

Directies, hoofden, medewerkers  
Culturele Instellingen/overige geïnteresseerden.

Utrecht, 28 oktober 2013

Geachte lezers,

Culturele Zondagen (2002), het Uitfeest (1998) en het Utrechts Uitburo (2008) zijn 'producten' van Cultuurpromotie Utrecht (SCU) en hebben tenminste één ding gemeen, ze bestaan bij gratie van het grote en diverse cultuuraanbod dat Utrecht rijk is. Een aanbod dat gerealiseerd wordt door tal van Utrechtse culturele instellingen en organisaties.

In 2010 werden Culturele Zondagen, Uitfeest en Utrechts Uitburo op initiatief van de toenmalige wethouder cultuur Floris de Gelder bijeengebracht in de nieuwe stichting Cultuurpromotie Utrecht. Met als achterliggende gedachte dat drie organisaties die zich inzetten voor de promotie van de Utrechtse cultuur, dat samen efficiënter en sterker zouden kunnen doen.

Na drie jaar met veel enthousiasme producten te hebben (door)ontwikkeld, nieuwe samenwerkingsverbanden te zijn aangegaan en processen te hebben gestroomlijnd leek voor SCU de tijd daar de bekendheid, waardering en 'resultaten' van Culturele Zondagen en het Utrechts Uitburo nader in kaart te brengen. Maar ook meer in het algemeen de interesse in cultuur, daadwerkelijke cultuurconsumptie en informatiebehoefte onder Utrechters te inventariseren.

Ondertussen is het publieksonderzoek dat onderzoeksbureau GfK Intomart in opdracht van Cultuurpromotie Utrecht de afgelopen maanden heeft verricht, afgerond.

Met genoeg presenteren wij u hierbij de hoofdlijnen van de onderzoeksresultaten.

Deze hoofdlijnen geven onder meer inzicht in de tevredenheid van de Utrechters over het Utrechtse cultuuraanbod, de wijze waarop verschillende doelgroepen participeren en zich informeren, de behoefte aan tijdig 'totaaloverzicht', de kansen die er voor de cultuursector en SCU liggen om meer mensen te bereiken, de 'waarde' van Culturele Zondagen allereerst voor het imago van de Utrechtse cultuur, maar ook voor Utrecht zelf.

Open antwoorden en kwalitatieve interviews - slechts summier meegenomen in deze presentatie - geven daarnaast informatie die indicatief kan zijn voor mogelijke trends. Zoals dat mensen graag naar een voorstelling of concert zouden gaan, maar niet weten met wie. Of dat cultuurliefhebbers via pushmeldingen geattendeerd willen worden op voor hen relevante voorstellingen en optredens. Dit soort observaties vraagt om vindingrijkheid van partijen als SCU en de cultuuraanbieders zelf. Vanzelfsprekend gaat SCU ook met deze kleinere observaties aan de slag en zal hierover ter gelegener tijd in contact treden met het veld.

Voor het geheel van uitkomsten geldt dat deze niet alleen worden meegenomen in de doorontwikkeling van de activiteiten van SCU maar ook onderwerp van gesprek zullen zijn in het samenwerkingstraject dat Cultuurpromotie Utrecht en Toerisme Utrecht zijn gestart. Dit traject is er ondermeer opgericht om bewoners en bezoekers van Utrecht meer eenduidig te informeren over het grote en diverse cultuuraanbod.

Wij wensen u genoeg met het bestuderen van bijgaande presentatie.

Namens Cultuurpromotie Utrecht,



Hanneke Bouwsema  
*directeur*