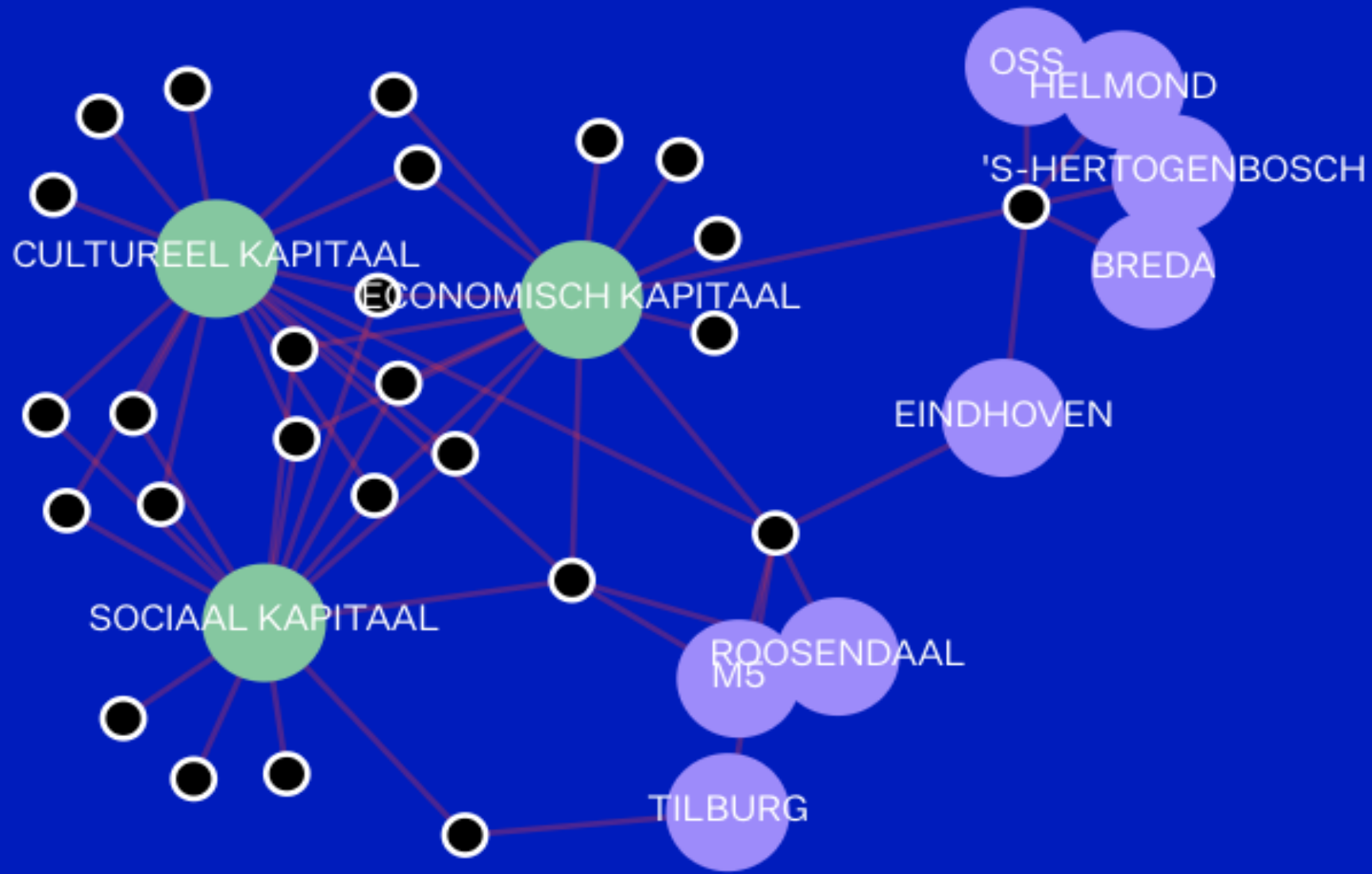


WAARDE VAN CULTUUR

Waarde van cultuur is de cultuurmonitor van Noord-Brabant. Ontwikkelingen in de Brabantse culturele en creatieve sector worden hier in beeld gebracht. Met de monitor wordt cultuurbeleid op verschillende niveaus gevoed en kunnen gefundeerde keuzes gemaakt worden voor beleid.





Cultureel kapitaal

Sociaal kapitaal

Economisch kapitaal

Verkenningen



Sociaal kapitaal



Sociaal kapitaal gaat over de maatschappelijke betekenis van kunst en cultuur: de waarde van kunst, cultuur en erfgoed voor het individu en voor de gemeenschap in Brabant.

[Lees meer →](#)



Brabant ten opzichte van andere provincies

Na een fors dal door de coronamaatregelen trekken de bezoekersaantallen weer aan.

[Lees meer →](#)

Perspectief van Brabanders

De waardering voor het cultuuraanbod stijgt. Veel Brabanders doen aan cultuurbeoefening, maar steeds minder via een vereniging.

[Lees meer →](#)

Culturele doelgroepen van Brabant

Jonge doelgroepen zijn vooral in de grote steden te vinden, daarbuiten treffen we juist de oudere doelgroepen met een intensief cultuurgebruik.

[Lees meer →](#)

Wat wil jij weten?

database van de regionale economie, daarnaast is er aanvullend verzameld voor specifiekere inzichten in Noord-Brabant. Alle data zijn meerjarig.

Regionaal

- Alle
- Provincie
- Gemeente

Thema

- Arbeidsmarkt
- Beroepsonderwijs
- Consumptie
- Cultuuruitingen
- Draagvlak
- Geldstromen
- Organisaties
- Beoefening

Kapitalen

- Economisch Kapitaal
- Sociaal Kapitaal
- Cultureel Kapitaal

SELECTEER INDICATOREN

Kies onder de sectie Dashboard eerst of je data op provinciaal of gemeentelijk niveau wilt zien. Selecteer vervolgens de kapitalen en/of thema's waarover je informatie zoekt. In dit venster verschijnen daarna alle indicatoren die voor jouw zoekopdracht beschikbaar zijn. Je kunt slechts één indicator per keer selecteren.

Je hebt keus uit 168 indicatoren met de geselecteerde filters.

Indicatoren zoeken

- Aandeel van de Brabantse bevolking (16+) dat een cultureel evenement en/of organisatie steunde door donaties (per provincie)
- Aandeel van de Brabantse bevolking (16+) dat een cultureel evenement en/of organisatie steunde door lidmaatschap vriendenvereniging (per provincie)
- Aandeel van de Brabantse bevolking (16+) dat een cultureel evenement en/of organisatie steunde door vrijwilligerswerk (per provincie)
- Aandeel van de Brabantse bevolking (16+) dat een cultureel evenement en/of organisatie steunde op een andere manier dan

Mijn geselecteerde indicatoren (0)

Maak visualisatie →

jongeren



[Back to all results](#)

KAPITALEN (5):

Werkgelegenheid en bedrijvigheid

Er zijn meer banen in de creatieve sector dan voor corona. Brabant kenmerkt zich door kleine contracten, veel oproepkrachten en jonge werknemers.

Verschillen tussen Brabanders

Jongeren zijn cultureel actiever en zijn bereid om meer geld te besteden, maar waarderen het cultuuraanbod lager.

Vrije ruimten, cultuur en brede welvaart

Culturele derde plekken dragen bij aan de kwaliteit van leven. We bepleiten deze locaties een plek te geven in monitors naar brede welvaart.

KAPITAAL

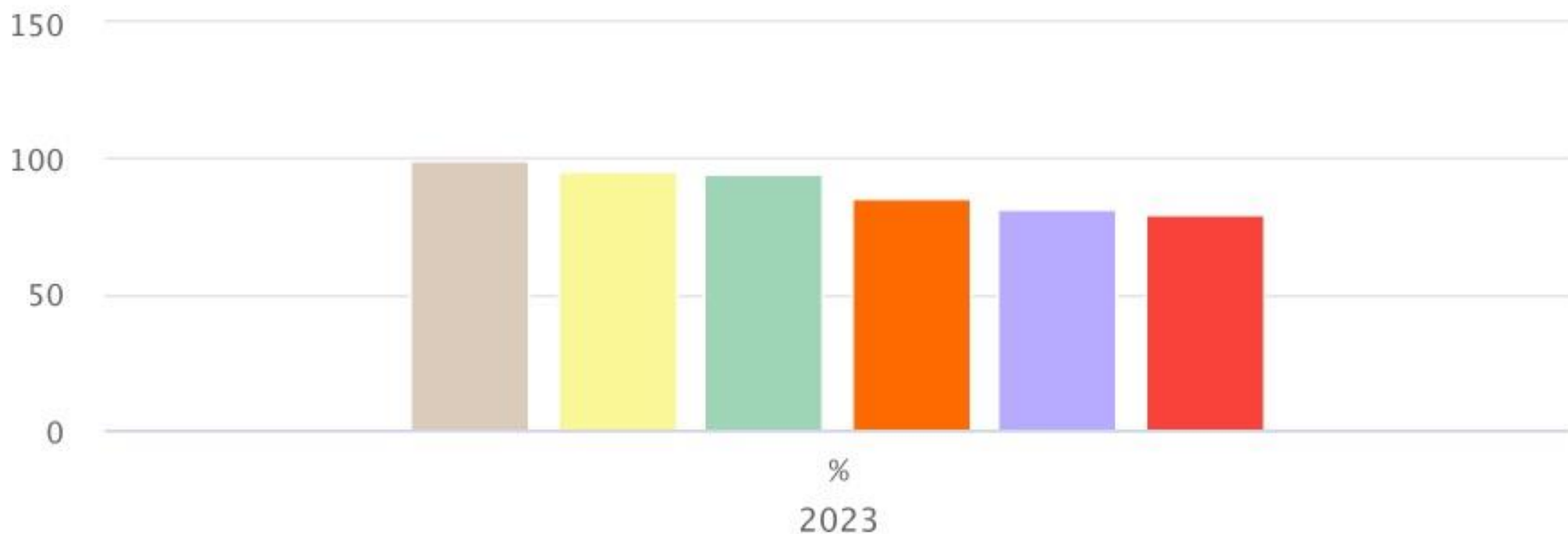
VERSCHILLEN TUSSEN BRABANDERS

Met de Cultuurpeiling wordt tweejaarlijks een grote en diverse groep Brabanders ondervraagd. Dat geeft niet alleen een [beeld van 'de Brabander'](#), we kijken ook naar verschillen tussen Brabanders. Dit zijn verschillen in cultuurconsumptie (bezoek, beoefening, mediagebruik, lidmaatschap, steun en waardering) en verschillen tussen leeftijden, geslacht, opleidingsniveau en woonplaats (zeven grote steden versus de rest).



Bezoek aan een culturele activiteit

Bron: Cultuurpeiling - Het aandeel (%) Brabanders in de leeftijdsgroep dat een culturele activiteit heeft bezocht

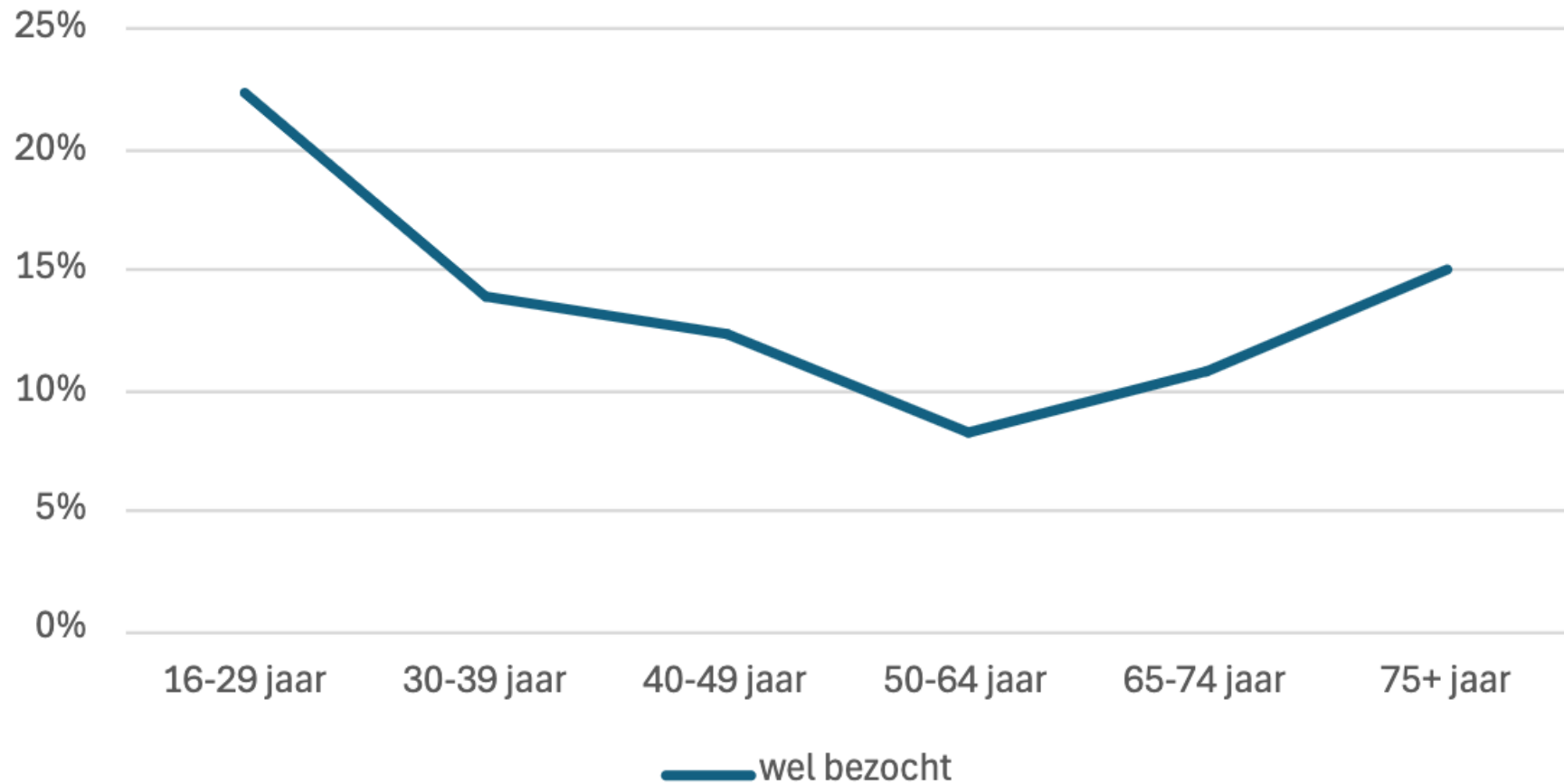


Wat bezoeken jongeren?

	min 1 pj	vaker			
			Musical	47%	18%
Bioscoop	90%	73%	Comedy	40%	17%
Festival	77%	51%	Beurs/conventie	24%	16%
Popmuziek	70%	42%	Klassieke muziek	22%	10%
Museum	67%	38%	Andere dans	16%	7%
Dance	60%	44%	Literair	14%	9%
Bibliotheek	50%	31%	Ballet / modern	13%	7%
Theater	48%	17%	Opera	12%	7%

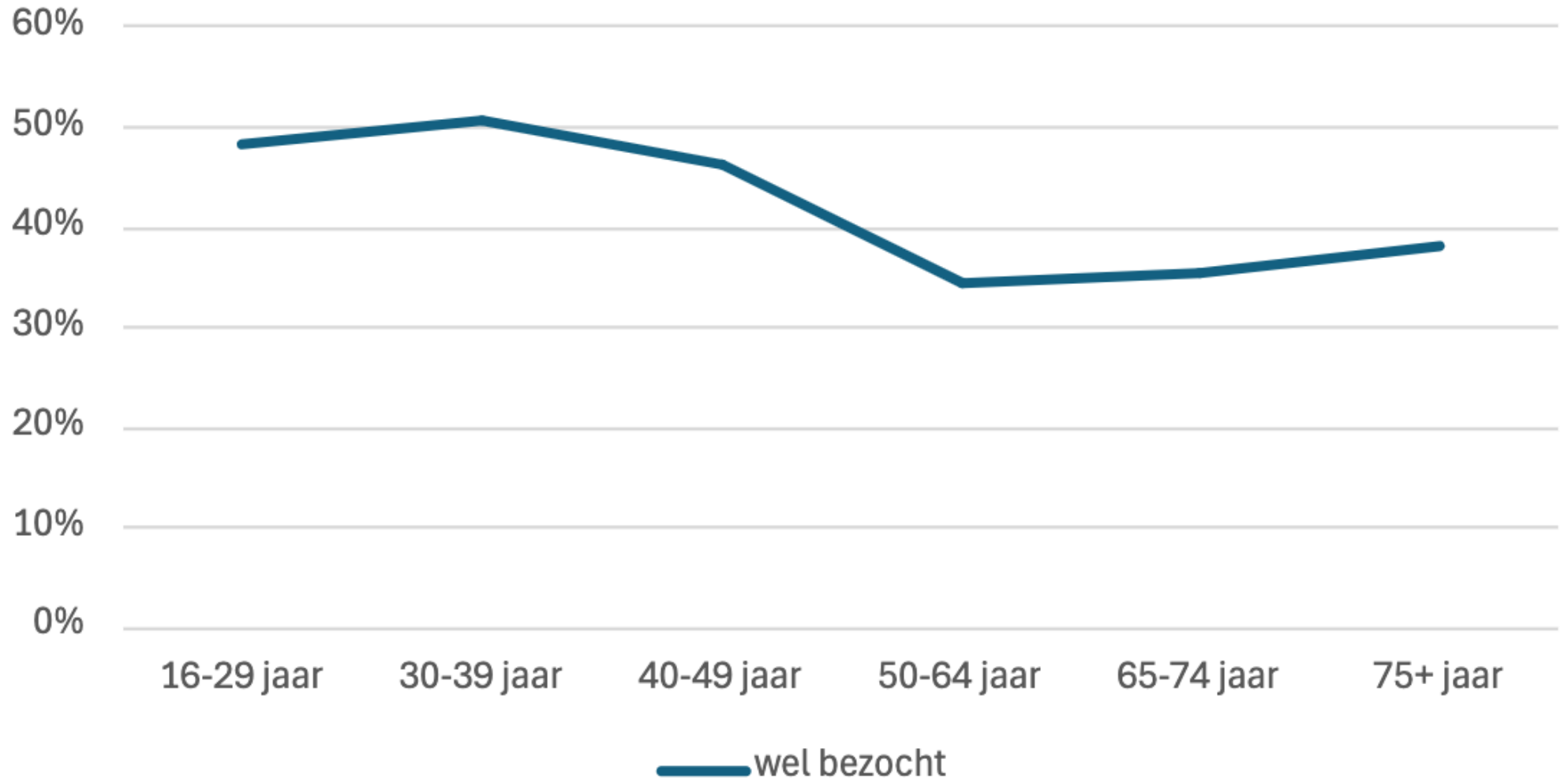
Leeftijdscurve cultuurbezoek

Klassieke muziek



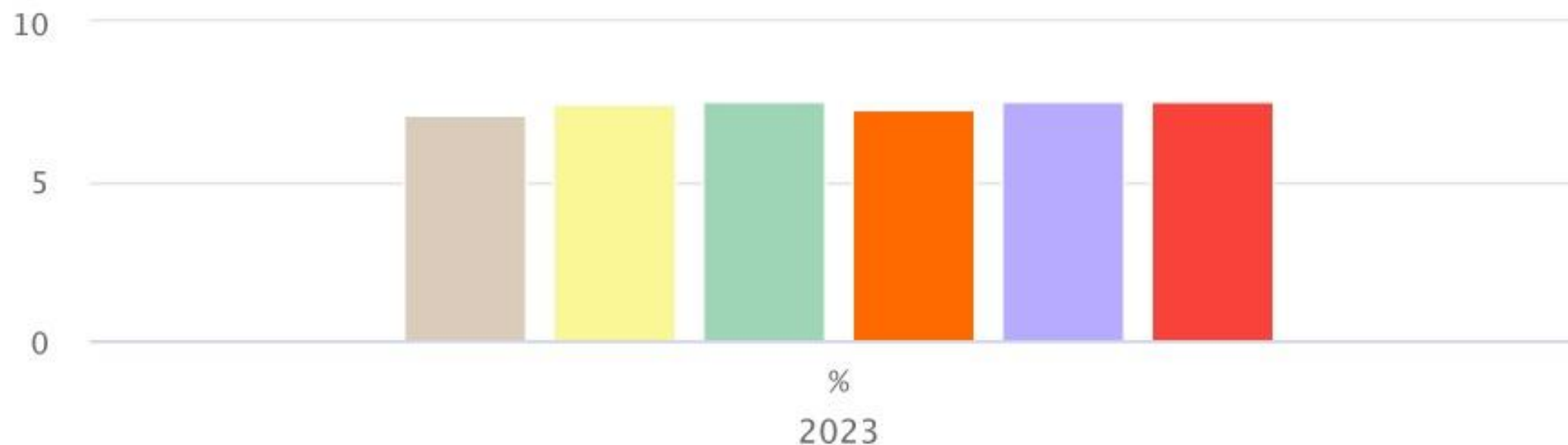
Leeftijdscurve cultuurbezoek

Theater



Rapportcijfer cultureel aanbod per leeftijdsgroep

Bron: Cultuurpeiling - De beoordeling van het totale cultuuraanbod in Noord-Brabant door de leeftijdsgroep



KUNSTLOC
BRABANT

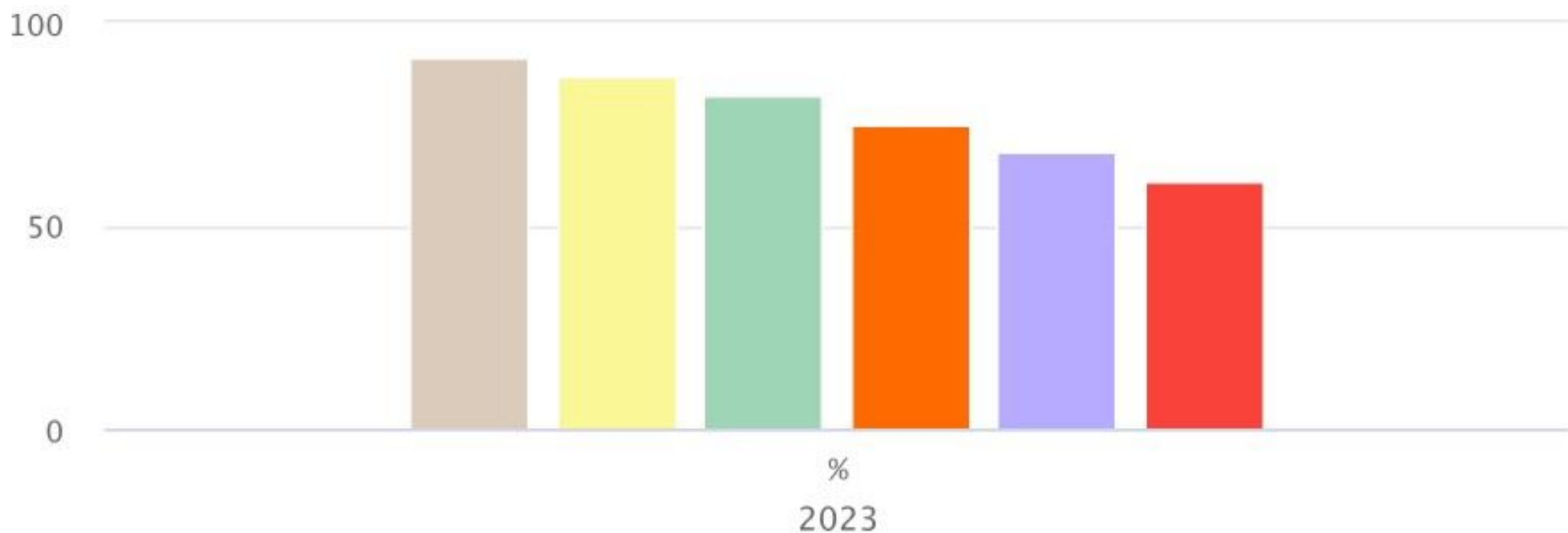
16 t/m 29-jarigen
50 t/m 64-jarigen

30 t/m 39-jarigen
65 t/m 74-jarigen

40 t/m 49-jarigen
75 t/m 85-jarigen

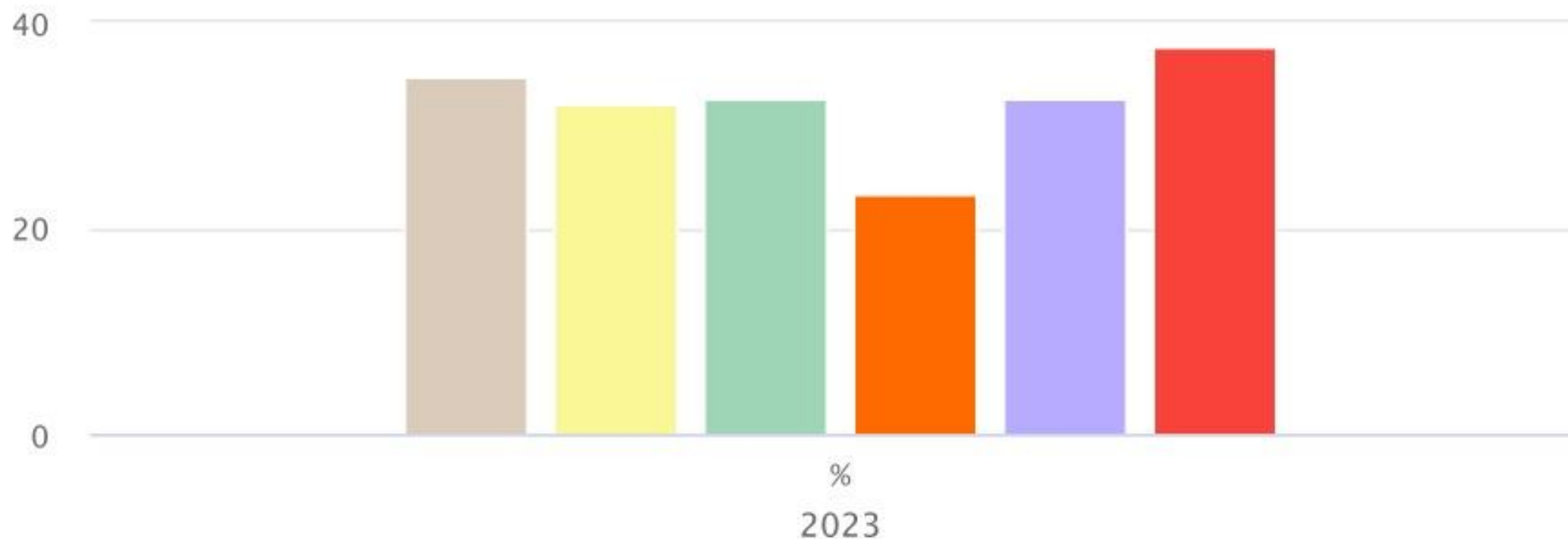
Beoefenen van een creatieve activiteit

Bron: Cultuurpeiling - Het aandeel (%) Brabanders in de leeftijdsgroep dat hobbymatig culturele en kunstzinnige activiteiten beoefend heeft



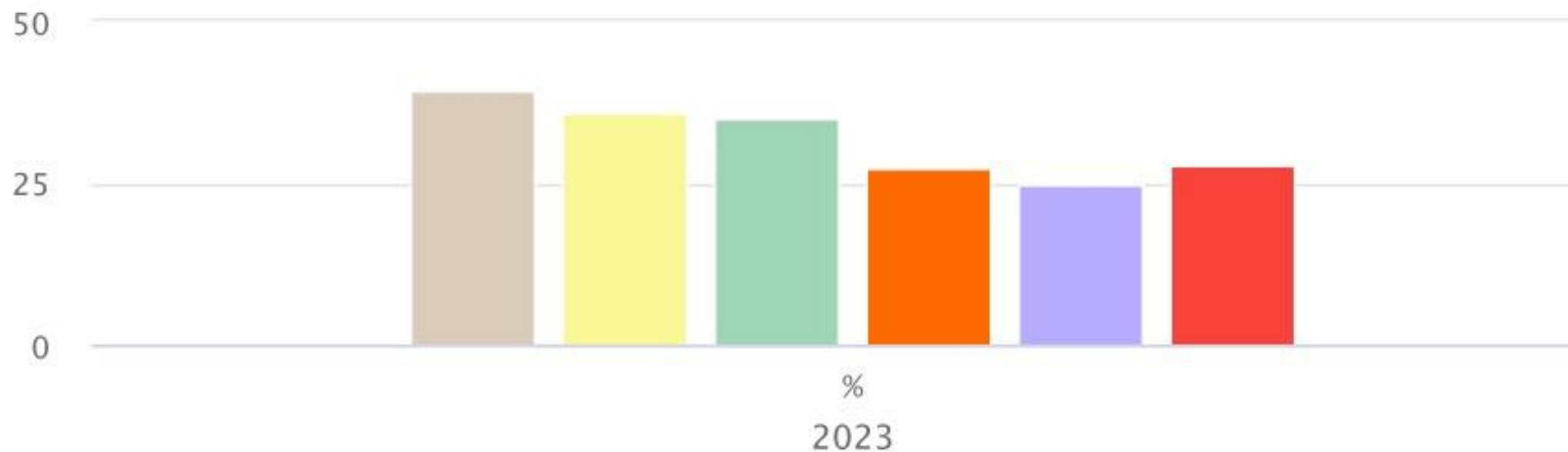
Lidmaatschap per leeftijdsgroep

Bron: Cultuurpeiling - Het aandeel (%) Brabanders in de leeftijdsgroep dat lid was van een culturele of erfgoedgerelateerde vereniging of organisatie



Beoefenen van cultuur vormt een belangrijk onderdeel van mijn leven

Bron: Cultuurpeiling - Het aandeel (%) Brabanders in de leeftijdsgroep voor wie het zelf beoefenen van cultuur een belangrijk onderdeel van het leven vormt



Brabantse jongeren

99,1% cultuurbezoeker

91,6% cultuurbeoefenaar

39,6% cultuur beoefenen is een belangrijk onderdeel van het leven

7.1 rapportcijfer cultureel aanbod

Waarom zijn wij hier?

Wat weten we nu niet?

Databehoeftes

2023

- Wat is de impact van cultuur op een individu?
- Wat is de cultuurbeleving van de jongere? Voelen ze zich aangesproken, inclusief?
- Wat zijn ervaringen van jongeren met de culturele activiteiten die ze ondernomen hebben? Hoe beoordelen ze de dienstverlening?
- Wat zijn motivaties rondom cultuurparticipatie? Waarom gaan jongeren juist wel of niet naar een bepaald genre of bepaalde instellingen / locaties?

Inventarisatie jongerendata culturele sector



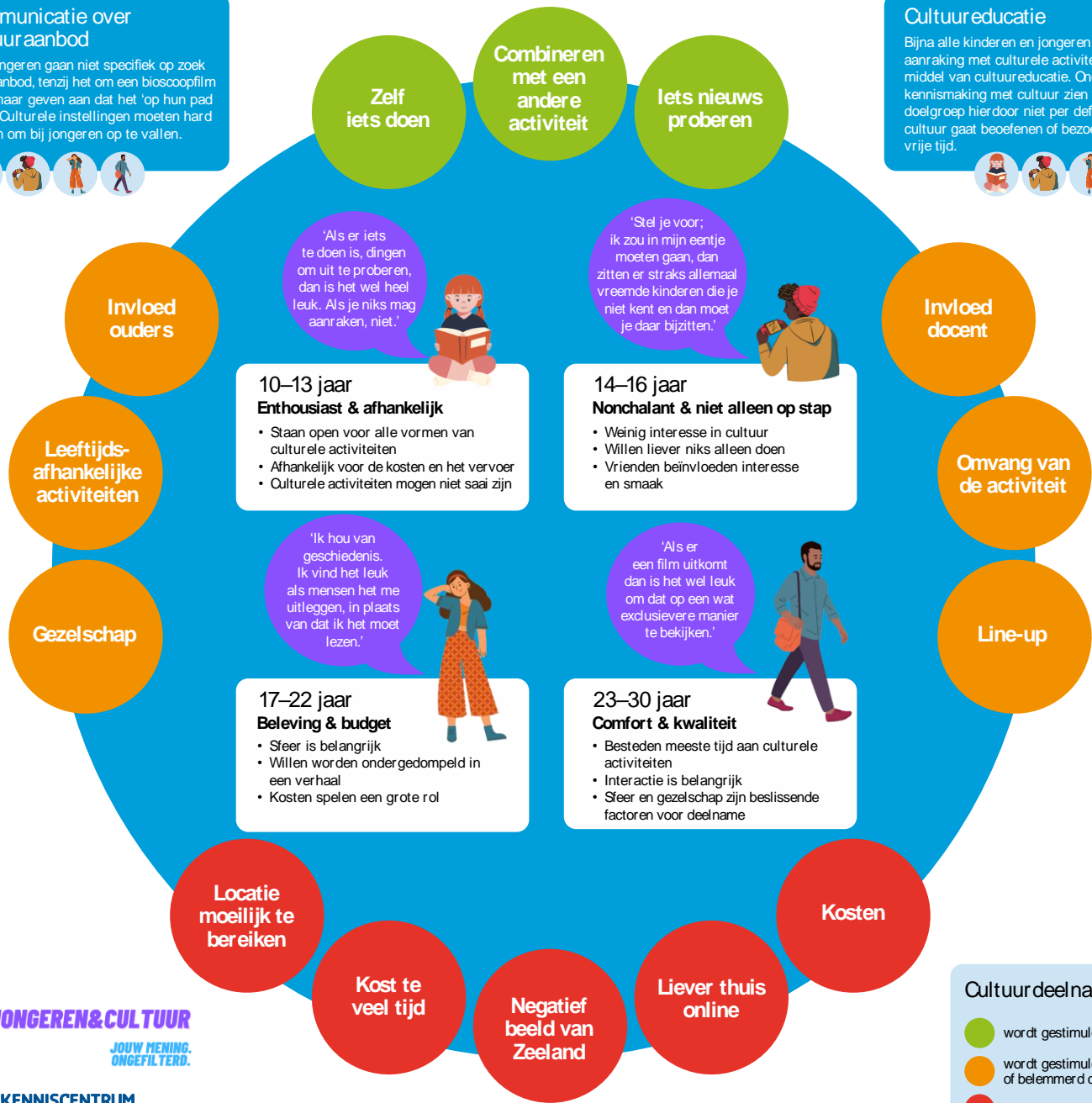
Waarde van cultuur

- Jongeren noemen sociaal contact en/of persoonlijke ontwikkeling vaker als motieven voor culturele activiteiten dan oudere leeftijdsgroepen.
- Wanneer ze niet deelnemen aan culturele activiteiten, geven jongeren vaker aan dat hun gezondheid dit niet toelaat.

Communicatie over cultuur aanbod
 Veel jongeren gaan niet specifiek op zoek naar aanbod, tenzij het om een bioscoopfilm gaat, maar geven aan dat het 'op hun pad komt'. Culturele instellingen moeten hard werken om bij jongeren op te vallen.



Cultuur educatie
 Bijna alle kinderen en jongeren komen in aanraking met culturele activiteiten door middel van cultuureducatie. Ondanks deze kennismaking met cultuur zien we dat de doelgroep hierdoor niet per definitie meer cultuur gaat beoefenen of bezoeken in de vrije tijd.



'Als er iets te doen is, dingen om uit te proberen, dan is het wel heel leuk. Als je niks mag aanraken, niet.'



'Stel je voor; ik zou in mijn eentje moeten gaan, dan zitten er straks allemaal vreemde kinderen die je niet kent en dan moet je daar bijzitten.'



'Ik hou van geschiedenis. Ik vind het leuk als mensen het me uitleggen, in plaats van dat ik het moet lezen.'



'Als er een film uitkomt dan is het wel leuk om dat op een wat exclusievere manier te bekijken.'



Jongeren en cultuur in Helmond (Het PON & Telos)

- Jongeren vinden het sociale aspect van cultuur belangrijk, maar doen alsnog veel creatieve activiteiten alleen
- Sociale media als inspiratiebron
- Passieve cultuurdeelname wordt door de jongeren niet herkend als cultuurdeelname
- Onbekendheid met het aanbod, 'onbekend maakt onbemind'



Jongeren en cultuur in Helmond

Een kwalitatief onderzoek naar ontwikkelingen en behoeften in cultuurdeelname onder jongeren in de gemeente Helmond

Cultuur voor Jongeren: De Kansen en Uitdagingen in Midden-Holland (Berenschot)

Jongeren zien hun activiteiten vaak niet als cultureel of creatief, ze blijken een smalle perceptie van cultuur te hebben. Dit komt overeen met ander onderzoek.

Veelvoorkomende belemmeringen voor cultuurparticipatie zijn: tijdgebrek, geen aansluiting van het aanbod bij interesses, denken dat er geen aanbod is en daarna komt pas als reden de kosten van de activiteit.

Jongeren kennen eigen culturele interesses nog niet goed. Als je ze keuzes voorlegt, kunnen ze vooral aangeven wat hen aanspreekt qua opzet/vorm, nog minder de inhoud.

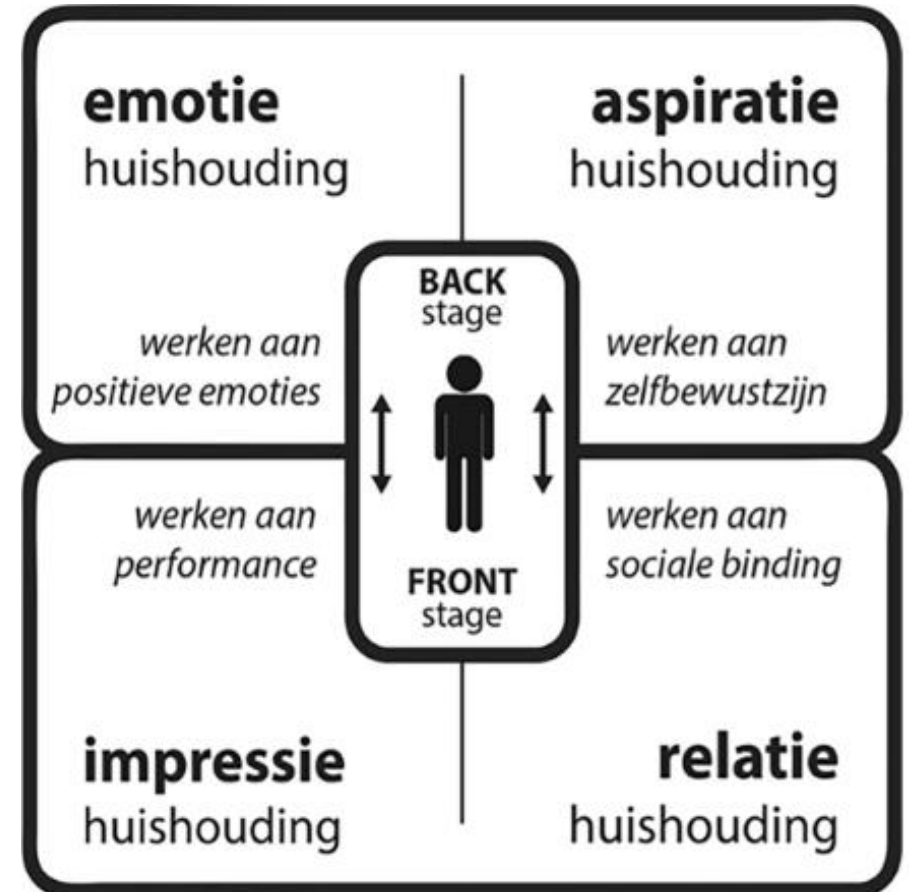
Zichtbaarheid & vindbaarheid van het cultuur aanbod kan beter. Jongeren die wél iets willen doen weten vaak niet waar ze moeten zoeken.

Het sociale aspect (wie komt er nog meer?) is heel belangrijk vaak zelfs nog belangrijker dan de activiteit zelf en al helemaal de aanbiedende partij. Het kan stimulerend, maar ook ontmoedigend werken.

Er is behoefte aan aanbod dat beter aansluit op de interesses van jongeren. **Ze missen variatie en geven de voorkeur aan kortlopende maar terugkerende of tijdelijke pop-up evenementen en activiteiten.**

Take-aways van Maike Kooijmans

- > Via kunst en cultuur kan je jongeren raken in hun ziel en hun helpen in de zoektocht naar wie ze zijn.
- > Het is daarbij belangrijk om zich niet uitsluitend te richten op de prestaties van jongeren (zichtbaar gedrag, frontstage), maar wel het **gesprek aan te gaan over** hun dromen, gevoelens en **aspiraties voor de toekomst** (backstage).
- > Als cultuurorganisaties streven we naar meer participatie van jongeren, maar we blijven daarbij hangen bij de frontstage (zichtbaar gedrag) en vergeten aandacht te schenken aan de emoties en dromen van jongeren.



KAPITAAL

VRIJE RUIMTEN, CULTUUR EN BREDE WELVAART

Geschreven door:
Henk Vinken



impact@kunstlocbrabant.nl

