ ~~dat wil ik niet zeggen (4)~~

De volgorde van de opties wordt omgedraaid: van "ikzelf" tot "(een van) mijn grootouders". De optie "Niet gemigreerd" wordt toegevoegd.

VIII

De vrienden van de bezoeker (zie bijlage 3 achteraan) / lengte van de vragenlijst

De vragen over de sociale omgeving van de bezoeker zijn interessant voor theatergezelschappen. Het sociale aspect van cultuurbezoek, bijvoorbeeld vriendengroepen die bepaalde voorstellingen bezoeken, is belangrijk voor marketingdoeleinden. De vraagstelling lijkt echter nogal uitgebreid, en de onderzoekers vragen zich af of de vragenlijst niet te lang is geworden. Het invullen van de volledige lijst duurt nu ruim een kwartier, en het geheim van een publieksonderzoek schuilt juist in een 'kort maar krachtig'-strategie. De onderzoekers bekijken nog of en hoe de vraagstelling over de vrienden van de bezoeker kan worden ingekort. Ze hebben liever veel respons op een beperkt aantal

vragen dan een beperkte respons omdat mensen afhaken vanwege de lengte van de lijst. Omdat gegeven antwoorden ook worden opgeslagen als mensen voortijdig stoppen met invullen, worden de belangrijkste vragen eerst gesteld.

IX

Slot

Virginie biedt aan om de vragenlijst te laten invullen door een paar mensen in haar netwerk met een bi-culturele achtergrond, zodat nog een keer getest kan worden op het taalgebruik en de lengte. Vanwege tijdgebrek en de noodzaak om nu knopen door te hakken, wordt hier niet op ingegaan.

Ineke past de vragenlijst aan en stuurt de leden van de stuurgroep nogmaals de link, zodat iedereen de lijst een laatste keer kan nalopen.

BIJLAGE 1: SELECTIE THEATERS VOOR STEEKPROEF

product	theat	Gezel	Gezelschap	Productie	theater	Plaatsnaam	Provincie
5401	4	54	Jakob Ahlboom Company	Knock-Out (reprise)	Amare	Den Haag	Zuid-Holland
3601	6	36	RAST	GRACE	Bijmerparktheater	Amsterdam	Noord-Holland
112	8	1	ITA Amsterdam	De uren (reprise)	Chassé Theater	Breda	Noord-Brabant
5202	8	52	De Warme Winkel	Lady Chatterley's Lover	Chassé Theater	Breda	Noord-Brabant
2501	11	25	Dood Paard	Twowomenshow	Corrosia Theater	Almere Haven	Flevoland
4902	11	49	WARD/waRD	Ohm (herneming)	Corrosia	Almere Haven	Flevoland
1701	14	17	TG Echo	ECHO	Cultuurpodium Groene Engel	Oss	Noord-Brabant
902	15	9	Het Zuidelijk Toneel	De vrouw die de honden eten gaf (herneming)	De Blauwe Kei	Veghel	Noord-Brabant
702	16	7	Toneelgroep Maastricht	Ik blijf bij je	De Bordenhal	Maastricht	Limburg
201	17	2	Het Nationale Theater	Happy days	De Goudse Schouwburg	Gouda	Zuid-Holland
402	17	4	Theater Utrecht	Quake	De Goudse Schouwburg	Gouda	Zuid-Holland
4701	19	47	Urban Myth	We hadden liefde, we hadden wapens	DE KOM	Nieuwegein	Utrecht
2502	21	25	Dood Paard	Vrouwen in Troje	De Lieve Vrouw	Amersfoort	Utrecht
3802	21	38	Rudolphi Producties	Show must go on	De Lieve Vrouw	Amersfoort	Utrecht
702	22	7	Toneelgroep Maastricht	Ik blijf bij je	De Maaspoort	Venlo	Limburg
902	22	9	Het Zuidelijk Toneel	De vrouw die de honden eten gaf (herneming)	De Maaspoort	Venlo	Limburg
502	30	5	Toneelgroep Oostpool	De Profundis - A Gay Love Letter	Deventer Schouwburg	Deventer	Overijssel
3602	30	36	RAST	EUS	Deventer Schouwburg	Deventer	Overijssel
3602	33	36	RAST	EUS	ECL	Roermond	Limburg
2201	35	22	Black Sheep Can Fly	Saman Amini's Integratie Plan	Energiehuis	Dordrecht	Zuid-Holland
803	36	8	Theater Rotterdam	Revolutionary Road (reprise)	Flint	Amersfoort	Utrecht
2001	37	20	Stichting Tijd van de Wolf	De week van magisch denken: The Gift	Frascati	Amsterdam	Noord-Holland
3701	37	37	Rose Stories	Happy in Holland	Frascati	Amsterdam	Noord-Holland
503	39	5	Toneelgroep Oostpool	De Wildernis Wende & Toneelgroep Oostpool	Gebr. de Nobel	Leiden	Zuid-Holland
903	40	9	Het Zuidelijk Toneel	Finding Willard	Grand Theatre	Groningen	Groningen
908	40	9	Het Zuidelijk Toneel	Shut up and play with me	Grand Theatre	Groningen	Groningen
3401	43	34	Mug met de Gouden Tand	The Making of Soros the Musical	Het Klooster	Woerden	Utrecht
910	45	9	Het Zuidelijk Toneel	Sartre & De Beauvoir (herneming)	Het Speelhuis	Helmond	Noord-Brabant
4601	45	46	Trouble Man	Citizen K	Theater Speelhuis	Helmond	Noord-Brabant
1501	47	15	New Dutch Connections	Future Citizens	Het Wilde Westen	Utrecht	Utrecht
502	48	5	Toneelgroep Oostpool	De Profundis - A Gay Love Letter	Huis Oostpool	Arnhem	Gelderland
504	48	5	Toneelgroep Oostpool	Detective Moncler	Huis Oostpool	Arnhem	Gelderland
108	50	1	ITA Amsterdam	De toverberg (reprise)	Internationaal Theater Amsterdam	Amsterdam	Noord-Holland
115	50	1	ITA Amsterdam	Kings of war (reprise)	Internationaal Theater Amsterdam	Amsterdam	Noord-Holland
206	54	2	Het Nationale Theater	Tijd zal ons leren	Koninklijke Schouwburg	Den Haag	Zuid-Holland
907	54	9	Het Zuidelijk Toneel	Mission Molière	Koninklijke Schouwburg	Den Haag	Zuid-Holland

4902	55	49	Ward/waRD	Ohm (herneming)	Korzo	Den Haag	Zuid-Holland
801	57	8	Theater Rotterdam	Not All Is Lost (werktitel)	Kunstmin	Dordrecht	Zuid-Holland
5101	60	51	YoungGangsters	The Poverty Peepshow	De Lindenberg	Nijmegen	Gelderland
909	61	9	Het Zuidelijk Toneel	De bastaard	LUX	Nijmegen	Gelderland
5505	61	55	Orkater	Yuki's Revenge	LUX	Nijmegen	Gelderland
5505	65	55	Orkater	Yuki's Revenge	Meervaart	Amsterdam	Noord-Holland
1101	66	11	Firma MES	De Onaantastbaren	MIMIK Deventer	Deventer	Overijssel
2201	66	22	Black Sheep Can Fly	Saman Amini's Integratie Plan	MIMIK Deventer	Deventer	Overijssel
503	68	5	Toneelgroep Oostpool	De Wildernis Wende & Toneelgroep Oostpool	Muziekgieterij	Maastricht	Limburg
504	69	5	Toneelgroep Oostpool	Detective Moncler	Natlab	Eindhoven	Noord-Brabant
904	69	9	Het Zuidelijk Toneel	Infinity Chan	Natlab	Eindhoven	Noord-Brabant
110	71	1	ITA Amsterdam	Gevechten en metamorfosen van een vrouw (reprise)	Parkstad Limburg Theaters (Heerlen)	Heerlen	Limburg
3801	71	38	Rudolphi Producties	Spuug van God	Parkstad Limburg Theaters (Heerlen)	Heerlen	Limburg
703	72	7	Toneelgroep Maastricht	De Kersentuin	Parkstad Limburg Theaters (Kerkrade)	Kerkrade	Limburg
204	73	2	Het Nationale Theater	Laagland	Parktheater Eindhoven	Eindhoven	Noord-Brabant
3801	73	38	Rudolphi Producties	Spuug van God	Parktheater Eindhoven	Eindhoven	Noord-Brabant
4201	76	42	t Barre Land	Leonce Lena Liebele	Perdu Amsterdam	Amsterdam	Noord-Holland
506	78	5	Toneelgroep Oostpool	De Bananengeneratie	Podium Hoge Woerd	Utrecht	Utrecht
5504	78	55	Orkater	Hier zit niemand op te wachten	Podium Hoge Woerd	Utrecht	Utrecht
904	79	9	Het Zuidelijk Toneel	Infinity Chan	Podium Mozaiek	Amsterdam	Noord-Holland
3601	79	36	RAST	GRACE	Podium Mozaiek	Amsterdam	Noord-Holland
301	80	3	Noord Nederlands Toneel	My First Tragedy: Iphigeneia	Posthuis Theater	Heerenveen	Friesland
201	84	2	Het Nationale Theater	Happy days	Schouwburg Amstelveen	Amstelveen	Noord-Holland
207	84	2	Het Nationale Theater	Coriolanus	Schouwburg Amstelveen	Amstelveen	Noord-Holland
207	85	2	Het Nationale Theater	Coriolanus	Schouwburg Concertzaal Tilburg	Tilburg	Noord-Brabant
3301	85	33	Matzer Theaterproducties	Je kunt me gerust een geheim vertellen	Schouwburg Concertzaal Tilburg	Tilburg	Noord-Brabant
302	87	3	Noord Nederlands Toneel	EXIT Macbeth	Schouwburg De Lawei	Drachten	Friesland
5501	87	55	Orkater	Het Verdriet van de Zuiderzee	De Lawei	Drachten	Friesland
505	89	5	Toneelgroep Oostpool	Laura H.	Schouwburg Hengelo	Hengelo	Overijssel
4402	89	44	Theatergroep Aluin	Twelfth Night	Schouwburg Hengelo	Hengelo	Overijssel
4701	91	47	Urban Myth	We hadden liefde, we hadden wapens	Schouwburg Kunstmin	Dordrecht	Zuid-Holland
5001	91	50	Wat We Doen	Angry Young Men	Schouwburg Kunstmin	Dordrecht	Zuid-Holland
506	93	5	Toneelgroep Oostpool	De Bananengeneratie	Schouwburg Odeon	Zwolle	Overijssel
802	93	8	Theater Rotterdam	Verdriet is het ding met veren (reprise)	Schouwburg Odeon	Zwolle	Overijssel
106	97	1	ITA Amsterdam	Hamlet en Ophelia	Schuur	Haarlem	Noord-Holland
906	97	9	Het Zuidelijk Toneel	A Masterpiece	Schuur	Haarlem	Noord-Holland
110	100	1	ITA Amsterdam	Gevechten en metamorfosen van een vrouw (reprise)	Stadsschouwburg De Harmonie	Leeuwarden	Friesland

402	101	4	Theater Utrecht	Quake		Stadsschouwburg Groningen	Groningen	Groningen
403	101	4	Theater Utrecht	Antropa		Stadsschouwburg Groningen	Groningen	Groningen
202	102	2	Het Nationale Theater	De eeuw van mijn moeder		Stadsschouwburg Haarlem	Haarlem	Noord-Holland
203	103	2	Het Nationale Theater	De jaren		Stadsschouwburg Nijmegen	Nijmegen	Gelderland
2101	103	21	WunderBaum	The Clowns Convention		Stadsschouwburg Nijmegen	Nijmegen	Gelderland
403	104	4	Theater Utrecht	Antropa		Stadsschouwburg Utrecht	Utrecht	Utrecht
3802	104	38	Rudolphi Producties	Show must go on		Stadsschouwburg Utrecht	Utrecht	Utrecht
907	106	9	Het Zuidelijk Toneel	Mission Molière		Stadstheater Arnhem	Arnhem	Gelderland
703	107	7	Toneelgroep Maastricht	De Kersentuin		Stadstheater Zoetermeer	Zoetermeer	Zuid-Holland
205	108	2	Het Nationale Theater	Every Brilliant Thing		TAQA Theater De Vest	Alkmaar	Noord-Holland
302	108	3	Noord Nederlands Toneel	EXIT Macbeth		TAQA Theater De Vest	Alkmaar	Noord-Holland
910	109	9	Het Zuidelijk Toneel	Sartre & De Beauvoir (herneming)		Theater aan de Parade	s-Hertogenbosch	Noord-Brabant
5001	109	50	Wat We Doen	Angry Young Men		Theater aan de Parade	s-Hertogenbosch	Noord-Brabant
301	110	3	Noord Nederlands Toneel	My First Tragedy: Iphigeneia		Theater aan de Rijn	Arnhem	Gelderland
3101	111	31	Toneelgroep Jan Vos	FORTUYN		Theater aan de Schie	Schiedam	Zuid-Holland
2701	112	27	George en Eran Producties	PRYOR		Theater aan het Spui	Den Haag	Zuid-Holland
5601	112	56	Theatergroep Suburbia	Into the night		Theater aan het Spui	Den Haag	Zuid-Holland
112	113	1	ITA Amsterdam	De uren (reprise)		Theater aan het Vrijthof	Maastricht	Limburg
5502	113	55	Orkater	De Gliphoeve		Theater aan het Vrijthof	Maastricht	Limburg
3702	114	37	Rose Stories	Grann'ma		Theater Bellevue	Amsterdam	Noord-Holland
5101	114	51	YoungGangsters	The Poverty Peepshow		Theater Bellevue	Amsterdam	Noord-Holland
3702	116	37	Rose Stories	Grann'ma		Theater Dakota	Den Haag	Zuid-Holland
4601	116	46	Trouble Man	Citizen K		Theater Dakota	Den Haag	Zuid-Holland
3301	122	33	Matzer Theaterproducties	Je kunt me gerust een geheim vertellen		Theater de Luifel	Heemstede	Noord-Holland
2101	123	21	WunderBaum	The Clowns Convention		Theater De Maagd	Bergen op Zoom	Noord-Brabant
3101	123	31	Toneelgroep Jan Vos	FORTUYN		Theater De Maagd	Bergen op Zoom	Noord-Brabant
1101	125	11	Firma MES	De Onaantastbaren		Theater De Nieuwe Vorst	Tilburg	Noord-Brabant
3001	125	30	ISM & Heit	All Inclusive (herneming)		Theater De Nieuwe Vorst	Tilburg	Noord-Brabant
701	128	7	Toneelgroep Maastricht	Schuld		Theater De Schalm	Veldhoven	Noord-Brabant
3302	128	33	Matzer Theaterproducties	Broos		Theater de Schalm	Veldhoven	Noord-Brabant
2502	132	25	Dood Paard	Vrouwen in Troje		Theater de Verbeelding	Purmerend	Noord-Holland
5504	132	55	Orkater	Hier zit niemand op te wachten		Theater de Verbeelding	Purmerend	Noord-Holland
4901	133	49	WArd/waRD	Joy Enjoy Joy		Theater de Veste	Delft	Zuid-Holland
5503	133	55	Orkater	Oronoko		Theater de Veste	Delft	Zuid-Holland
701	134	7	Toneelgroep Maastricht	Schuld		Theater Figi	Zeist	Utrecht
905	134	9	Het Zuidelijk Toneel	Kroon		Theater Figi	Zeist	Utrecht
901	137	9	Het Zuidelijk Toneel	BOG.2		Theater Ins Blau	Leiden	Zuid-Holland

905	137	9	Het Zuidelijk Toneel	Kroon		Theater Ins Blau	Leiden	Zuid-Holland
801	138	8	Theater Rotterdam	Not All Is Lost (werktitel)		Theater Junushoff	Wageningen	Gelderland
903	138	9	Het Zuidelijk Toneel	Finding Willard		De Junushoff	Wageningen	Gelderland
901	139	9	Het Zuidelijk Toneel	BOG.2		Theater Kikker	Utrecht	Utrecht
906	139	9	Het Zuidelijk Toneel	A Masterpiece		Theater Kikker	Utrecht	Utrecht
501	140	5	Toneelgroep Oostpool	Girls and Boys		Theater Lampegiet	Veenendaal	Utrecht
2301	141	23	BOG.	TWO.		Theater Rotterdam	Rotterdam	Zuid-Holland
5401	141	54	Jakob Ahlbom Company	Knock-Out (reprise)		Theater Rotterdam	Rotterdam	Zuid-Holland
4401	145	44	Theatergroep Aluin	Ik zeg toch sorry		Theater Zuidplein	Rotterdam	Zuid-Holland
1501	146	15	New Dutch Connections	Future Citizens		Theaterhuis De Berenkuil	Utrecht	Utrecht
2901	147	29	Het Nieuw Utrechts Toneel	De futuristen over God		TivoliVredenburg	Utrecht	Utrecht
803	149	8	Theater Rotterdam	Revolutionary Road (reprise)		TR William Boothlaan	Rotterdam	Zuid-Holland
505	150	5	Toneelgroep Oostpool	Laura H.		Verkadefabriek	s-Hertogenbosch	Noord-Brabant
3302	150	33	Matzer Theaterproducties	Broos		Verkadefabriek	s-Hertogenbosch	Noord-Brabant
2301	151	23	BOG.	TWO.		Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond	Amsterdam	Noord-Holland
2302	151	23	BOG.	Het Siitemuseum		Vrijhof Cultuur	Amsterdam	Noord-Holland
3803	152	38	Rudolphi Producties	Het Debuut		WestlandTheater de Naald	Enschede	Overijssel
2701	153	27	George en Eran Producties	PRYOR		Zaantheater	Naaldwijk	Zuid-Holland
3401	156	34	Mug met de Gouden Tand	The Making of Soros the Musical		Zaantheater	Zaandam	Noord-Holland
4401	156	44	Theatergroep Aluin	Ik zeg toch sorry		Zaantheater	Zaandam	Noord-Holland
2401	157	24	De Gemeenschap	Eurtime		Concordia	Enschede	Overijssel
5202	157	52	De Warme Winkel	Lady Chatterley's Lover		Concordia Kunst en Cultuur	Enschede	Overijssel
5502	159	55	Orkater	De Gliphoeve		De Harmonie	Leeuwarden	Friesland
205	163	2	Het Nationale Theater	Every Brilliant Thing		De Machinefabriek	Groningen	Groningen
3803	171	38	Rudolphi Producties	Het Debuut		HMT Spui	Den Haag	Zuid-Holland
4402	172	44	Theatergroep Aluin	Twelfth Night		Hof88	Almelo	Overijssel
501	177	5	Toneelgroep Oostpool	Girls and Boys		Theater Orpheus	Apeldoorn	Gelderland
3701	182	37	Rose Stories	Happy in Holland		SPOT	Groningen	Groningen
5503	182	55	Orkater	Oronoko		SPOT	Groningen	Groningen
2501	189	25	Dood Paard	Twowomenshow		Theater Walhalla	Rotterdam	Zuid-Holland
2401	190	24	De Gemeenschap	Eurtime		Theaterkerk Wadway	Spanbroek	Noord-Holland
3901	192	39	Schweigman&	Eros		Zwolsse Theaters	Zwolle	Overijssel
5601	193	56	Theatergroep Suburbia	Into the night		Theater de Koorbeurs	Franeke	Friesland

BIJLAGE 2: VOORLOPIGE STEEKPROEF 30 SEPTEMBER 2022 – provincie en stad

		provincie			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Flevoland	1	1.1	1.1	1.1
	Friesland	5	5.4	5.4	6.5
	Gelderland	8	8.6	8.6	15.1
	Groningen	4	4.3	4.3	19.4
	Limburg	7	7.5	7.5	26.9
	Noord-Brabant	12	12.9	12.9	39.8
	Noord-Holland	16	17.2	17.2	57.0
	Overijssel	8	8.6	8.6	65.6
	Utrecht	12	12.9	12.9	78.5
	Zuid-Holland	20	21.5	21.5	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

stad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alkmaar	1	1.1	1.1	1.1
	Almelo	1	1.1	1.1	2.2
	Almere Haven	1	1.1	1.1	3.2
	Amersfoort	2	2.2	2.2	5.4
	Amstelveen	1	1.1	1.1	6.5
	Amsterdam	8	8.6	8.6	15.1
	Apeldoorn	1	1.1	1.1	16.1
	Arnhem	3	3.2	3.2	19.4
	Bergen op Zoom	1	1.1	1.1	20.4
	Breda	1	1.1	1.1	21.5
	Delft	1	1.1	1.1	22.6
	Den Haag	6	6.5	6.5	29.0
	Deventer	2	2.2	2.2	31.2
	Dordrecht	3	3.2	3.2	34.4
	Drachten	1	1.1	1.1	35.5
	Eindhoven	2	2.2	2.2	37.6
	Enschede	2	2.2	2.2	39.8
	Franeke	1	1.1	1.1	40.9
	Gouda	1	1.1	1.1	41.9
	Groningen	4	4.3	4.3	46.2
	Haarlem	2	2.2	2.2	48.4
	Heemstede	1	1.1	1.1	49.5
	Heerenveen	1	1.1	1.1	50.5
	Heerlen	1	1.1	1.1	51.6
	Helmond	1	1.1	1.1	52.7
	Hengelo	1	1.1	1.1	53.8
	Kerkrade	1	1.1	1.1	54.8
	Leeuwarden	2	2.2	2.2	57.0
	Leiden	2	2.2	2.2	59.1
	Maastricht	3	3.2	3.2	62.4
	Naaldwijk	1	1.1	1.1	63.4
	Nieuwegein	1	1.1	1.1	64.5
	Nijmegen	3	3.2	3.2	67.7
	Oss	1	1.1	1.1	68.8
	Purmerend	1	1.1	1.1	69.9
	Roermond	1	1.1	1.1	71.0
	Rotterdam	4	4.3	4.3	75.3
	s-Hertogenbosch	2	2.2	2.2	77.4
	Schiedam	1	1.1	1.1	78.5
	Spanbroek	1	1.1	1.1	79.6
	Tilburg	2	2.2	2.2	81.7
	Utrecht	6	6.5	6.5	88.2
	Veenendaal	1	1.1	1.1	89.2
	Veghel	1	1.1	1.1	90.3
	Veldhoven	1	1.1	1.1	91.4
	Venlo	1	1.1	1.1	92.5
	Wageningen	1	1.1	1.1	93.5
	Woerden	1	1.1	1.1	94.6
	Zaandam	1	1.1	1.1	95.7
	Zeist	1	1.1	1.1	96.8
	Zoetermeer	1	1.1	1.1	97.8
	Zwolle	2	2.2	2.2	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Publieksonderzoek

Start of Block: Introductie

Q26 Beste bezoeker,

Hartelijk dank voor het openen van deze vragenlijst. Door het invullen hiervan helpt u ons (samenwerkende theatergezelschappen) ontdekken wie onze voorstellingen bezoeken, welke voorstellingen onze bezoekers het liefst zien, en hoe we onze bezoekers het best kunnen bereiken. Als u meer over dit onderzoek wil weten kunt u mailen met Jacomijne Prins (onderzoek@jacomijneprins.nl).

- Uitvoerders: Dr. Ineke Nagel (Vrije Universiteit) en Dr. Jacomijne Prins (~~Ponder-~~
~~Onderzoek en Advies Hogeschool Inholland~~)
- Opdrachtgever: George en Eran Producties
- Invultijd: 10 minuten
- Uw antwoorden worden anoniem en vertrouwelijk opgeslagen en verwerkt.

Ik heb bovenstaande informatie gelezen en ik geef toestemming voor de verwerking van mijn gegevens.

☐ Ja, ik geef toestemming (4)

End of Block: Introductie

Start of Block: Eerdere ervaringen met het bezoeken van toneel

Page Break

TOEVOEGEN: WAARDERING

Hoe beoordeelt u ...?	Erg slecht										Erg goed
<u>Het stuk als geheel</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>	
<u>Het verhaal de inhoud</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>	
<u>De uitvoering door de cast</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>	
<u>Deze locatie</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>	
<u>Nederlands toneel in het algemeen</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10</u>	

Migratieachtergrond moet eerder in de vragenlijst

Q2 Hoe vaak gaat u naar het theater?

... bijv. voor het bezoeken van een toneelvoorstelling, musical, cabaret, muziekvoorstelling, klassiek concert, opera etc.

- ☐ Tot nu toe nog nooit -geweest (5)
 - ☐ Minder dan 1 keer per jaar (4)
 - ☐ 1 of 2 keer per jaar (3)
 - ☐ Tussen 3 en 7 keer per jaar (2)
 - ☐ Ten minste 8 keer per jaar (1)
-

Q1 Wanneer heeft u voor het laatst een theater bezocht?

... bijv. voor het bezoeken van een toneelvoorstelling, musical, cabaret, muziekvoorstelling, klassiek concert, opera etc.

- ☐ Nog nooit – dit is de eerste keer (1)
- ☐ Langer dan 5 jaar geleden (2)
- ☐ Tussen 1 en 5 jaar geleden (3)
- ☐ Tussen 6 en 12 maanden geleden (4)
- ☐ Tussen 3 en 6 maanden geleden (5)
- ☐ Tussen 1 en 3 maanden geleden (6)
- ☐ In de afgelopen maand (7)

Page Break

Q3 Op welke leeftijd bezocht u voor het eerst een theater?

- ☐ Vóór mijn 12e jaar (1)
- ☐ Tussen 12 en 18 jaar (2)
- ☐ Tussen 18 en 25 jaar (3)
- ☐ Na mijn 25ste jaar (4)

Page Break

Q4 Bezochten uw ouders/verzorgers het theater?

... toen u ongeveer 8-13 jaar oud was

... bijv. voor het bezoeken van een toneelvoorstelling, musical, cabaret, muziekvoorstelling, klassiek concert, opera etc.

	Nooit (1)	Minder dan 1 keer per jaar (2)	Ten minste jaarlijks (3)
Theaterbezoek ouders (1)	O	O	O

End of Block: Eerdere ervaringen met het bezoeken van toneel

Start of Block: Waarom gaat u naar het theater?

Q17 Kloppen de volgende uitspraken voor u?

	klopt helemaal niet (1)	klopt niet helemaal (2)	klopt tamelijk goed (3)	klopt helemaal (4)
Ik voel mij thuis in het theater (1 <u>S</u>)	0	0	0	0
Ik vind het fijn om in het theater mensen tegen te komen die op mij lijken (5 <u>S</u>)	0	0	0	0
Ik vind het prettig om mezelf in een theatervoorstelling te kunnen herkennen (6 <u>H</u>)	0	0	0	0
Ik vind het fijn als een voorstelling een duidelijk verhaal heeft (7 <u>?</u>)	0	0	0	0
Ik hou van complexe voorstellingen <u>waar je over na</u> <u>moet denken</u> (8 <u>C</u>)	0	0	0	0
Ik vind het belangrijk om te kunnen lachen om een voorstelling (9 <u>C?</u>)	0	0	0	0
Ik kom naar het theater voor een nieuwe ervaring (10 <u>?</u>)	0	0	0	0
Ik kom naar het theater om aan het denken gezet te worden (11 <u>C</u>)	0	0	0	0
Ik wil in het theater iets leren over voor mij onbekende leefwerelden (13 <u>H</u>)	0	0	0	0

Ik ga naar het
theater om
anderen
ontmoeten die dit
soort activiteiten
ook leuk vinden
(14)

0

0

0

0

Page Break

Q18 Wat was belangrijk bij uw keuze voor deze voorstelling vandaag?

	helemaal niet belangrijk (1)	een beetje belangrijk (2)	tamelijk belangrijk (3)	zeer belangrijk (4)	niet van toepassing (6)
De bereikbaarheid van dit theater (1)	☐	☐	☐	☐	☐
De kosten van deze voorstelling <i>van het kaartje</i> (4)	☐	☐	☐	☐	☐
De totale kosten van deze avond <i>incl. drankje, eten, vervoer, parkeren</i> (5)	☐	☐	☐	☐	☐
Het onderwerp van deze voorstelling (6)	☐	☐	☐	☐	☐
Hoe ik het kon organiseren met werk, gezin (7)	☐	☐	☐	☐	☐
Of mijn vrienden of partner ook wilde(n) gaan (8)	☐	☐	☐	☐	☐
Ik voel me thuis in dit theater (10)	☐	☐	☐	☐	☐
Het randprogramma <i>bijv. inleiding over de voorstelling, tentoonstelling, drankje, eten, nagesprek</i> (12)	☐	☐	☐	☐	☐
Een kortingsactie, aanbieding (13)	☐	☐	☐	☐	☐
Uitgaansmogelijkheden rondom dit theater (14)	☐	☐	☐	☐	☐

Page Break

Q19 Hoe wist u van deze voorstelling?

- ☐ Door aandacht en reacties op sociale media van het theater *Instagram, Tiktok, Facebook* (1)
- ☐ Door aandacht en reacties op sociale media van het theatergezelschap, acteurs *Instagram, Tiktok, Facebook* (3)
- ☐ Via een mailing, nieuwsbrief van het theater *wel of niet als onderdeel van een abonnement* (5)
- ☐ Van familie, vrienden of partner (6)
- ☐ Van school (13)
- ☐ Van collega's (7)
- ☐ Van een poster of flyer (8)
- ☐ Van kerk, vereniging, lokale gemeenschap (12)
- ☐ Door bezoek van de internet pagina van het theater of theatergezelschap (9)
- ☐ Door een artikel of recensie in de krant (10)
- ☐ Via radio of televisie (11)

Page Break

Q22 Met wie bezoek je deze voorstelling?

... meer antwoorden mogelijk

- ☐ met mijn partner (1)
- ☐ met een vriend(in) (2)
- ☐ met vrienden (3)
- ☐ met familie (5)
- ☐ met collega's, met school (6)
- ☐ alleen (4)

End of Block: Waarom gaat u naar het theater?

Start of Block: AchtergrondAchtergrond

Q6 Wat is uw hoogst behaalde opleiding?

- ☐ Geen opleiding afgemaakt (1)
 - ☐ Basisschool / lagere school (2)
 - ☐ Lager beroepsonderwijs - vmbo-b (3)
 - ☐ Mavo, vmbo-t (4)
 - ☐ Middelbaar beroepsonderwijs - mbo (5)
 - ☐ Havo (6)
 - ☐ Vwo, gymnasium (7)
 - ☐ Hoger beroepsonderwijs (8)
 - ☐ Universiteit (9)
-

Q9 Welke van de beroepen hieronder past het beste bij uw huidige werksituatie? Een beroep zoals ...

... Indien u geen werk (meer) heeft, beantwoordt u deze vraag dan voor de laatste betaalde baan

... Indien uw beroep er niet bij staat, kiest u voor het beroep dat het beste aansluit op uw huidige werksituatie

- ☐ architect, arts, wetenschappelijk medewerker, docent vwo-hbo, ingenieur (1)
- ☐ manager, directeur, eigenaar groot bedrijf, leidinggevende ambtenaar (2)
- ☐ leerkracht, kunstenaar, verpleegkundige, sociaal werker, beleidsfunctionaris (3)
- ☐ hoofdvertegenwoordiger, afdelingsmanager, winkelier (4)
- ☐ administratief medewerker, boekhouder, verkoper, gezinsverzorgster (5)
- ☐ automonteur, ploegbaas, elektricien (6)
- ☐ chauffeur, fabrieksarbeider, timmerman, bakker (7)
- ☐ schoonmaker, inpakker (8)
- ☐ landarbeider, zelfstandig agrariër (9)
- ☐ ik heb mijn opleiding nog niet afgerond (10)

Page Break

Q8 Hou oud bent u?

- ☐ 10 - 19 jaar (9)
- ☐ 20 - 29 jaar (8)
- ☐ 30 - 39 jaar (7)
- ☐ 40 - 49 jaar (6)
- ☐ 50 - 59 jaar (5)
- ☐ 60 - 69 jaar (4)
- ☐ 70 - 79 jaar (3)
- ☐ ouder dan 80 jaar (1)

Page Break

Q8 U bent ...?

☐ Man (1)

☐ Vrouw (2)

☐ Andere identificatie (3)

Page Break

Q12 ~~Hebt u een~~ Welke migratieachtergrond heeft u??

- ☐ Nee, ik heb geen migratieachtergrond (1)
 - ☐ Ja, Turkse of Marokkaanse achtergrond (2)
 - ☐ Ja, Surinaamse of Antilliaanse achtergrond (4)
 - ☐ Ja, Syrische, Irakese of Afghaanse achtergrond (6)
 - ☐ Ja, Europese achtergrond (9)
 - ☐ Ja, Noord-Amerikaanse achtergrond (10)
 - ☐ Ja, Latijns-Amerikaanse achtergrond (11)
 - ☐ Ja, Afrikaanse achtergrond (7)
 - ☐ Ja, Aziatische achtergrond (14)
 - ☐ Ja, overige achtergrond nl., (12)
-

Page Break

Q23 Wie is/ wie zijn er gemigreerd?

☐ (een van) mijn grootouders (1)

☐ ~~(een van)~~ mijn ouders (2)

☒ mijn beide ouders (2)

☐ ikzelf (3)

☒ ~~dat wil ik niet zeggen (4)~~

End of Block: AchtergrondAchtergrond

Start of Block: Sociale omgeving

Q15 Graag willen we een beeld krijgen van uw sociale omgeving. In de eerste plaats degene met wie u een (liefdes)relatie heeft. Via de onderstaande vraag wordt u doorgestuurd als dat niet het geval is.

☐ ik heb **geen partner** met wie ik een liefdesrelatie heb (1)

☐ ik heb **een partner** met wie ik een liefdesrelatie heb (2)

Page Break

Q10 Wat is het behaalde opleidingsniveau van uw partner?
... naar uw inschatting

- ☐ Basisschool, lager beroepsonderwijs (1)
- ☐ Middelbaar beroepsonderwijs, mavo, havo, vwo (2)
- ☐ Hoger beroepsonderwijs (3)
- ☐ Universiteit (4)

Page Break

Q26 Heeft uw partner een migratieachtergrond?

- ☐ Nee (1)
 - ☐ Ja, Turkse of Marokkaanse achtergrond (2)
 - ☐ Ja, Surinaamse of Antilliaanse achtergrond (4)
 - ☐ Ja, Syrische, Irakese of Afghaanse achtergrond (6)
 - ☐ Ja, Europese achtergrond (9)
 - ☐ Ja, Noord-Amerikaanse achtergrond (10)
 - ☐ Ja, Latijns-Amerikaanse achtergrond (11)
 - ☐ Ja, Afrikaanse achtergrond (7)
 - ☐ Ja, Aziatische achtergrond (14)
 - ☐ Ja, overige achtergrond nl., (12)
-

Q23 Graag willen we iets meer weten over uw bredere sociale omgeving. Neemt u daarom twee goede vrienden in gedachten.

... met wie u wel eens belangrijke dingen bespreekt

Page Break

Q13 Hoe vaak bezoeken deze twee vrienden het theater?

... het gaat om een globale inschatting

	Nooit (1)	Minder dan 1 keer per jaar (2)	Ten minste jaarlijks (3)
Vriend 1 (1)	0	0	0
Vriend 2 (2)	0	0	0

Page Break

Q14 Wat is het hoogst behaalde opleidingsniveau van deze vrienden?
... of als ze nog dagonderwijs volgen, hun huidige opleidingsniveau
... naar uw inschatting

	Basisschool, lager beroepsonderwijs/ praktijkschool (1)	Middelbaar beroepsonderwijs, mavo, havo, vwo (3)	Hoger beroepsonderwijs (4)	Universiteit (5)
Vriend 1 (1)	0	0	0	0
Vriend 2 (2)	0	0	0	0

Page Break

Q16 Wat is de culturele achtergrond van deze vrienden?

... naast de Nederlandse

... kies bij meerdere achtergronden die waarmee zij zich het meest identificeren

	Vriend 1 (1)	Vriend 2 (2)

Nederlands (1)	0	0
Turks (2)	0	0
Marokkaans (3)	0	0
Surinaams (4)	0	0
Antilliaans (5)	0	0
Pools (12)	0	0
Syrisch (13)	0	0
Afghaans (14)	0	0
Indonesisch (6)	0	0
Noord-Amerikaans (9)	0	0
Latijns-Amerikaans (10)	0	0
Andere Europese achtergrond (7)	0	0
Andere Aziatische achtergrond (8)	0	0
Andere Afrikaanse achtergrond (15)	0	0
Anders, nl. (11)	0	0

End of Block: Sociale omgeving

Wetenschappelijk publieksonderzoek George & Eran en Partners

Stuurgroep 24 mei 2023

Aanwezig: Sophie Logothetis (moderator), Iris Vaessen (projectleider), Dionne Pierik, Jacomijne Prins, Ineke Nagel, Paulette Smit, Abdel Daoudi, George Tobal, Jacqueline Schoemaker (verslag).

Agenda:

1. Update betrokkenheid theaters
2. Update pilot in termen van respons
3. Plan voor onderzoek seizoen 2023-2024
4. Afronding pilot en rapportage

Bijlagen: Presentatie resultaten pilot

Achtergrond [aanvulling in verslag door JS]

In plaats van fase twee van het onderzoek te starten zoals gepland, werd in december 2022 een pilot uitgevoerd. Aan het begin van seizoen 2022-2023 bleek dat veel voorstellingen werden geannuleerd vanwege de lage publieksopkomst na de coronapandemie, personeelstekorten en torenhoge energiekosten. Als het onderzoek in 2022-2023 zou worden uitgevoerd zoals gepland, zouden er geen representatieve resultaten verkregen zijn. Daarom werd in december een pilotversie gehouden onder negen voorstellingen waarvoor de publieksopkomst goed tot hoog bleek te zijn. Deze voorstellingen waren gemêleerd qua thematiek en diversiteit van de cast, en ze speelden in december 2022 in heel het land.

Het doel van de pilot was om de opzet van het onderzoek en de werkmethode te testen in de praktijk. De onderzoekers testten bijvoorbeeld het werken met studenten die de vragenlijst toelichtten in de foyer na de voorstelling, het uitdelen van kaartjes met een QR-code waarmee theaterbezoekers naar de vragenlijst konden gaan, en de reacties van de bezoekers die de lijst invulden of niet invulden. Het ging bij de pilot dus niet direct om de resultaten maar om het verdiepen van de methode in afwachting van een meer representatieve periode om het onderzoek op grotere schaal uit te voeren.

Update betrokkenheid theaters

Veel theaters bleken terughoudend in hun deelname aan de pilot. Het kostte de projectleider veel meer tijd dan gepland om de theaters te benaderen en na te mailen en bellen. ITA (de schouwburg) ging expliciet niet akkoord met deelname aan het onderzoek. Een paar theaters, zoals De Goudse Schouwburg, verleenden wel enthousiast hun medewerking en activeerden zelf hun publiek, wat de respons van de bezoekers duidelijk ten goede kwam. Ook de gezelschappen waren in het algemeen bereid om mee te werken. De onderzoekers vermoeden dat de lage respons van de bezoekers (zie verderop) te maken had met de stoeve samenwerking met de theaters en een te lage zichtbaarheid van het onderzoek in het veld.

Waarom waren de theaters zo terughoudend?

Hier valt geen duidelijk antwoord op te geven. Het delen van publieksgegevens ligt gevoelig bij theaters vanwege de privacy van de toeschouwers (ook al is het onderzoek volledig legaal).

Hoe verkrijgen we meer medewerking van de theaters?

Het gaat hierbij niet alleen om toestemming om kaartjes met een QR-code uit te delen na de voorstelling maar ook om de vraag of het theater bereid is om achter het onderzoek te gaan staan en dit uit te dragen in het veld en naar het publiek toe. Hoewel het namailen en -bellen van de theaters uiteindelijk een wat hogere respons opleverde, vindt de onderzoeksgroep dat betrokkenheid vanuit de theaters zelf onmisbaar is voor het genereren van genoeg respons bij de bezoekers. Zonder deze betrokkenheid zullen de onderzoeksresultaten niet genoeg opleveren om onderbouwde uitspraken te kunnen doen. De onderzoekers denken aan informatie over het onderzoek via de nieuwsbrief van de theaters, de programmeur die op het podium na afloop van de voorstelling de aandacht nog even vestigt op het onderzoek, een banner in de foyer e.d.

Verder zou aansluiting bij netwerkdagen van bijvoorbeeld de VSCD, de NAPK en het Vlakke Vloer Platform kunnen helpen om het onderzoek meer zichtbaarheid te geven. De onderzoekers en projectleider hebben inmiddels een brief opgesteld aan deze organisaties om te verspreiden onder hun leden. Ook tijdens de verkoopdagen die verschillende impresariaten organiseren voor programmeurs zou een presentatie over het onderzoek kunnen worden gegeven.

Een ander idee is om zelf de theaters gericht aan te spreken om hun betrokkenheid te vergroten. Een nadeel van het benaderen van brancheverenigingen is dat alles zou afhangen van hun medewerking. Verder is het ook aan ons als leden van de stuurgroep om informatie over het onderzoek te verspreiden waar zinvol.

Update pilot in termen van respons (zie bijlage)

Bij de resultaten van de pilot plaatsen de onderzoekers de kanttekening dat het hier niet om representatieve onderzoeksresultaten gaat. De pilot was daar niet op ingericht. Bovendien was de respons van de bezoekers te laag om representatief te zijn.

De responspercentages zijn de percentages van het uitgedeelde aantal kaartjes met QR-codes en, in Stadsschouwburg Utrecht en Schouwburg Amstelveen, de percentages van de uitgedeelde schriftelijke vragenlijsten. De respons bij de schriftelijke vragenlijsten was merkbaar hoger dan bij de kaartjes met QR-code. Verder leverde een namailing een hogere respons op, en zoals eerder besproken ook de betrokkenheid van De Goudse Schouwburg. Het schriftelijk aanbieden van de vragenlijst werkte het beste: er kon precies bijgehouden worden hoeveel vragenlijsten er werden uitgedeeld en ingevuld (bij de kaartjes maakten bezoekers die als koppel naar het theater kwamen soms gebruik van dezelfde QR-code, wat de responspercentages vertroebelde). De onderzoekers merkten dat bezoekers weinig gebruik maakten van de QR-code als er schriftelijke vragenlijsten beschikbaar waren. Ook het achteraf invullen van de schriftelijke vragenlijst en terugsturen met antwoordenvolp werkte prima.

De gegevens die zijn meegenomen in de andere metingen in de pilot (opleiding, beroepsstatus, migratieachtergrond en waardering) bevatten alleen nog de antwoorden die bezoekers online gaven. De resultaten uit de schriftelijke vragenlijsten ontbreken nog. Het valt erg op dat het opleidingsniveau van de bezoekers een grote rol speelt. Dit bevestigt wat de onderzoekers al wisten: opleidingsniveau is de meest bepalende factor voor cultuurbezoek. Beroepsstatus speelt een iets kleinere rol, maar is eveneens een belangrijke onderscheidende factor, en dat is terug te zien in de resultaten van de pilot. 16,2% van de bezoekers zijn mensen met een migratieachtergrond. Dit lijkt een positief resultaat. Van alle mensen die de vragenlijst online invulden, gaf 50% een waardering van 5 (het hoogste cijfer) op alle kenmerken van de voorstelling en het theater. De ervaring werd dus hoog gewaardeerd.

Plan voor onderzoek 2023-2024

Theaters als uitgangspunt in plaats van gezelschappen?

Oorspronkelijk waren de in de BIS en door het FPK structureel gesubsidieerde gezelschappen in de categorie theater (ongeveer 45 in totaal) het vertrekpunt voor het onderzoek. De theaters waar de voorstellingen van deze gezelschappen speelden, werden steekproefsgewijs geselecteerd. Het idee ontstaat om dit om te draaien en om in het verdere onderzoek de theaters als uitgangspunt te nemen. Door eerst betrokkenheid van theaters te krijgen, wordt de kans op een goede respons van bezoekers hoger. Dit zou een grondige aanpassing van het onderzoeksdesign vergen, maar dat is niet onmogelijk. Wel blijft het zaak om het hele theaterveld mee te nemen in het onderzoek en niet een selectie van alleen welwillende theaters te maken. Een ander mogelijk nadeel van deze methode is dat sommige theaters hele duidelijke keuzes maken in hun programmering (alleen 'veilig' of volgens een heel specifieke signatuur), zodat veel producties daar niet aan bod komen. Om toeval te elimineren en wetenschappelijke uitspraken te kunnen doen over de theaters zou het bovendien nodig zijn om een groot aantal theaters mee te nemen in het onderzoek (50 tot 100). Verder zou er rekening moeten worden gehouden met de geografische ligging: in de grote steden wonen meer mensen met een migratieachtergrond, studentensteden hebben meer hoger opgeleiden onder de bewoners enz. Om deze individuele verschillen te 'corrigeren' zijn grote aantallen theaters nodig.

Oorspronkelijk zouden van 100 producties telkens twee speelbeurten worden getest in twee verschillende theaters. Het idee wordt geopperd om in plaats daarvan 50 producties te testen in vier verschillende speelplekken. Voor de onderzoekers is dit een mogelijkheid, maar de focus hangt af van waar de meeste interesse naar uitgaat: als we vooral het effect van de producties op het publiek willen meten, zijn zoveel mogelijk producties nodig. Als we vooral het effect van de theaters willen meten, moeten zoveel mogelijk theaters meegenomen worden.

Grote steden versus locatie-gebonden theater

Een ander idee, voorgesteld door de onderzoekers, is om alleen theaters in de grote steden op te nemen in het onderzoek, zodat de selectie qua omgeving van het theater min of meer gelijk blijft, en er meer aandacht kan gaan naar het effect van de voorstelling. Een nadeel van deze benadering is dat lokaal-gebonden locatietheater, een nieuwe trend die momenteel opkomt buiten de Randstad, dan buiten beeld blijft. Deze voorstellingen hebben een grote aantrekkingskracht op de lokale bevolking, naar verwachting ook op mensen die lager opgeleid zijn en die normaal niet naar het theater gaan. Ze worden gemaakt door lokale theatermakers en behandelen thema's die relevant zijn voor de specifieke plek waar ze gemaakt worden. De toeschouwers herkennen hún verhaal, worden soms betrokken bij de ontwikkeling van de voorstelling en zijn gebonden aan de plek.

Gezelschappen: bubbel behouden of selectie verbreden?

Bovengenoemde locatievoorstellingen worden echter meestal niet gemaakt door structureel gesubsidieerde gezelschappen, die geselecteerd zijn voor het onderzoek. Een discussie ontstaat over het al dan niet verbreden van de selectie, en om naast structureel gesubsidieerde gezelschappen ook gezelschappen op te nemen die met projectsubsidie werken. Deze laatste maken vaak gewaagder werk en zijn vanwege hun wendbaarheid wellicht in staat om nieuwe publieksgroepen te bereiken. Een onderverdeling zou kunnen zijn: 1/3 BIS-gezelschappen, 1/3 door het FPK structureel gesubsidieerde gezelschappen en 1/3 gezelschappen met projectsubsidie. Op die manier zou een breder spectrum van producties kunnen worden onderzocht. De groep besluit opnieuw dat commerciële producties beter niet worden opgenomen in het onderzoek omdat deze zich in een ander (financieel) speelveld bevinden en dit een vertekend beeld zou kunnen opleveren.

Verschillende mensen in de groep hebben het gevoel dat het onderzoek met de selectie van gezelschappen die nu is gemaakt niet tot verrassende resultaten zal leiden. Als we alleen binnen onze

bubbel onderzoeken, krijgen we dan niet alleen bevestiging van wat we al weten? Het is bekend dat vooral hoogopgeleiden naar het theater gaan en dat daar steeds meer mensen met een migratieachtergrond bij zijn. Maar hoe zit het met laag opgeleiden, mensen met een laag inkomen en van lagere sociale klassen? Waarom voelen zij zich niet thuis in het theater? We willen juist weten wie er *niet* naar het theater komt. De onderzoekers benadrukken dat het onderzoek daar juist inzicht in geeft: met welk soort theater bereik je welke publieksgroep. Ook de invloed van local outreach, sociale mediakanalen, korting op toegangskaartjes e.d. worden daarbij onderzocht om inzicht te krijgen in precies die vraag.

De onderzoekers verwijzen naar de oorspronkelijke onderzoeksvraag en de reden voor het onderzoek, die in eerdere bijeenkomsten werden besproken: theaters bedienen een te klein en te homogeen publiek. Hoe kunnen die aantallen worden uitgebreid, zowel kwantitatief als qua diversiteit? Als we het onderzoeksveld nu gaan vergroten, verliezen we zicht op de bubbel die we juist wilden onderzoeken. Dit onderzoek is vernieuwend. In artikelen van collega-onderzoekers is te lezen dat het veld en de publiekssamenstelling verandert, maar er zijn nog geen cijfers om dit te onderbouwen. Het onderzoek kan volgens de onderzoekers ook bijdragen aan vernieuwing binnen de theorie. Wetenschappers gaan nog steeds uit van oude theorieën over cultureel en economisch kapitaal (zoals die van Bourdieu), maar het is niet bekend of die theorieën nog steeds gelden. Het onderzoeken van de bubbel die we hebben geselecteerd kan tot nieuwe inzichten leiden.

Experts: wie bepaalt wat kwaliteit is?

In het onderzoek worden bepaalde kenmerken aan de voorstellingen meegegeven, zoals het thema (vb. gerelateerd aan migratie), de complexiteit en het prestige. Deze kenmerken worden vervolgens gerelateerd aan de kenmerken van de bezoekers (opleiding, beroepsstatus, migratieachtergrond enz.). De verwachting is dat hier een verband tussen is. Om de complexiteit en het prestige van de voorstellingen vast te stellen, deden de onderzoekers een beroep op externe experts, die van tevoren een inhoudelijk oordeel gaven. Dit aspect van het onderzoek werd nog niet eerder besproken in de stuurgroep en roept vragen op. Wat is de functie van deze prebeoordelingen? Is het wenselijk om de subjectieve blik van experts te hanteren bij het van tevoren vaststellen van de kwaliteit (complexiteit) van voorstellingen? De onderzoekers beargumenteren dat experts het bijna altijd met elkaar eens zijn over de complexiteit en het prestige van voorstellingen en dat expert beoordeling gangbaar is in onderzoek naar cultuurbezoek. Een andere manier om voorstellingen te beoordelen is via het bijhouden van recensies in de kranten (in dit laatste geval gaat het om voorstellingen die door critici al zijn gezien).

Afronding pilot en rapportage

Het lijkt niet zinvol om de resultaten van de pilot te rapporteren als onderzoeksresultaten. Vanwege de lage respons zijn er nog geen conclusies te trekken. Wel is enige evaluatie voor onszelf en terugkoppeling naar Fonds 21 nodig. Die evaluatie en terugkoppeling zullen gaan over de vragen die in de pilot aan bod kwamen, zoals het testen van de werkwijze e.d. Verder zal het rapport gaan over de mogelijke oorzaken van de lage respons en de verschillen in respons van het publiek. Fonds 21 is op de hoogte van de pilot en de manier waarop het verloop van het onderzoek afwijkt van het oorspronkelijke plan.

Acties

De onderzoekers denken na over aanpassingen in het onderzoeksdesign: al dan niet uitgaan van theaters in plaats van gezelschappen, al dan niet de selectie van gezelschappen uitbreiden.

In de komende weken onderzoekt de projectleider of het realistisch is om voor aanvang van volgend seizoen een selectie van (een groot aantal) theaters te maken en deze te benaderen. Verder zullen ook de producties van komend seizoen worden geïnventariseerd.

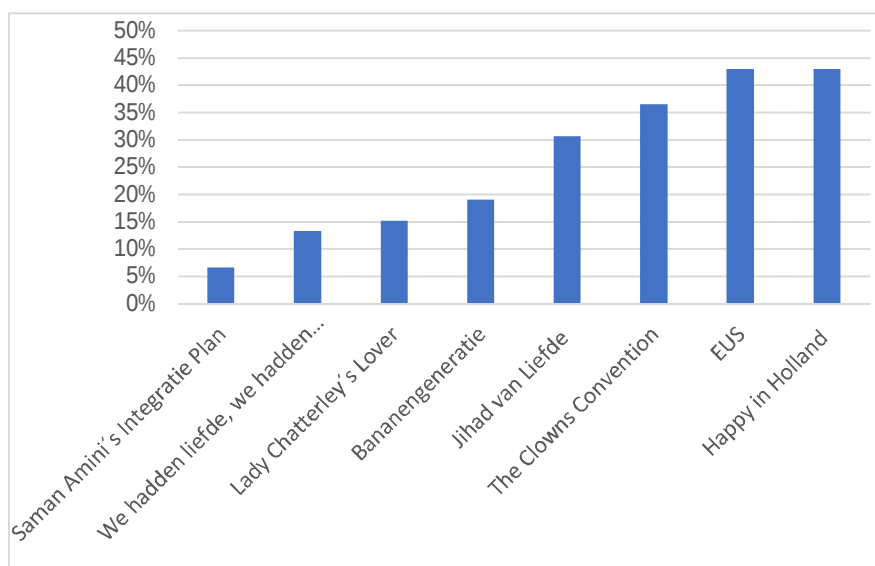
Op 19 juni gaat bij de VSCD een training van start over leiderschap en publieksopbouw. De projectleider zal contact opnemen om te kijken of daar ruimte is voor een korte presentatie over het onderzoek.

Voor de zomervakantie wordt een volgende stuurgroep meeting georganiseerd om verder te spreken over de wenselijkheid van het werken met externe experts voor het beoordelen van de complexiteit en het prestige van voorstellingen. In deze meeting zullen de onderzoekers de analyses die ze tot nu toe hebben gedaan op basis van expert beoordelingen presenteren.

BIJLAGE: PRESENTATIE RESULTATEN PILOT

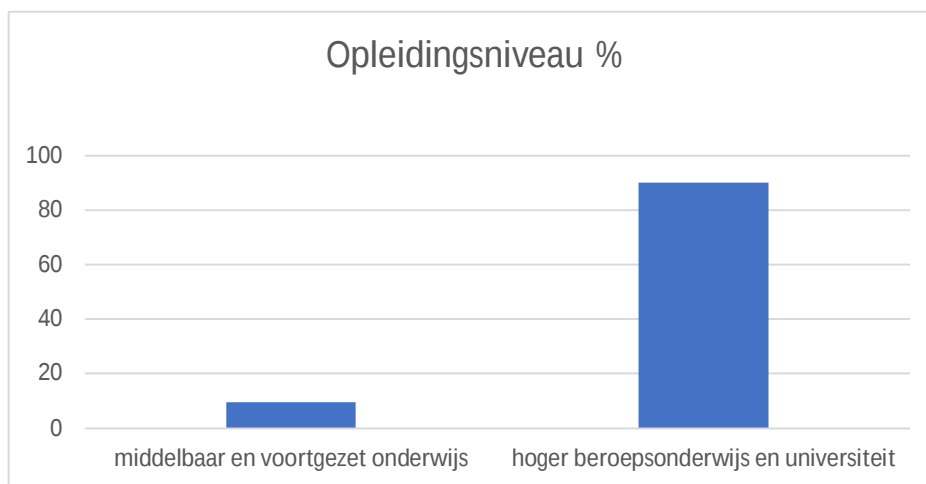
Respons

Voorstelling	Gezelschap	Theater	Respons
Saman Amini's Integratie Plan	Black Sheep Can Fly	ITA	7%
We hadden liefde, we hadden wapens	Urban Myth	De Kleine Komedie	13%
Lady Chatterley's Lover	De Warme Winkel	Theater Rotterdam	15%
Bananengeneratie	Toneelgroep Oostpool	De Schuur	19%
Jihad van Liefde	Meervaart / AAO / G & E	ITA	31%
The Clowns Convention	Wunderbaum	De Goudse Schouwburg	36%
EUS	Theater Rast	Stadsschouwburg Utrecht (schriftelijk)	43% schriftelijk
Happy in Holland	ROSE stories / Bellevue / Via Rudolphi	Schouwburg Amstelveen (schriftelijk)	43% schriftelijk



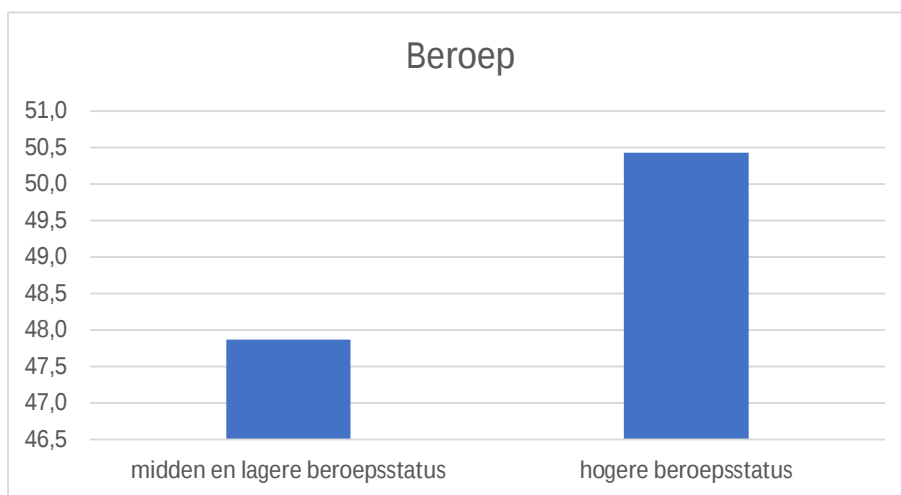
Opleiding

middelbaar en voortgezet onderwijs	9,4
hoger beroepsonderwijs en universiteit	90,2



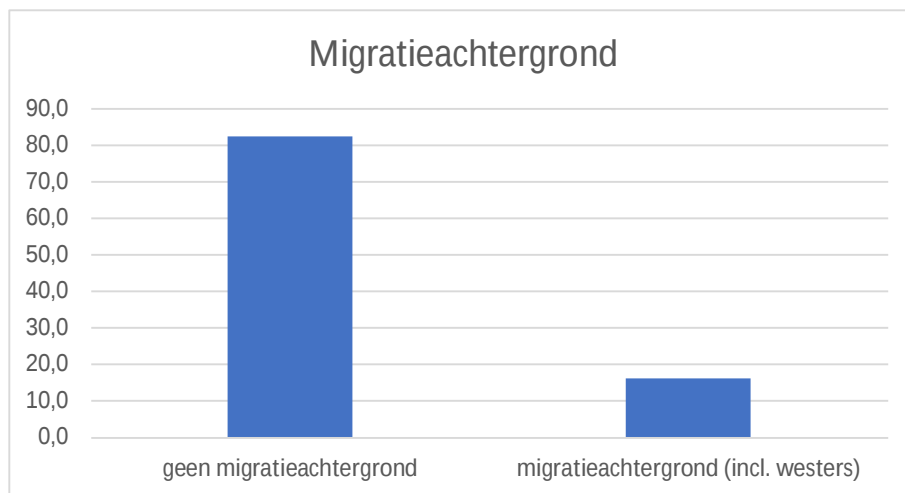
Beroep

midden en lagere beroepsstatus	47,9
hogere beroepsstatus	50,4



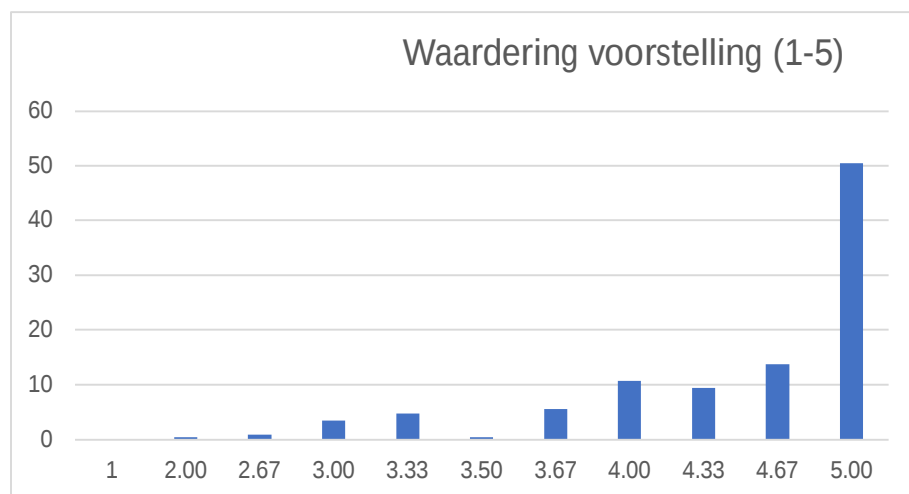
Migratieachtergrond

geen migratieachtergrond	82,5
migratieachtergrond (incl. westers)	16,2



Waardering

1	0
2.00	0,4
2.67	0,9
3.00	3,4
3.33	4,7
3.50	0,4
3.67	5,6
4.00	10,7
4.33	9,4
4.67	13,7
5.00	50,4



Wetenschappelijk publieksonderzoek George & Eran en Partners

Stuurgroep 22 november 2023

Aanwezig: Iris Vaessen (moderator), Dionne Pierik, Jacomijne Prins, Ineke Nagel, Paulette Smit, Marlies Oele (NAPK), Virginie Bakker, Jacqueline Schoemaker (verslag).

Agenda:

1. Update onderzoek
2. Verantwoording bij Fonds21
3. Huidige steekproef
4. Beoordeling door experts

Bijlagen: Presentatie resultaten afgeronde pilot

Resultaten pilot

Tijdens de pilot is informatie verzameld van toeschouwers voor acht verschillende voorstellingen. De bezoekers vulden vragenlijsten in (bijlage slide 6). In eerste instantie hadden zij alleen de mogelijkheid om de vragenlijst online in te vullen. Later voegde het onderzoeksteam de mogelijkheid toe om de vragenlijst schriftelijk in te vullen, wat de respons van de bezoekers duidelijk verhoogde.

Een subvraag in het onderzoek is of het aantal theoretisch opgeleiden in de zaal verschilt per voorstelling, en zo ja, welke voorstellingskenmerken dit verschil veroorzaken. In de pilot is weinig variatie te zien in het aantal theoretisch opgeleiden bij de verschillende voorstellingen (bijlage slide 7). Dit aantal is overal boven de 80% en fluctueert weinig. De twee voorstellingen in ITA laten het hoogste aantal theoretisch opgeleiden zien; de voorstellingen in Gouda en Amstelveen het laagste. Omdat in de pilot slechts acht voorstellingen werden onderzocht, is moeilijk te zeggen waar dit kleine verschil mee te maken heeft. Het zou kunnen liggen aan voorstellingskenmerken maar ook aan het theater of aan het aantal theoretisch opgeleiden dat in de omgeving van het theater woont.

De migratieachtergrond van de bezoekers bij de verschillende voorstellingen toont in de pilot meer variatie (bijlage slide 8). Waar dit precies aan ligt (voorstellingskenmerken, het theater, de omgeving e.d.) is om dezelfde reden als hierboven niet te zeggen.

Uit de pilot blijkt verder dat het publiek bij de verschillende voorstellingen vooral uit mensen bestaat die recent ook het theater bezochten (bijlage slide 9) en dat ook hier de variatie niet heel groot is.

Opvallend is dat het onderwerp van de voorstelling doorgaans als de meest belangrijke factor wordt aangeduid voor het bezoeken van de voorstelling (bijlage slide 10). Zich thuis voelen in het theater en de voorstelling bezoeken omdat de partner of vrienden ook wilden gaan, vormen daarna de meest belangrijke beweegredenen, terwijl het randprogramma, de kosten en kortingsacties minder doorslaggevend blijken. (Ook deze resultaten geven nog geen representatief beeld omdat de pilot te klein in opzet was. Wel zullen alle resultaten van de pilot meegenomen worden in het hoofdonderzoek).

Hoe meet je de kenmerken van een voorstelling?

In het onderzoek wordt uitgegaan van een aantal hypothesen, zoals de veronderstelling dat meer complexe voorstellingen meer theoretisch opgeleide bezoekers trekken (bijlage slide 13), en dat bij voorstellingen die inclusie en culturele diversiteit als thema hebben een cultureel divers publiek sterker vertegenwoordigd is (bijlage slide 12). Deze hypothesen zijn gebaseerd op resultaten van eerdere onderzoeken en de onderzoekers willen testen of ze hier ook gelden. Maar wat is een 'complexe' of een 'inclusieve' voorstelling? Hoe meet je deze kenmerken? In bijlage slide 16 zijn een aantal toetsingscriteria opgenomen. Is een voorstelling bijvoorbeeld ontspannend of inspannend, toegankelijk met of ook zonder voorkennis, licht en vrolijk of zwaar en ernstig? Door deze criteria op een schaal te beoordelen, kan de complexiteit gemeten worden. Diversiteit kan bijvoorbeeld gemeten worden door te letten op het aantal acteurs met een bi-culturele achtergrond, of de producent ook een bi-culturele achtergrond heeft en in hoeverre religieuze of culturele identiteit een thema vormt.

De suggestie wordt geopperd om bij inclusie het thema van de voorstelling niet als toetsingscriterium op te nemen en om alleen te kijken naar de makers en producenten. Naast hun culturele achtergrond zou men ook kunnen letten op genderidentiteit en

beperkingen. Volgens de onderzoekers komt culturele diversiteit echter veel vaker voor dan diversiteit m.b.t. genderidentiteit en beperkingen. Ook lijkt het beter om culturele achtergrond aan te houden als kenmerk omdat dit het onderzoeksveld helderder afbakent. Bovendien zie je in de praktijk dat sommige producenten nog niet heel divers zijn qua organisaties, terwijl ze er wel in slagen een cultureel diverse cast samen te stellen en voorstellingen te maken over culturele diversiteit. Daarom lijkt het beter om in het onderzoek juist wel te letten op de cast en het thema. Dit zijn per slot van rekening de kenmerken waar het publiek op afkomt.

Verder wordt de vraag besproken of het wel mogelijk is om de samenstelling van de cast en de producent vast te stellen. En waar let je dan op: culturele achtergrond of culturele identiteit? Bovendien zijn deze kenmerken niet altijd zichtbaar. Is het niet beter om alleen te kijken naar het thema van de voorstelling, dat altijd goed te beoordelen is? Thematiek en de manier waarop gezelschappen (en theaters) zich verhouden tot culturele diversiteit in hun aanbod en richting het publiek is ook te vinden in de jaarverslagen die structureel gesubsidieerde organisaties moeten publiceren. Het idee om jaarverslagen te betrekken bij het onderzoek als informatiebron wordt echter verworpen omdat deze verslagen misschien niet altijd een realistisch beeld geven.

Ook wordt benadrukt dat marketing en communicatie een belangrijke rol spelen bij het werven van een cultureel divers publiek. Een Boekman-studie van vorig jaar laat zien dat een betere diversiteit op het podium niet automatisch tot een meer divers publiek leidt. Alleen als de organisatie nadrukkelijk inzet op de juiste communicatiestrategieën wordt een meer cultureel divers publiek geworven. Het uitdragen van diversiteit door het theater en het gezelschap lijkt een belangrijke factor om bezoekers over de streep te trekken. Deze vragen worden meegenomen in het hoofdonderzoek: op de vragenlijst kruisen bezoekers aan hoe ze werden geïnformeerd over de voorstelling.

Een ander voorstellingskenmerk waar discussie over ontstaat is 'prestige'. In hoeverre is het bezoeken van de voorstelling prestige-verhogend? De stuurgroep-leden merken op dat het begrip prestige door mensen verschillend kan worden ervaren. Als prestige een factor is voor theaterbezoek, gaat het dan om 'peer-pressure' (je vrienden gaan ook), om maatschappelijk prestige (je weet wat er speelt in de hoge cultuur) of om cultureel kapitaal (je verhoogt je carrièrekansen)? Wellicht is het goed om in de vragenlijst onderscheid te maken tussen deze perspectieven en om ook theaters te rangschikken volgens het gevoel van prestige dat ze oproepen bij bezoekers. Andere vragen die tijdens het gesprek ontstaan zijn of sommige voorstellingen een groter gevoel van prestige uitlokken dan andere en zo ja, bij wie? Levert naar een première gaan meer prestige op

dan naar een try-out gaan of een speelbeurt tijdens de tournee? De onderzoekers merken op dat deze verschillen voor mensen die niet vaak naar het theater gaan weinig uitmaken. Prestige zit wellicht vooral in het verschil tussen naar het theater gaan en naar een musical gaan, in het feit dat men überhaupt naar het theater gaat. Wat men ervaart als prestige kan per doelgroep verschillen. In sommige gevallen, afhankelijk van de peer-group, kan naar het theater gaan zelfs prestige-verlagend zijn.

De conclusie is dat de betekenis die in het onderzoek aan de categorieën wordt gegeven en de ervaring die individuele deelnemers hebben met deze categorieën misschien niet altijd helemaal overeen komen. Aan de ene kant is het belangrijk om de begrippen zo helder en eenduidig mogelijk te formuleren; aan de andere kant moeten we aanvaarden dat de begrippen nooit door iedereen op precies dezelfde manier worden ingevuld.

Expert beoordeling

In een vorige stuurgroep-meeting ontstond discussie over het werken met experts om voorstellingskenmerken te beoordelen. Wie zijn de experts, en is hun oordeel niet altijd een waardeoordeel, afhankelijk vanuit welke positie en achtergrond ze kijken? Misschien moet een brede groep van beoordelaars ingeschakeld worden, waaronder ook mensen die niet vaak naar het theater gaan en/of die niet uit de Randstad komen. Hier komt weer het probleem van interpretatie naar boven: zit er mogelijk een verschil in de manier waarop geoefende en ongeefende toeschouwers kijken naar begrippen als complexiteit, conventionaliteit en prestige (bijlage slide 15)? De onderzoekers veronderstellen dat deze verschillen niet uitmaken. De ervaring leert dat verschillende beoordelaars het doorgaans eens zijn over de mate van complexiteit, prestige enz., ook al geven ze verschillend invulling aan de begrippen. Wel wordt geopperd om het begrip kwaliteit weg te laten als voorstellingskenmerk, omdat dit erg subjectief is.

Voor het hoofdonderzoek zullen experts met verschillen in kijkervaring en culturele en geografische achtergrond worden benaderd. Terwijl tijdens de pilot de experts werd gevraagd om de voorstellingen voor aanvang van de tournee te beoordelen, op basis van een samenvatting of aankondiging van het stuk, zal in het hoofdonderzoek de beoordeling gebeuren op basis van de gespeelde voorstelling zelf. Op deze manier wordt een realistischer beeld verkregen van de voorstellingskenmerken. De beoordelaars krijgen een instructie mee en hebben houvast aan de eerder genoemde toetsingscriteria (bijlage slide 16).

Hoofdonderzoek

Het aantal theaters is teruggebracht van 100 naar 50-60. Er worden per theater vier voorstellingen onderzocht in plaats van twee. Op deze manier kunnen meer uitspraken over de invloed van het theater worden gedaan.

Voor het hoofdonderzoek kunnen bezoekers kiezen uit een online of een schriftelijke vragenlijst. De deelnemende theaters sturen bovendien voor of na de voorstelling een mail met een link naar de vragenlijst, zodat mensen deze op een door hen zelf gekozen moment kunnen invullen. Op deze manier worden alle drempels weggenomen en is de respons zo hoog mogelijk. Over het algemeen verloopt de communicatie over het onderzoek tussen de theaters en de bezoekers goed. Enthousiasme van de theaters is nodig om voldoende respons van de bezoekers te verkrijgen, zo bleek uit de pilot. Op dit moment is nog niet goed zichtbaar hoe hoog de respons is. Online zijn soms alleen kleine aantallen ingevulde vragenlijsten te zien en het invoeren van de schriftelijk ingevulde lijsten is nodig om een volledig beeld te krijgen. De onderzoekers overleggen met de projectleider en het onderzoeksteam wat er eventueel nog nodig is om het enthousiasme van de theaters aan te wakkeren.

Het onderzoek krijgt inmiddels bekendheid bij theaters en gezelschappen. Een aantal jeugdtheatergezelschappen, die buiten het onderzoek vallen, gaven aan interesse te hebben in een dergelijke enquête. Weer andere gezelschappen voeren momenteel een eigen onderzoek en nemen geen deel omdat ze hun publiek niet willen overvragen. ITA liet weten wel als theater opgenomen te willen worden in het onderzoek maar niet als gezelschap. De leden van de stuurgroep vinden dit jammer en er wordt gezocht naar een manier om het gezelschap toch te overtuigen. Frascati was op zich enthousiast over het onderzoek maar besloot om niet mee te doen omdat uit de steekproef voor het theater voorstellingen van Dood Paard en het Barre Land kwamen, die geen representatief beeld geven van het aanbod van Frascati. Deze keuze van Frascati is begrijpelijk, maar het is belangrijk dat de steekproef gebeurt op basis van willekeur en dat hier niet van wordt afgeweken.

Bovengenoemde overwegingen van theaters hebben ertoe geleid dat een aantal belangrijke spelers worden gemist in het onderzoek. Daarnaast vallen soms voorstellingen uit vanwege ziekte van acteurs e.d. In sommige gevallen kan het onderzoek later worden uitgevoerd. Het voorstel wordt geopperd om 15 nieuwe producties toe te voegen aan de lijst om de uitval te compenseren en het onderzoek

representatief te houden. Hiervoor zou opnieuw een willekeurige steekproef moeten worden getrokken door de onderzoekers. Er moet in alle opzichten worden vermeden dat theaters en gezelschappen zelf voorstellingen aandragen.

Op dit moment zijn zo'n 10 studenten per week actief in de theaters om het onderzoek onder bezoekers te begeleiden, een mooi aantal. Wel zijn er beduidend meer studenten bereid om aanwezig te zijn in theaters in de Randstad dan daarbuiten. Soms vallen er voorstellingen uit omdat er niemand gevonden kan worden die naar Groningen wil reizen. Plekken waar moeilijk studenten voor gevonden worden zijn Drenthe, Groningen, Enschede en Leeuwarden. In Maastricht is het tekort aan studenten voor het onderzoek inmiddels opgelost door werving op de Toneelschool.

Evaluatie Fonds 21 en verdere planning

Het uitzetten van de vragenlijst onder theaterbezoekers loopt tot juni 2024. Daarna verwerken de onderzoekers de resultaten. Het onderzoek moet eind 2024 worden afgerond, zowel voor Fonds 21 als voor George & Eran Producties. Daarom is het zaak om voor het lopende seizoen nog een nieuwe steekproef te trekken en 15 producties toe te voegen, zodat de resultaten straks representatief zullen zijn.

Een rapport met de onderzoeksresultaten uit de pilot is inmiddels naar Fonds 21 gestuurd en een evaluatiegesprek met het fonds heeft plaatsgevonden. (Het rapport is naar de stuurgroep-leden gestuurd als bijlage bij de agenda van deze bijeenkomst). In de eerste helft van 2024 overleggen de stuurgroep-leden over manieren waarop de resultaten naar buiten zullen worden gebracht zodat deze bruikbaar worden voor de sector. De onderzoeksresultaten zullen op twee manieren beschreven worden: in een Engelstalig onderzoeksrapport voor het wetenschappelijke veld en in een Nederlandstalige tekst die relevante inzichten biedt voor het podiumkunstenveld. Samen met de NAPK wordt een presentatieplan gemaakt. Een persbericht over de presentatie van het onderzoek wordt eventueel tijdens het Theaterfestival verspreid, en de presentatie zelf zou gecombineerd kunnen worden met een NAPK- of VSCD-ledendag in het najaar.

BIJLAGE: PRESENTATIE RESULTATEN AFGERONDE PILOT

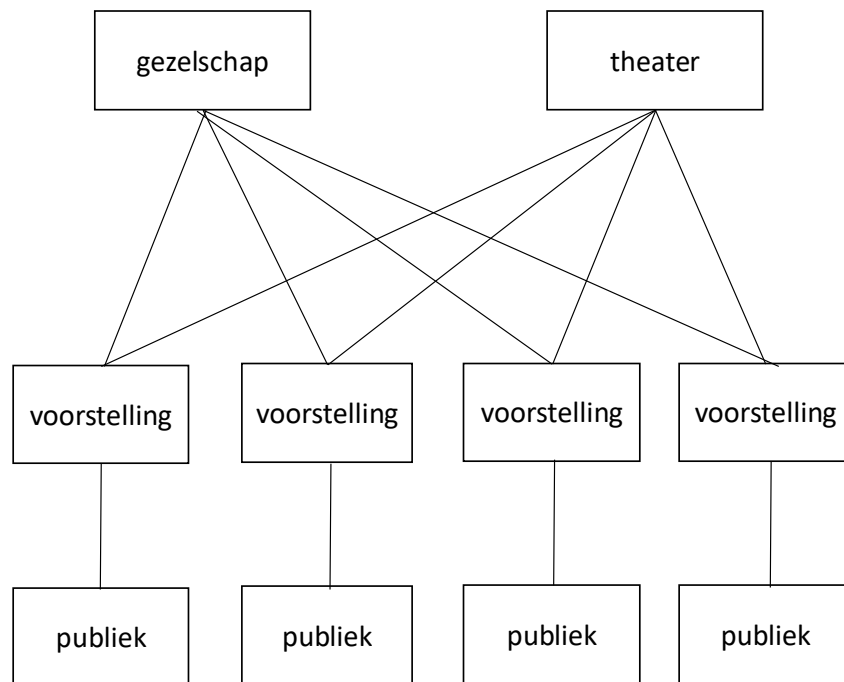
Slide 2

ONDERZOEKSVRAAG 1

- Hoe varieert de samenstelling van het publiek - culturele achtergrond, opleidingsniveau, eerdere ervaringen met cultuur - tussen toneelvoorstellingen? In hoeverre zijn verschillen het gevolg van:
 - Verschillen tussen toneelproducties (thematiek, inhoud, cast, marketingstrategie)
 - Verschillen tussen theaters (sociale en praktische drempels, marketingstrategie)?

Slide 4

ONDERZOEKSDESIGN



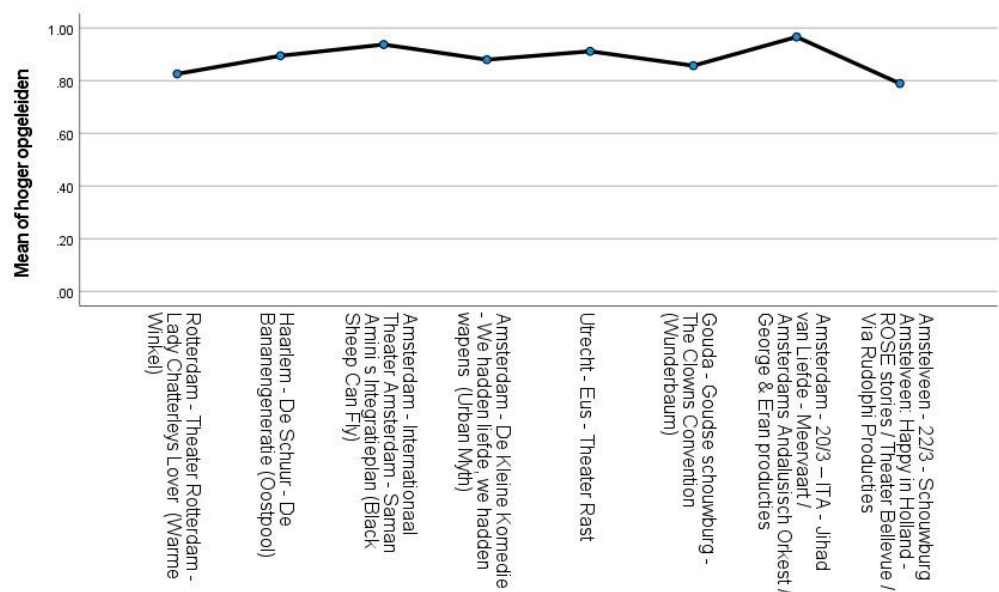
Slide 6

VRAGENLIJST – ONLINE (QUALTRICS) + 2x SCHRIFTELIJK

- Sociale en culturele achtergronden:
 - opleidingsniveau,
 - beroepsstatus,
 - geslacht,
 - leeftijd,
 - Migratieachtergrond en culturele achtergrond,
 - achtergrond partner en beste vrienden,
 - culturele socialisatie: leeftijd eerste theaterbezoek, frequentie van theaterbezoek door ouders
- Frequentie theaterbezoek en motieven voor theaterbezoek in het algemeen
- De waardering van en ervaren triggers en obstakels voor de betreffende voorstelling,
- Ook wordt studenten – die de dataverzameling begeleiden – gevraagd om het theater te beoordelen op een aantal kenmerken (uitstraling, toegankelijkheid).

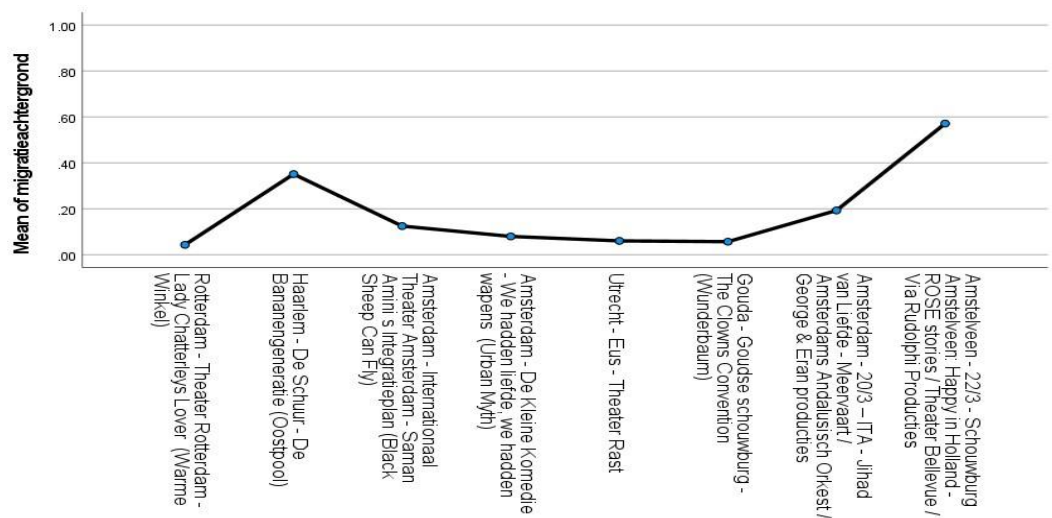
Slide 7

OPLEIDING: % HBO / WO



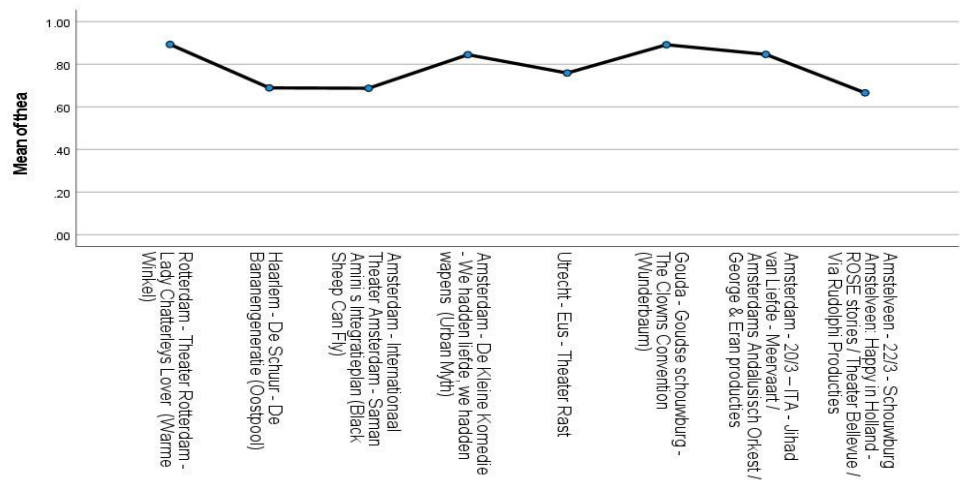
Slide 8

MIGRATIEACHTERGROND



Slide 9

RECENT THEATERBEZOEK



Slide 10

WAT WAS BELANGRIJK BIJ DE KEUZE VAN DEZE VOORSTELLING? (1-4)

	<i>gemiddelde</i>
Het onderwerp van deze voorstelling	3,62
Ik voel me thuis in dit theater	2,72
Of mijn vrienden of partner ook wilde(n) gaan	2,63
De bereikbaarheid van dit theater	2,53
Hoe ik het kon organiseren met werk, gezin	2,14
De kosten van deze voorstelling van het kaartje	2,12
De totale kosten van deze avond incl. drankje, eten, vervoer	1,97
Het randprogramma bijv. inleiding over de voorstelling, te	1,97
Een kortingsactie, aanbieding	1,77
Uitgaansmogelijkheden rondom dit theater	1,54

Slide 12

HYPOTHESEN OVER TONEELPRODUCTIES

- Idee 1: verwoord door Gunay Uslu in de Cultuurkrant van het LKCA (Cultuurkrant september 2022 6^e jaargang, p. 3): “Diversiteit is kracht, inclusie is kracht, het is geen probleem. Als je inclusiever werkt, krijg je andere verhalen, andere vormen, een ander publiek.” ->
- H1: Naarmate een toneelstuk inclusiever is (thematiek is gericht op culturele achtergrond, diverse cast), is het publiek met een culturele achtergrond sterker vertegenwoordigd.

HYPOTHESEN OVER TONEELPRODUCTIES

- Idee 2 : Variaties in de samenstelling van het publiek zijn vooral het gevolg van verschillen in complexiteit en de vernieuwing van de productie en gelden evenzeer voor mensen van verschillende culturele achtergrond. Vooral degenen die al langer aan theater deelnemen, en hoger opgeleid zijn, zullen complexere en vernieuwendere producties meer waarderen (Maas, Verhoeff, Ganzeboom, 1990).
- H2: Naarmate een toneelstuk complexer en vernieuwender is, wordt het publiek in sterkere mate gekenmerkt door een hogere eerdere deelname en een hogere opleiding.

Slide 15

EXPERT BEOORDELING PRODUCTIES

- Korte beschrijvingen van toneelproducties worden voorgelegd aan méér dan één expert die deze beoordelen op:
 - thematiek (gerelateerd aan migratieachtergronden) en kenmerken cast (migratieachtergrond) - inclusiviteit
 - complexiteit,
 - conventionaliteit,
 - Kwaliteit
 - prestige

Slide 16

METING VAN KENMERKEN PRODUCTIES (2 VOORBEELDEN)

Complexiteit – beoordelaars beoordelen op 1-3 schaal:

- 1= ontspannend, 3= spannend
- 1= toegankelijk zonder voorkennis, 3 = met voorkennis
- 1= licht en vrolijk, 3 = zwaar en ernstig

Thema: migratie/bi-culturaliteit– beoordelaars beoordelen op 1-3 schaal:

- 1 = (vrijwel) geen acteurs met bi-culturele achtergrond, 3 = meerderheid acteurs met bi-culturele achtergrond
- 1 = Producent geen bi-culturele achtergrond, 3 = Producent heeft bi-culturele achtergrond
- 1 = Culturele/ religieuze identiteit is geen thema, 3 = Culturele/ religieuze identiteit, is hoofdthema

Wetenschappelijk publieksonderzoek George & Eran en Partners

Stuurgroep 23 mei 2024

Aanwezig: Iris Vaessen (moderator), Dionne Pierik, Ineke Nagel, Paulette Smit, Virginie Bakker, Jacqueline Schoemaker (verslag).

Update lopend onderzoek

De uitvoering van het onderzoek verloopt soepel. Een grote groep studenten is betrokken en de theaters zijn inmiddels bekend met het onderzoek. Wel vielen er een aantal voorstellingen uit en waren er op sommige plekken tijdens vakantieperiodes geen studenten te vinden, waardoor de steekproef in de praktijk kleiner uitvalt dan gepland.

Verlenging dataverzameling

De onderzoekers willen de gemiste voorstellingen graag compenseren door de dataverzamelperiode te verlengen tot eind oktober. Twee maanden extra inventarisatie zou een meer representatief beeld opleveren van de resultaten. De onderzoekers verwachten geen grote veranderingen in de resultaten, maar wel een betere onderbouwing van de bevindingen. Bij kwantitatief onderzoek zoals dit is een grote steekproef nu eenmaal nodig om betrouwbare uitspraken te kunnen doen.

Er wordt contact opgenomen met Fonds21 om te overleggen over de verlenging (in principe wil het fonds het onderzoek eind 2024 afgerond zien). De pre-analyse gebeurt zoals gepland eind augustus. Hierin worden de belangrijkste bevindingen beschreven. Begin november volgen dan de definitieve getallen en conclusies.

De onderzoekers benadrukken dat het belangrijk is om de resultaten pas naar buiten te brengen als deze definitief zijn, dus na november. Wel kan de stuurgroep vanaf eind

augustus alvast intern reageren op de voorlopige resultaten en kan alvast begonnen worden met het schrijven van het verslag voor de sector.

Expert beoordeling

We nodigen vijf mensen uit om de voorstellingskenmerken te beoordelen (complexiteit, thematiek enz.) en vijf anderen om het theater te beoordelen op kenmerken als prestige, sociale toegankelijkheid enz. De vragenlijst voor de beoordeling van de theaters wordt nog opgesteld en zal worden gemaild naar de stuurgroep, zodat iedereen er via email op kan reageren. De experts kunnen kiezen of ze hun beoordeling in een Excel bestand doen of via een vragenlijst op papier.

We zoeken naar experts die qua soorten kijkervaring en geografische achtergrond van elkaar verschillen. We denken aan leden van de Raad voor Cultuur, programmeurs, recensenten, studenten die de vragenlijsten voor het onderzoek uitdeelden, commissieleden van fondsen en theaterdocenten. De mix van verschillende manieren van kijken is hierbij van belang. Voor de beoordeling van de theaters zoeken we naar experts die het gewend zijn om in heel het land naar voorstellingen te gaan, zoals bijvoorbeeld festivalprogrammeurs. Voor alle experts geldt dat ze in het afgelopen seizoen veel voorstellingen hebben gezien en dat ze ook voorstellingen kunnen beoordelen die ze misschien niet gezien hebben (de beoordeling vindt achteraf plaats).

Iris zal een online drivebestand klaarzetten waarin iedereen suggesties kan doen voor experts, zowel voor het beoordelen van de voorstellingen als de theaters. Het zou goed zijn om een longlist samen te stellen, zodat er een geschikte mix van experts kan worden samengesteld.

Tijdens de vorige stuurgroep meeting is uitvoerig gesproken over begrippen als 'complexiteit' en 'prestige', en over hoe deze begrippen verschillend kunnen worden ingevuld door verschillende mensen. Bij het opstellen van de vragenlijst voor de beoordelaars is het belangrijk om duidelijk te maken wat we bedoelen met deze begrippen. Ook krijgen de experts het verzoek om niet enkel vanuit hun eigen achtergrond of levensstijl het theater te beoordelen op bijvoorbeeld prestige en sociale toegankelijkheid, maar om een inschatting te maken van hoe men in het algemeen het theater zou beoordelen. Een vraag kan bijvoorbeeld zijn: "Hoe toegankelijk is het theater voor alle doelgroepen?" of "Straalt het theater uit dat het er is voor iedereen?" Prestige kan worden gemeten door bijvoorbeeld concreet te vragen naar hoe imposant het gebouw is, of hoe deftig de aankleding.

Toevoeging kwalitatief onderzoek

Oorspronkelijk zou het onderzoek uit een kwantitatief en een kwalitatief deel bestaan, maar in de aanloopfase werd besloten om alle energie en middelen te besteden aan het kwantitatieve gedeelte omdat een groot aantal data nodig is om goed onderbouwde uitspraken te doen. Bij nader inzien lijkt het interessant om met een beperkt aantal gezelschappen en theaters wat dieper in te gaan op de resultaten en hun eigen ervaringen hiermee te vergelijken. Het zou mogelijk zijn om dit in september – oktober te doen op basis van de pre-analyse van het onderzoek.

Aanpassing vragenlijst bezoekers

N.a.v. een mail van een bezoeker die de vragenlijst had ingevuld zijn er een paar aanpassingen gedaan aan de survey. De bezoeker had zich gestoord aan de vraag of zichzelf of haar ouders naar Nederland waren *geïmmigreerd*. Haar ouders waren in Suriname geboren, maar Suriname was in die tijd onderdeel van Nederland. Het ging dus niet om immigratie maar om migratie. Hoewel het lastig is om middenin een onderzoek de vragen aan te passen, vond het onderzoeksteam het vanwege de aard van het onderzoek wenselijk om dit toch te doen. Daarom wordt nu de optie ‘Koninkrijk der Nederlanden’ meegenomen in de lijst en is bij deze vraag ‘immigreren’ veranderd in ‘migreren’.

Verder heeft een aantal mensen die de papieren vragenlijst hebben ingevuld vergeten het vakje “Ik geef toestemming dat deze informatie gebruikt wordt” aan te vinken. Deze tekst staat bovenaan het document en valt te weinig op, zodat mensen er makkelijk overheen lezen. De tekst is nu duidelijker zichtbaar gemaakt, zodat deze belangrijke stap niet over het hoofd wordt gezien.

Resultaten delen

Als het onderzoek verlengd wordt tot eind oktober, dan is het Theaterfestival geen goed moment voor de aankondiging van de presentatie. Een ander publiek evenement is nodig om de onderzoeksresultaten de aandacht te geven die ze verdienen. De ledendagen van de NAPK of de VSCD later in het najaar zouden een optie kunnen zijn, of de Nieuwjaarsborrel in Pakhuis de Zwijger, waar de hele sector aanwezig is. Als Fonds21 toestemming geeft om de presentatie door te schuiven naar begin volgend jaar, zou de Nieuwjaarsborrel een geschikt podium bieden.

Bij het delen van de onderzoeksresultaten in de sector is het belangrijk om meteen de praktische kant ervan te belichten en te benadrukken dat theaters en gezelschappen de kennis kunnen toepassen in de praktijk. We denken aan een discussie of studiedag over hoe we de inzichten uit het onderzoek in de praktijk kunnen brengen. Na de pre-analyse in augustus wordt bepaald welke vorm het verslag zal krijgen en welk evenement we zullen organiseren om de opgedane kennis zo goed mogelijk te delen.

Acties

- Suggesties voor expert beoordeling (voorstellingen en theaters) doen in online drivebestand (iedereen);
- Vragenlijst voor experts theater opstellen en rondsturen naar stuurgroep (onderzoekers);
- Gesprek met Fonds21 (Iris);
- Volgende stuurgroep meeting plannen voor eind juni (Iris);
- Nadenken over vorm verslag en presentatie (iedereen).

Wetenschappelijk publieksonderzoek George & Eran en Partners

Stuurgroep 5 maart 2025

Aanwezig: Iris Vaessen (moderator), Dionne Pierik, Ineke Nagel, Paulette Smit, Virginie Bakker, Radar Advies, George Tobal, Jacqueline Schoemaker (verslag).

Presentatie eerste inzichten kwalitatief onderzoek

Opzet

Radar advies presenteert de opzet voor het aanvullende kwalitatieve onderzoek. Onderzoeksvragen hierbij zijn ‘Welke beweegredenen hebben mensen om wel of niet naar het theater te gaan?’ en ‘Wat zijn de ervaringen (obstakels en triggers) van toeschouwers met beleid dat bewust inzet op het bereiken van een divers publiek?’ De focus kwam uiteindelijk te liggen op de tweede vraag. Terwijl het kwalitatieve onderzoek oorspronkelijk een verdieping zou zijn van het kwantitatieve deel, werd gaandeweg het proces besloten om een aanvullend kwalitatief onderzoek te doen dat zich met name richt op mensen die nog niet naar het theater gaan. Dit om te vermijden dat het kwalitatieve deel het kwantitatieve onderzoek slechts zou bevestigen. Het kwantitatieve onderzoek gaat immers over mensen die de weg naar het theater al weten te vinden, en we willen graag inzicht krijgen in mogelijkheden voor het werven van nieuw publiek.

Het reguliere theaterpubliek werd door Radar Advies dus alleen kort geïnterviewd. Het ging om gesprekken met zo’n 20 mensen na de voorstelling *The Almighty Sometimes* van Theater Oostpool in Stadsschouwburg Utrecht. De resultaten die hieruit voortkwamen, bevestigden zoals verwacht de resultaten van het kwantitatieve onderzoek. Om ervaringen van mensen die nog niet naar het theater gaan te inventariseren, focust

Radar Advies op publiekswerkers en sleutelfiguren enerzijds, en bezoekers die via local outreach of publiekswerk naar een voorstelling gingen anderzijds.

Een plan van aanpak wordt uiteengezet. De voorbereiding is inmiddels afgerond; de uitvoerende fase van het onderzoek is bezig. De gesprekken met de reguliere theaterbezoekers hebben al plaatsgevonden en de interviews met publiekswerkers en sleutelfiguren zijn in volle gang. Er heeft o.a. een gesprek plaatsgevonden met Virginie Bakker, die onderdeel uitmaakt van de stuurgroep, en ook met Buurtcentrum De Rietwijker. De interviews met de sleutelfiguren en publiekswerkers zijn verdiepende gesprekken van een uur, waarin het niet zozeer gaat om de ervaringen met specifieke voorstellingen maar met het theater in het algemeen. Via deze publiekswerkers en sleutelfiguren zullen contacten worden gelegd met bezoekers die via local outreach of publiekswerk een voorstelling bijwoonden. De interviews met deze bezoekers zullen telefonisch plaatsvinden om de drempel voor deelname aan het onderzoek zo laag mogelijk te houden. De vragen zullen met name gaan over het beeld dat de bezoekers hadden van het theater, en of dat beeld is veranderd na hun theaterbezoek.

Eerste inzichten

De eerste resultaten uit de interviews met publiekswerkers en sleutelfiguren laten zien dat een drempelverlagende factor voor mensen om voor het eerst een theatervoorstelling te bezoeken bijvoorbeeld persoonlijk contact is. Mensen voelen zich eerder uitgenodigd als iemand hen persoonlijk aanspreekt en suggereert dat een bepaalde voorstelling iets voor hen zou kunnen zijn. Ook uitleg geven over hoe een avond in het theater werkt kan mensen over de streep trekken. Een drempelverhogende factor is de afstand tot het theater. Dit kan fysieke afstand zijn, maar ook het gevoel van afstand, de onbekende plek die het theater voor sommigen is. Zo is De Rietwijker een kleinschalige vertrouwde plek voor veel buurtbewoners. Een bezoeker van De Rietwijker observeerde: “je kunt er met de fiets naartoe en je weet dat je er mensen tegenkomt die je kent.” Een sleutelfiguur in Friesland vertelde over een gezelschap dat z’n voorstellingen speelt in buurthuizen en ander plekken in verschillende dorpen, zodat mensen naar het theater kunnen in een omgeving die ze al kennen. Mond-tot-mondreclame werkt goed bij deze manier van werken. Het sociale aspect van theaterbezoek is een belangrijke factor: niemand hebben om mee te gaan blijkt ook een drempel te zijn (dit is overigens ook het geval voor het reguliere publiek).

Vanuit de stuurgroep komt de vraag wat de invloed is van de kaartprijs. De onderzoekers antwoorden dat veel mensen de perceptie hebben dat theaterbezoek duur is en dat ze niet bekend zijn met bijvoorbeeld Stadspas of kortingsacties. Uit de resultaten van het kwantitatieve onderzoek blijkt dat de kaartprijs voor de meeste mensen die al naar het theater gaan niet van het grootste belang is. Het zou goed zijn om via het kwalitatieve onderzoek inzicht te krijgen in hoe mensen die nog niet naar het theater gaan hier tegenaan kijken.

Een andere vraag vanuit de stuurgroep is hoe we als sector op een duurzame manier publiek kunnen binden dat voor het eerst via publiekswerk of local outreach naar een voorstelling komt. Vaak worden bezoekers geworven via het thema, dat voor hen persoonlijk relevant kan zijn. Maar hoe stimuleer je deze bezoekers tot herhaalbezoek als de volgende voorstelling over een ander onderwerp gaat? Hoe vermijden we om steeds weer nieuwe groepjes bezoekers aan te trekken die slechts eenmalig komen? Kan het netwerk van sleutelfiguren, publiekswerkers en local outreach medewerkers uitgebreid worden? Hoe krijgen we zicht op de effecten van onze inspanningen op dit vlak? Waar kunnen we invloed uitoefenen om dit publiekssegment te vergroten en waar niet? Het kwalitatieve onderzoek is bij uitstek een kans om antwoorden te krijgen op deze vragen. Het zou goed zijn om niet alleen in kaart te brengen wat de triggers en obstakels zijn maar om in gesprekken de wensen van het potentiële publiek te inventariseren. Wat is er voor hen voor nodig om tot herhaalbezoek over te gaan?

Eerste versie verslag kwantitatief onderzoek

Status van het verslag

In de eerste versie van de tekst zijn de praktische gegevens over wie voor welk deel van het project verantwoordelijk is nog niet opgenomen. De suggestie wordt gedaan om in een voorwoord aan te geven dat dit verslag een niet-wetenschappelijke publieksversie is van het onderzoeksverslag en dat er daarnaast een technisch rapport zal worden gepubliceerd en dat later ook een wetenschappelijk artikel zal volgen. Ook is er behoefte aan duidelijkheid over wie verantwoordelijk is voor het onderzoeksdesign, wie de uitvoerders zijn, wie het kwalitatieve onderzoek heeft uitgevoerd enz. Anderen vinden dat het verslag beter kan beginnen met een persoonlijk voorwoord over het belang van het onderzoek, een soort overtuigende leeswijzer, en dat het praktische deel beter later in de tekst aan bod kan komen.

Al het materiaal dat gebruikt werd in het onderzoek, zoals de vragenlijst, de topic lijst van het kwalitatieve onderzoek, de verslagen van de stuurgroep meetings e.d. zullen naast het technisch rapport en het volledige rapport van het kwalitatieve onderzoek worden gepubliceerd op een website. Dit om het onderzoek volledig transparant te maken en om handvaten te bieden aan andere organisaties als zij een vervolgonderzoek zouden willen uitvoeren.

Opmerkingen over de tekst algemeen

Op sommige plekken moeten bronnen aangehaald worden die nu nog ontbreken. Dit kan d.m.v. voetnoten of eindnoten.

Voor de inleiding is gekozen voor de eerste persoon meervoud ('we'), die verwijst naar de gesubsidieerde sector. Sommige mensen geven aan dat dit irritatie kan oproepen: veel lezers worden hierdoor buitengesloten, en 'wij' zou bij sommige lezers vragen kunnen oproepen over of zij het wel eens zijn met wat er in de tekst wordt beweert.

Het verwijzen naar specifieke voorbeelden van voorstellingen werkt goed. Dit maakt de tekst leesbaar en de koppeling naar de praktijk wordt hierdoor duidelijk.

Er staat in de tekst dat studenten van de VU en de Universiteit Utrecht de vragenlijsten uitdeelden. Dit moet zijn *grotendeels* studenten van de VU en de UU. Om praktische redenen werden deze aangevuld met studenten van andere universiteiten en ook mensen die al afgestudeerd waren.

Beeldmateriaal

Er wordt met een vormgever gewerkt om tabellen en figuren toe te voegen aan het verslag, zodat het geheel leesbaarder wordt. De vormgever zal ook visueel aantrekkelijk materiaal maken voor de publiciteit richting het publiek.

Bezoekers in hokjes I: migratieachtergrond en culturele identificatie

Verschillende mensen zijn positief over het benoemen van de gevoeligheden rond het inventariseren van de migratieachtergrond en culturele identificatie van bezoekers. In de tekst is zichtbaar gemaakt dat het niet makkelijk was om hier zorgvuldig mee om te gaan. Leuk om te lezen was bijvoorbeeld dat sommige respondenten op de vraag 'Met welke cultuur identificeert u zich? (meerdere antwoorden mogelijk)' alle hokjes hadden aangekruist, waarschijnlijk bij wijze van protest tegen het hokjes-denken. Het gesprek gaat verder over de antwoorden die mensen gaven op bovengenoemde vraag en, daaraan voorafgaand, de vraag of ze een migratieachtergrond hebben. Veel mensen die bij de eerdere vraag aangaven geen migratieachtergrond te hebben, hadden bij de vraag over culturele identificatie niets ingevuld, hoewel de Nederlandse cultuur een van de opties was. [Dit bleek bij een latere analyse niet te kloppen.] Ook waren er respondenten die geen migratieachtergrond hebben maar zich wel identificeren met andere culturen, bijvoorbeeld omdat ze een partner hebben uit een andere cultuur. Iemand had in de vragenlijst aangegeven uit Limburg te komen, hoewel dit niet tot de aankruismogelijkheden behoorde. Het benoemen van migratie- en culturele achtergrond blijft een heikel onderwerp, dat vaak emoties losmaakt. Misschien is het een onderwerp dat beter aan bod kan komen tijdens een gesprek in plaats van in een vragenlijst, zodat nuances makkelijker kunnen worden aangebracht en mensen minder het gevoel hebben in een hokje te worden gestopt.

Bij de vraag naar migratieachtergrond werd in de vragenlijst geen onderscheid gemaakt tussen afkomst uit westerse en niet-westerse landen. Bij de vraag over culturele identificatie konden wel meerdere landen of gebieden worden aangekruist, maar in de analyse van de gegevens werd ook hier geen onderscheid gemaakt tussen westerse en niet-westerse culturele identificatie. In sociologisch onderzoek wordt dit onderscheid niet langer automatisch gemaakt. De vraag komt op of we toch willen weten welke voorstellingen misschien meer bezoekers met een westerse of juist niet-westerse culturele identificatie aantrekken. En zo ja, wat beschouwen we dan als westers en wat als niet-westers? Er wordt besloten om de grootste categorieën andere culturele identificatie dan de Nederlandse verder te analyseren en te kijken of dit relevante gegevens oplevert in relatie tot de onderzoeksvraag. (Die categorieën blijken 'anders Europese', 'Indonesische' en 'Surinaamse' te zijn.)

Bezoekers in hokjes II: 'Hoog', 'theoretisch' of 'wo'-opgeleid

In het onderzoek en het verslag wordt onderscheid gemaakt tussen hoger en lager opgeleide bezoekers. Opleidingsniveau is gemeten op een schaal met gradaties van laag naar hoog, en dit is ook weergegeven in de tekst. Een paar mensen in de stuurgroep

storen zich echter aan het onderscheid tussen hoog en laag en zouden liever een onderscheid naar theoretische en praktische opleiding zien. Hier ontstaat discussie over. Veruit de grootste groep theaterbezoekers volgde hoger onderwijs. Aan de ene kant gaat het om theoretisch onderwijs (wo) en aan de ander kant om praktisch onderwijs (hbo). Het onderscheid tussen theoretisch en praktisch onderwijs is dus niet één op één een vervanging voor de begrippen hoog en laag. Bovendien heet het nu eenmaal 'hoger onderwijs', zonder dat daar een oordeel in besloten ligt. Het maken van een andere indeling zou consequenties hebben voor de analyse van de gegevens. Het idee wordt geopperd om drie categorieën te onderscheiden, maar daarmee zou een bepaalde hiërarchie toch blijven bestaan. Er lijkt weinig verschil te zitten tussen 'van hoog naar laag' en 'van 1 naar 3'. Een ander idee zou zijn om te spreken over mensen die hoger, middelbaar of lager onderwijs volgden in plaats van hoger, middelbaar of lager opgeleiden, maar dit wordt door sommigen als nog stigmatiserender ervaren. Er wordt uiteindelijk gekozen voor 'hbo- of wo-opgeleid' en 'niet-hbo- of wo-opgeleid'. Deze terminologie is wellicht wat omslachtig en niet ideaal wat de leesbaarheid betreft, maar de groep vindt inclusief taalgebruik voor het verslag dermate belangrijk dat dit voor lief genomen wordt.

Respons

In een eerdere bijeenkomst kwam aan bod dat een aantal mensen die de papieren vragenlijst invulden, vergeten waren het vakje "Ik geef toestemming dat deze informatie gebruikt wordt" aan te vinken. Dit bleken er zo'n 400 te zijn, 1/10 van alle respondenten. Er werd juridisch advies ingewonnen over hoe hiermee om te gaan en overlegd met het team dat over onderzoeksethiek gaat op de VU. Omdat de gegevens pseudo-geanonimiseerd zijn en in de praktijk onmogelijk te herleiden zijn tot individuele personen, blijken de data van deze 400 respondenten toch meegenomen te kunnen worden in het onderzoek. De mensen die de lijst hadden ingevuld, hadden door het invullen blijk gegeven van hun intentie om hun gegevens te laten analyseren. Ook zou je zelfs kunnen zeggen dat het niet fair is om de gegevens van respondenten buiten beschouwing te laten terwijl deze wel de moeite hebben genomen om mee te werken aan het onderzoek. Dit betekent wel dat de data-analyse opnieuw moet gebeuren, deze keer met inbegrip van de 400 schriftelijke vragenlijsten die eerder niet waren meegenomen. De VU gaf als opmerking mee om in het vervolg heel duidelijk aan te geven, bijvoorbeeld door middel van een felle kleur, waar respondenten hun toestemming voor de verwerking van hun gegevens kunnen geven. Deze situatie, de gemaakte keuzes en de opmerkingen van de VU worden meegenomen in het technisch rapport, zodat de communicatie hierover volledig transparant is.

Wetenschappelijk publieksonderzoek George & Eran en Partners

Stuurgroep 6 maart 2025

Aanwezig: Iris Vaessen (moderator), Dionne Pierik, Ineke Nagel, Paulette Smit, Virginie Bakker, George Tobal, Jacqueline Schoemaker (verslag).

Presentatie resultaten kwantitatief onderzoek

Ineke Nagel presenteert de onderzoeksresultaten m.b.t. de motieven van de respondenten voor theaterbezoek in het algemeen, wat voor hen belangrijk was bij hun specifieke voorstellingsbezoek en hoe ze wisten van de voorstelling. Het onderzoek werd uitgevoerd bij 139 speelbeurten van 86 producties in 44 theaters. In de resultatentabel (zie bijlagen) is vet gemarkeerd welke resultaten statistisch significant zijn, m.a.w. welke resultaten zodanig sterk naar voor komen dat je eruit kunt afleiden dat ze gelden voor de hele populatie bezoekers van het gesubsidieerde theater.

Motieven (bijlagen 1 en 2)

De motieven voor theaterbezoek in het algemeen werden getoetst in de online survey aan de hand van een aantal stellingen waarbij men op een schaal van 1 tot 4 kon aangeven in welke mate men het eens was met de stelling. De stelling 'Ik voel mij thuis in het theater' werd bijvoorbeeld door ouderen vaker dan gemiddeld als belangrijke motivatie voor theaterbezoek aangegeven. Naarmate men ouder is, vormt het zich thuis voelen in het theater een motivatie om naar het theater te gaan. Dit geldt ook voor bezoekers die al vroeg in aanraking kwamen met het theater via hun ouders of school ('primaire socialisatie'). Het is geen verrassing dat deze bezoekers zich thuis voelen in het theater. Ook ervaren theaterbezoekers (mensen die regelmatig of vaak naar het theater gaan) voelen zich meer dan anderen thuis in het theater. Primaire socialisatie (theaterbezoek van thuis uit meegekregen hebben) en huidige ervaring met theaterbezoek (een frequente bezoeker zijn) gaan vaak samen. Vaak gaan deze twee bezoekerskenmerken ook samen met opleidingsniveau, hoewel het opleidingsniveau hier in de resultaten niet significant naar voor komt bij de motivatie 'Ik voel mij thuis in het theater'.

Bij de stelling 'Ik vind het fijn om in het theater mensen tegen te komen die op mij lijken' zien we een negatief effect van leeftijd. Dit betekent dat deze stelling voor jongere bezoekers een belangrijkere motivatie vormt dan voor oudere. Ook voor mensen die theaterbezoek niet van thuis uit meekregen, mensen die niet-hbo- of wo-opgeleid zijn en mensen met een migratieachtergrond geldt dat ze de ontmoeting met anderen die op hen lijken een belangrijke motivatie vinden om naar het theater te gaan. Iemand in de groep merkt op dat het scoren van deze stelling voor de oudere, witte ervaren theaterbezoeker wellicht een ongemakkelijke exercitie is. Als je tot deze groep behoort en je wil graag mensen tegenkomen die op je lijken, sluit je nieuwkomers automatisch buiten. Ineke Nagel legt uit dat volgens de cultuurtheorie van Pierre Bourdieu cultuurparticipatie inderdaad een middel is om jezelf te onderscheiden van anderen: 'ik ga naar het theater en anderen doen dit niet'. Het sociale aspect van cultuurbezoek is belangrijk, daarom wordt er in ons onderzoek ook gekeken naar deze motivatie. Een andere vraag die opkomt is of dit principe van uitsluiting niet voor alle publieksgroepen geldt. Sommige mensen horen tot de 'bubbel' van operabezoekers terwijl anderen weer tot de scene van hiphop concertgangers horen. Volgens de sociologische theorie gaat de uitsluiting echter over 'hogere cultuur'. Het heeft te maken met behoren tot de groep die de 'juiste

smaak' heeft en in de 'juiste kringen' verkeert. Dit geeft status en leidt tot betere opleidingen en banen e.d.

Dat sommige groepen het belangrijk vinden om in het theater anderen tegen te komen die op hen lijken, zoals jongeren, mensen die theaterbezoek niet van thuis uit meekregen, die niet-hbo- of wo-opgeleid zijn of die een migratieachtergrond hebben, kan een belangrijk gegeven zijn voor een doeltreffende local outreach. Het lijkt meer zin te hebben om bijvoorbeeld 50 vrijkaarten uit de delen voor één speelavond dan de vrijkaarten dun te verspreiden over een hele tournee. Iemand anders merkt op dat de aanwezigheid van een specifieke publieksgroep in de zaal ook effect heeft op de theaterervaring zelf. Bij een van de speelbeurten van *Pryor*, een voorstelling over de zwarte maatschappelijk geëngageerde comedian Richard Pryor, was de zaal in het DeLaMar Theater voor de helft gevuld met bezoekers uit Amsterdam-Zuidoost die via local outreach waren gekomen. Je kon merken dat het publiek zich niet alleen welkom voelde in het theater maar ook dat het artistieke effect van het stuk groter was dan anders. Een ander voorbeeld in dit kader waren de reacties van verschillende publieksgroepen tijdens de voorstelling *Happy in Holland*: het publiek met een Aziatische achtergrond reageerde en lachte op andere momenten in de voorstelling dan het witte publiek. In een gemengde zaal voelde men wat de ander grappig of belangrijk vond, en hoe dit verschilde van de eigen waarneming.

Het is wellicht interessant om te vragen aan Radar Advies om de vraag naar het effect van een voorstelling op een specifieke publieksgroep mee te nemen in het kwalitatieve onderzoek. Ook voor een kwantitatief vervolgonderzoek kan het interessant zijn om te onderzoeken hoe een enkele voorstelling in verschillende theaters door verschillende groepen bezoekers ontvangen wordt.

De presentatie over de motieven van bezoekers wordt hervat. Wat de inhoud van de voorstelling betreft, kunnen met name vrouwen, niet-hbo- en wo-opgeleiden en mensen met een migratieachtergrond zich vinden in de stelling 'Ik vind het fijn als een voorstelling een duidelijk verhaal heeft'. Voor frequente theaterbezoekers is een duidelijk verhaal minder belangrijk. 'Ik hou van complexe voorstellingen' heeft zoals verwacht een effect op opleidingsniveau en primaire socialisatie. Naast bovengenoemde statutheorie van Bourdieu geldt in de sociologie de theorie dat cultuurbezoek een kwestie is van complexe informatieverwerking en dat je hiervoor een bepaalde cognitieve capaciteit en ervaring nodig hebt. Het is dan logisch dat mensen met een hbo- of wo-opleiding en mensen die theaterbezoek van thuis uit meekregen eerder houden van complexe voorstellingen. (Ook mannen gaven aan te houden van complexe voorstellingen.)

Niet-hbo- en wo- opgeleiden vinden het belangrijk om te kunnen lachen bij een voorstelling. Hetzelfde geldt voor mensen die zich (ook) identificeren met een andere cultuur dan de Nederlandse, eerder dan voor mensen met een migratieachtergrond. Deze twee kenmerken (migratieachtergrond en niet-Nederlandse culturele identificatie) hangen vaak met elkaar samen maar meestal is slechts een van beide statistisch significant, in dit geval dus bezoekers met een (ook) niet-Nederlandse culturele identificatie. De groep vindt dit interessant voor de sector: voorstellingen hoeven niet altijd zwaar te zijn. Misschien houden deze bezoekers van humor en lichtheid omdat hun identiteit al zo vaak geproblematiseerd wordt. Hbo- en wo-opgeleiden, alsook ervaren theaterbezoekers, vinden het minder belangrijk om te kunnen lachen bij een voorstelling. Humor lijkt dus een instrument om nieuw publiek aan te trekken.

Tot slot zijn er bij de motieven nog een aantal stellingen die over de intellectuele uitdaging van het theaterbezoek gaan. 'Ik kom naar het theater voor een nieuwe ervaring' is een belangrijk motief voor jongeren, vrouwen, hbo- en wo-opgeleiden en ervaren theaterbezoekers. 'Ik kom naar het theater om aan het denken gezet te worden' laat een vergelijkbaar patroon in de resultaten zien. De resultaten voor de stelling 'Ik wil in het theater iets leren over voor mij onbekende leefwerelden'

wijken af van de andere twee. Deze stelling geldt wel voor vrouwen en frequente theaterbezoekers maar niet voor hbo- en wo-opgeleiden, wat een opvallend en enigszins ongemakkelijk resultaat is.

Belangrijk vandaag (bijlagen 3 en 4)

Zowel in de schriftelijke als in de online survey werd respondenten gevraagd naar wat voor hen belangrijk was bij hun bezoek aan de specifieke voorstelling waar ze voor waren gekomen. De respondenten konden bij een aantal statements telkens de mate van belangrijkheid aangeven op een schaal van 1 tot 4. In het algemeen vond met het onderwerp van de voorstelling het belangrijkste, gevolgd door het zich thuis voelen in *dit* theater (anders dan bij de vraag naar de motieven over theaterbezoek in het algemeen ging het hier om het zich thuis voelen in het specifieke theater waar men de voorstelling bezocht). Of de vrienden of partner van de respondent ook konden gaan was eveneens een belangrijke motivatie voor het voorstellingsbezoek, alsook de bereikbaarheid van het theater. Uitgaansmogelijkheden rond het theater, het randprogramma en eventuele kortingsacties werden in het algemeen minder belangrijk gevonden.

Als we de kenmerken van bezoekers koppelen aan wat ze belangrijk vonden vandaag, dan zien we bijvoorbeeld dat ouderen het onderwerp van de voorstelling iets belangrijker vinden dan jonge bezoekers. Ook mensen met een (ook) niet-Nederlandse culturele identificatie vinden het onderwerp van de voorstelling bovengemiddeld belangrijk, terwijl meer ervaren bezoekers minder op het onderwerp afgaan. Opvallend is dat hier een verschil optreedt tussen de producties: bij de ene productie vinden bezoekers het onderwerp belangrijker dan bij de andere productie. Voor de stuurgroep lijkt dit logisch: veel nieuw publiek komt in eerste instantie op het onderwerp van een voorstelling af. Je hoopt dat deze bezoekers later terugkomen als het onderwerp voor hen misschien minder van belang is. Ook is het zo dat sommige producties, zoals bijvoorbeeld die van Jakop Ahlbom, geen publiek trekken vanwege het onderwerp (maar eerder vanwege de vorm), terwijl inhoudelijke voorstellingen die maatschappelijke thema's behandelen dat juist wel doen.

Bij scores van de stelling 'Ik voel me thuis in dit theater' lijkt er geen verschil tussen de theaters te zijn. In het ene theater voelt men zich niet meer thuis dan in het andere. Wel geven ouderen, vrouwen en meer ervaren theaterbezoekers aan 'Ik voel me thuis in dit theater' belangrijk te vinden. Of vrienden of partner ook naar de voorstelling konden gaan wordt door jongeren, mannen, hbo- en wo-opgeleiden, mensen zonder migratieachtergrond en minder ervaren theaterbezoekers belangrijk gevonden. Bij de laatste groep lijkt dit logisch: als je minder vaak gaat, vind je het belangrijker om samen met iemand anders te gaan. De vraag komt op of er ook een verband zou kunnen zitten tussen de verschillende dingen die men al dan niet belangrijk vindt. Als het onderwerp voor een bepaalde groep bijvoorbeeld heel belangrijk is, zijn praktische overwegingen dan minder belangrijk? Als je een voorstelling heel graag wil zien, dan maakt het misschien niet zoveel uit of vrienden of partner ook gaan. De eventuele correlaties tussen wat belangrijk was vandaag kunnen inderdaad verder worden onderzocht.

De kosten, zowel van de voorstelling zelf als van de hele avond, worden door jongeren en niet-hbo- en wo-opgeleiden als belangrijk aangemerkt. Dit zou een effect van inkomen kunnen zijn; daar is in het onderzoek niet naar gevraagd. Wel zou het inkomenseffect geanalyseerd kunnen worden aan de hand van de beroepen van de respondenten, die wel in kaart zijn gebracht. De analyse van de beroepen is echter nog niet uitgevoerd en volgt later.

Het theaterbezoek kunnen organiseren met werk en gezin wordt door jongeren, vrouwen, primair gesocialiseerden, hbo- en wo-opgeleiden en minder frequente theaterbezoekers belangrijk gevonden. Deze resultaten zijn nogal heterogeen; ze zijn niet meteen te duiden. Misschien geldt hier dat je minder vaak naar het theater gaat (en dus een minder frequente/ervaren theaterbezoeker

bent) als theaterbezoek in de praktijk moeilijker te regelen is, bijvoorbeeld voor mensen met jonge kinderen.

Het randprogramma, de uitgaansmogelijkheden rond het theater en kortingsacties worden door hbo- en wo-opgeleiden minder belangrijk gevonden dan gemiddeld. Ouderen vinden het randprogramma en de uitgaansmogelijkheden wel belangrijk. Dat ervaren theaterbezoekers kortingsacties belangrijk vinden, lijkt een moeilijk te interpreteren effect. Misschien zijn mensen die vaak naar het theater gaan gebaat bij kortingsacties omdat de kosten bij frequent theaterbezoek best kunnen oplopen. Omdat niet alle resultaten makkelijk te duiden zijn, lijkt het goed om ze te laten bezinken en later nog eens te reflecteren op de gegevens.

Hoe wist u (bijlagen 5 en 6)

Op de vraag hoe men van de voorstelling wist (die zowel in de online als in de schriftelijke vragenlijst werd gesteld) antwoordde het grootste deel van de respondenten 'Van familie, partner, vrienden of kennissen'. Dit benadrukt wederom het sociale aspect van het theater. Een mailing of nieuwsbrief van het theater, de website van het theater en een recensie in de krant werden ook vaak genoemd als communicatiekanalen. Sociale media en andere bronnen zoals collega's, posters en flyers e.d. werden minder vaak genoemd. Opvallend is dat de nieuwsbrief van het theater zo goed werkt. Het gaat daarbij wel om bestaand publiek, maar het is blijkbaar een belangrijk communicatiemiddel om herhaalbezoek te stimuleren. Sommige mensen hadden op de schriftelijke vragenlijst We Are Public geschreven, terwijl dit niet opgenomen was in de lijst van mogelijkheden. Dit toont het belang van dit initiatief. De vraag komt op of respondenten de nieuwsbrief van het theater bedoelden, of eerder de nieuwsbrief van het gezelschap of een ander kanaal, zoals We Are Public. In de vraagstelling gaat het duidelijk over de nieuwsbrief van het theater, maar het valt niet te achterhalen of alle respondenten dit juist hebben gelezen.

Jongeren, mannen, primair gesocialiseerden, minder frequente theaterbezoekers, niet-hbo- en wo-geschoolden en mensen met een migratieachtergrond kwamen het vaakst via familie, vrienden of partner naar de voorstelling. Het omgekeerde zien we bij de mailing of nieuwsbrief van het theater: deze werkt vooral goed voor ouderen, mensen die theaterbezoek minder van thuis uit meekregen, hbo- en wo-opgeleiden en meer ervaren theaterbezoekers. Je ziet dus duidelijk verschillende kanalen voor verschillende groepen. De website van het theater wordt door dezelfde groepen gebruikt als de nieuwsbrief, behalve dat jongeren hier meer gebruik van maken. Krantenrecensie trekken vooral ouderen en primair gesocialiseerden aan, terwijl sociale media het beter doen bij jongeren. Ervaren theaterbezoekers maken ook wel gebruik van de sociale mediakanalen van het gezelschap (niet het theater). Misschien volgen deze bezoekers eerder een specifieke acteur of een bepaald gezelschap dan het programma van een theater. Theaters lijken beter gebruik te kunnen maken van hun website en nieuwsbrief dan dat ze tijd en middelen investeren in sociale media. Met het grote aanbod dat zij hebben is het moeilijk om goede content te maken voor sociale media.

Conclusie en verder

Het is interessant om concrete cijfers te zien, die soms bevestigen wat al bekend was en soms juist ingaan tegen wat je verwachtte. Ineke Nagel merkt op dat de resultaten toevallige effecten kunnen bevatten. Niet alles is even belangrijk en even makkelijk te duiden. Hier dient rekening mee gehouden te worden. Verder zullen de analyses opnieuw worden uitgevoerd met inbegrip van de 400 vragenlijsten die eerder buiten beschouwing werden gelaten (zie het verslag van de stuurgroep meeting van 5 maart 2025). Ook zullen de beroepen van de respondenten nog worden geanalyseerd, waardoor er met name wat de motieven betreft mogelijk bijkomende conclusies zijn. Grotendeels

kloppen de cijfers zoals ze nu bekend zijn echter wel, dus de hoofdstukken hierover voor het publieksverslag kunnen worden geschreven.

Tot slot zouden de resultaten die uit het onderzoek voortkomen kunnen worden vergeleken met de algemene bevolking in Nederland. Zo zouden we kunnen nagaan in hoeverre de respondenten in het onderzoek een afspiegeling zijn van de samenleving. Cijfers over beroepen, migratieachtergrond e.d. worden bijgehouden door het CBS. Maar het vergt enig onderzoek om te achterhalen of de categorieën in het onderzoek op dezelfde manier zijn afgebakend als bij het CBS.

Op 10 maart wordt door de betrokkenen bij het publieksverslag verder gesproken over de analyses en wordt er geïnventariseerd wat er nog nodig is voor het verslag. De stuurgroep leden kunnen tot die tijd hun feedback doorgeven.

BIJLAGEN

1. Motieven theaterbezoek algemeen

Tabel : Motieven voor theaterbezoek. Gemiddelde scores op schaal 1 - 4 *, factoranalyse ** (N =)							
				Factor			
		Mean	Std. Deviation	1	2	3	
v15a 'Ik voel mij thuis in het theater'	2176	3,47	0,68				
v15b 'Ik vind het fijn om in het theater mensen tegen te komen die op mij lijken'	2168	2,21	0,87		0,79		
v15c 'Ik vind het prettig om mezelf in een theatervoorstelling te kunnen herkennen'	2177	2,41	0,85		0,58		
v15d 'Ik vind het fijn als een voorstelling een duidelijk verhaal heeft'	2174	2,70	0,81			0,56	
v15e 'Ik hou van complexe voorstellingen'	2175	2,81	0,77			-0,39	
v15f 'Ik vind het belangrijk om te kunnen lachen om een voorstelling'	2172	2,46	0,82			0,49	
v15g 'Ik kom naar het theater voor een nieuwe ervaring'	2175	3,39	0,63	0,63			
v15h 'Ik kom naar het theater om aan het denken gezet te worden'	2178	3,27	0,69	0,77			
v15i 'Ik wil in het theater iets leren over voor mij onbekende leefwerelden'	2175	3,01	0,74	0,74			
v15j 'Ik ga naar het theater om anderen ontmoeten die dit soort activiteiten ook leuk vinden'	2169	2,01	0,86		0,34		
Extraction Method: Principal Axis Factoring. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.							
1 = klopt helemaal niet							
2 = klopt niet helemaal							
3 = klopt best goed							
4 = klopt helemaal							

2. Motieven theaterbezoek algemeen naar kenmerken bezoekers

Significante resultaten staan vetgedrukt

Motieven afzonderlijk	Ik voel mij thuis in het theater	
<i>N = 2184 (van 3607)</i>	+ achtergrond	+ theaterbezoek
constante	3,151	2,322
leeftijd (in jaren: 25=0)	0,004	0,002
vrouw	0,029	0,019
primaire socialisatie (ouders - vroege start)	0,228	0,149
opleidingsniveau	0,067	0,036
migratieachtergrond	-0,069	0,012
culturele identificatie (ook) niet nederlands	-0,046	-0,027
frequentie theaterbezoek		1,164

Motieven afzonderlijk	Ik vind het fijn om in het theater mensen tegen te komen die op mij lijken		v15c 'Ik vind het prettig om mezelf in een theatervoorstelling te kunnen herkennen'		Ik ga naar het theater om anderen ontmoeten die dit soort activiteiten ook leuk vinden	
<i>N = 2184 (van 3607)</i>	+ achtergrond	+ theaterbezoek	+ achtergrond	+ theaterbezoek	+ achtergrond	+ theaterbezoek
constante	2,422	2,280	2,800	2,642	2,199	1,872
leeftijd (in jaren: 25=0)	-0,007	-0,008	-0,012	-0,013	0,008	0,007
vrouw	0,006	0,004	0,014	0,012	0,034	0,031
primaire socialisatie (ouders - vroege start)	0,239	0,225	0,015	0,000	0,272	0,242
opleidingsniveau	-0,314	-0,319	-0,220	-0,225	-0,521	-0,521
migratieachtergrond	0,259	0,272	0,308	0,322	-0,109	-0,078
culturele identificatie (ook) niet nederlands	-0,023	-0,020	0,086	0,089	-0,001	0,007
frequentie theaterbezoek		0,198		0,219		0,454

Motieven afzonderlijk	Ik vind het fijn als een voorstelling een duidelijk verhaal heeft		Ik hou van complexe voorstellingen		Ik vind het belangrijk om te kunnen lachen om een voorstelling	
	+ achtergrond	+ theaterbezoek	+ achtergrond	+ theaterbezoek	+ achtergrond	+ theaterbezoek
constante	3,073	3,382	2,620	2,178	2,936	3,272
leeftijd (in jaren: 25=0)	-0,002	-0,001	-0,003	-0,005	-0,010	-0,009
vrouw	0,081	0,085	-0,148	-0,154	0,002	0,006
primaire socialisatie (ouders - vroeg start)	-0,121	-0,092	0,232	0,191	-0,017	0,015
opleidingsniveau	-0,336	-0,308	0,275	0,259	-0,482	-0,470
migratieachtergrond	0,352	0,323	0,030	0,072	0,046	0,013
culturele identificatie (ook) niet nederlands	0,000	-0,008	0,023	0,033	0,135	0,127
frequentie theaterbezoek		-0,431		0,617		-0,470

	Ik kom naar het theater voor een nieuwe ervaring		Ik kom naar het theater om aan het denken gezet te worden		Ik wil in het theater iets leren over voor mij onbekende leefwerelden	
Motieven afzonderlijk						
	+ achtergrond	+ theaterbezoek	+ achtergrond	+ theaterbezoek	+ achtergrond	+ theaterbezoek
constante	3,248	3,013	3,121	2,762	3,075	2,703
leeftijd (in jaren: 25=0)	-0,003	-0,003	-0,003	-0,004	-0,001	-0,002
vrouw	0,063	0,060	0,017	0,012	0,104	0,099
primaire socialisatie (ouders - vroeg start)	0,057	0,034	0,143	0,108	0,121	0,086
opleidingsniveau	0,261	0,253	0,345	0,331	0,087	0,074
migratieachtergrond	-0,060	-0,038	0,020	0,053	-0,053	-0,018
culturele identificatie (ook) niet nederlands	0,029	0,034	0,006	0,015	0,042	0,052
frequentie theaterbezoek		0,327		0,504		0,520

3. Belangrijk vandaag

Belangrijk vandaag algemeen	N - inclusief nvt	N -valid	Mean	Std. Deviation
v16d 'Belangrijk bij deze voorstelling: Het onderwerp van deze voorstelling'	3482	3365	3,32	0,80
v16g 'Belangrijk bij deze voorstelling: Ik voel me thuis in dit theater'	3459	3232	2,78	0,94
v16f 'Belangrijk bij deze voorstelling: Of mijn vrienden of partner ook wilde(n) gaan'	3452	3072	2,63	1,09
v16a 'Belangrijk bij deze voorstelling: De bereikbaarheid van dit theater'	3442	3199	2,54	0,95
v16b 'Belangrijk bij deze voorstelling: De kosten van deze voorstelling (van het kaartje)'	3449	3160	2,15	0,92
v16e 'Belangrijk bij deze voorstelling: Hoe ik het kon organiseren met werk, gezin'	3442	2651	2,13	1,06
v16c 'Belangrijk bij deze voorstelling: De totale kosten van deze avond	3441	3118	2,01	0,90
v16h 'Belangrijk bij deze voorstelling: Het randprogramma	3441	2835	1,96	0,90
v16i 'Belangrijk bij deze voorstelling: Een kortingsactie, aanbieding'	3445	2697	1,82	1,00
v16j 'Belangrijk bij deze voorstelling: Uitgaansmogelijkheden rondom dit theater'	3428	2860	1,49	0,74

4. Belangrijk vandaag naar kenmerken bezoekers

Significante resultaten staan vetgedrukt

	v16d	v16g	v16f	v16a	v16b	v16c
	onderwerp voorstelling	thuisvoelen in theater	vrienden en partner ook	bereikbaarheid theater	kosten voorstelling	totale kosten
constante	3,129	2,568	3,308	2,655	2,864	2,649
leeftijd (in jaren: 25=0)	0,001	0,007	-0,004	-0,007	-0,013	-0,009
vrouw	0,142	0,007	-0,119	0,140	0,131	0,129
primaire socialisatie (ouders - vroege start)	-0,056	0,006	-0,017	-0,082	-0,091	-0,053
opleidingsniveau	0,163	-0,441	0,473	0,077	-0,386	-0,352
migratieachtergrond	-0,083	0,203	-0,237	0,086	0,020	-0,053
culturele identificatie (ook) niet nederlands	0,167	-0,050	-0,009	-0,015	-0,009	-0,009
frequentie theaterbezoek	-0,154	0,492	-1,079	-0,014	-0,051	-0,071
productie: thema culturele identiteit	0,058					

	v16e	v16h	v16i	v16j
	organiseren	randprogramma	kortingsactie	uitgaansmogelijkheden
constante	2,353	2,191	2,078	1,733
leeftijd (in jaren: 25=0)	-0,015	0,008	-0,002	0,003
vrouw	0,123	0,051	0,159	-0,060
primaire socialisatie (ouders - vroege start)	0,288	0,027	-0,080	0,162
opleidingsniveau	0,448	-0,507	-0,647	-0,280
migratieachtergrond	0,209	0,080	0,126	0,076
culturele identificatie (ook) niet nederlands	-0,071	0,099	-0,006	0,084
frequentie theaterbezoek	-0,545	-0,106	0,355	-0,173
productie: thema culturele identiteit				

5. Hoe wist u

[naar percentage aantal respondenten]

v18d 'Hoe wist u: van familie, partner, vrienden of kennissen'	32,1
v18c 'Hoe wist u: via een mailing, nieuwsbrief van het theater (wel of niet als onderdeel van een abonnement)'	31,9
v18j 'Hoe wist u: door bezoek van de internet pagina van het theater of theatergezelschap'	21,4
v18k 'Hoe wist u: door een artikel of recensie in de krant'	18,2
v18b 'Hoe wist u: door aandacht en reacties op sociale media van het theatergezelschap, acteurs (Instagram, Tiktok, Facebook)'	7,3
v18a 'Hoe wist u: door aandacht en reacties op sociale media van het theater (Instagram, Tiktok, Facebook)'	5,7
v18f 'Hoe wist u: van collega's'	3,6
v18i 'Hoe wist u: van een poster of flyer'	3,3
v18l 'Hoe wist u: via radio of televisie'	2,3
v18e 'Hoe wist u: van school'	1,8
v18h 'Hoe wist u: van (buurt)vereniging, buurthuis, lokale gemeenschap'	0,6
v18g 'Hoe wist u: van kerk, moskee, synagoge, gebedshuis'	0,1

6. Hoe wist u naar kenmerken bezoekers

Significante resultaten staan vetgedrukt

	v18d	v18c	v18j	v18k	v18b	v18a
	familie, vrienden	mailing theater	website theater	krant	socal media 1	socal media 2
constante	1,723	-5,185	-2,953	-4,232	-2,877	-2,298
leeftijd (in jaren: 25=0)	-0,013	0,040	-0,013	0,036	-0,020	-0,016
vrouw	-0,174	0,141	0,164	0,307	0,308	0,233
primaire socialisatie (ouders - vroege start)	0,494	-0,349	-0,196	0,442	0,506	-0,277
opleidingsniveau	-0,689	0,647	0,638	0,469	-0,436	-0,350
migratieachtergrond	0,375	-0,248	-0,014	-0,278	0,166	0,044
frequentie theaterbezoek	-2,151	3,063	1,755	0,443	0,821	0,047