

Cultuurmonitor Maastricht 2017

in opdracht van



Gemeente Maastricht

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Inleiding en onderzoeksverantwoording	4
Infographic	10
Algemeen	17
Artistiek-inhoudelijke waarde	23
Maatschappelijke waarde	38
Samenvatting van de cultuurmonitor en van de drie onderzoeken samen	53
Literatuurlijst	57
Respondenten Cultuurmonitor Maastricht 2017	58

Voorwoord

Voor u ligt het eindrapport van het project Monitoring van de intrinsieke kwaliteiten van de cultuurproductie in Maastricht en van de maatschappelijke impact van cultuur in Maastricht. De ontwikkeling van een cultuurmonitor is onderdeel van de Innovatieagenda Cultuur en is financieel mogelijk gemaakt door de gemeente Maastricht en de Universiteit Maastricht. Aan het project is gewerkt door Joop de Jong, Sandra van Helden en Ward Schoonbrood, allen verbonden aan de Universiteit Maastricht, met een adviserende rol voor dr. Quirijn van den Hoogen, Rijksuniversiteit Groningen, en drs. Anna Ellfers, onderzoekster te Amsterdam. Waardevol advies kwam ook van prof. dr. Arjo Klamer, Erasmus Universiteit Rotterdam, en van de collega-onderzoekers cultuurbeleid tijdens de periodieke bijeenkomsten bij de Boekmanstichting, kenniscentrum voor kunst, cultuur en beleid te Amsterdam.

Een woord van dank ook aan alle personen en organisaties in Maastricht die aan de totstandkoming van de cultuurmonitor hebben bijgedragen. Vanuit de gemeente Maastricht zijn dat Paul Lambrechts, Wilma de Kluzenaar, Helmy Koolen, Marcel 't Sas en Bert Jongen, toenmalig wethouder Cultuur, en vele raadsleden waaronder de huidige wethouder Cultuur Jim Janssen. Zonder hun steun en vertrouwen zou er nu geen cultuurmonitor zijn.

Veel dank voor hun bijdrage vanuit het culturele veld verdienen het bestuur en de leden van het Cultureel Overleg Maastricht (KOM), en de vele bestuursleden van amateurkunstverenigingen die tijd hebben willen vrijmaken om met ons van gedachten te wisselen over de monitoring van de intrinsieke kwaliteiten van de cultuurproductie in Maastricht en van de maatschappelijke impact van cultuur in de stad. En uiteraard geldt die dank ook voor de bereidwilligheid van alle andere respondenten om onze vragen te beantwoorden. Zonder die antwoorden zou er nu geen cultuurmonitor zijn.

Joop de Jong
Universiteit Maastricht

Inleiding en onderzoeksverantwoording

In 2017 kwam het verzoek vanuit de gemeente Maastricht om een “leading” rol te spelen bij “een monitoringstraject om in Maastricht te meten en te wegen wat de intrinsieke kwaliteiten van de cultuurproductie zijn en wat de maatschappelijke impact van cultuur is in de stad”. Tijdens gesprekken hierover is deze vraag nader gepreciseerd. Het ging om het (verder) ontwikkelen en (helpen) implementeren van een meet- en weeginstrument voor de monitoring en evaluatie van de intrinsieke waarde of artistiek-inhoudelijke kwaliteit van kunst en cultuur van de professionele instellingen en van de amateurkunsten in Maastricht, en om het (verder) ontwikkelen en (helpen) implementeren van een meet- en weeginstrument voor de monitoring en evaluatie van de maatschappelijke waarde (impact) van kunst en cultuur in Maastricht. Beide meet- en weeginstrumenten zijn geïntegreerd in één monitoringsinstrument. Het einddoel was immers te komen tot een werkbaar en duurzame metings- en wegingssystematiek die is afgestemd op de behoeften van de gemeente Maastricht en die mogelijk kan dienen als model voor andere gemeenten.

Achtergrond

Het project is gefundeerd op een indeling in de volgende drie cultuurwaarden of kwaliteiten van cultuur: artistiek-inhoudelijk (intrinsiek), maatschappelijk en economisch. Dit zijn tevens drie verschillende benaderingen om de waarde van cultuur te onderzoeken. Deze driedeling past bij een brede visie op kwaliteit en geeft een completer beeld van de waarden en van de prestaties van professionele en amateurcultuurproducenten. Het wegen en afwegen van bijvoorbeeld artistieke kwaliteit tegenover maatschappelijke of economische waarde, wordt ook pas mogelijk indien niet slechts één waarde of kwaliteit is onderzocht. De economische waarde van de cultuurproductie in Maastricht is overigens geen hoofdonderdeel van ons onderzoek. Die waarde staat centraal in de gemeentelijke opdracht aan onze collega prof.dr. Rachel Pownall, School of Business and Economics, en haar onderzoek *Mapping Maastricht: Report on the cultural and creative industries (2018)*.

Veel gebruikt en zinvol voor monitoring is ook de driedeling in productie, distributie en consumptie van cultuur. Cultuur wordt geproduceerd of gecreëerd door professionele makers en door actieve amateurkunstbeoefenaars. Mensen die primair in hun vrije tijd en niet beroepsmatig of op school zingen, muziek maken, schilderen, toneel spelen etc. worden actieve cultuurparticipanten genoemd. Passieve of receptieve cultuurparticipatie is de gebruikelijke naam voor cultuurconsumptie in de vorm van bezoeken van en kijken en luisteren naar cultuur geproduceerd door anderen.

De cultuurscan als tweeluik

Voor de monitoring van de maatschappelijke waarde of impact van cultuur in de vorm van de actieve en passieve cultuurparticipatie van de inwoners van Maastricht is een survey of grootschalig bevolkingsonderzoek gebruikt. Met deze survey is ook de waardering van het culturele aanbod in Maastricht en van de mogelijkheden in de stad om zelf actief cultuur te beoefenen onderzocht, evenals het belang dat de inwoners van Maastricht aan cultuur toekennen. Dit *Onderzoek naar cultuurbeoefening, cultuurbezoek en cultuurwaardering in Maastricht 2017*, verricht in samenwerking met Tout Maastricht en Research2Evolve, vormt een integraal deel van de cultuurscan.

Het vormt samen met dit rapport een tweeluik. Het ene deel van de cultuurscan (de survey) richt zich op de inwoners van Maastricht en kijkt vanuit de bevolking naar de productie en het aanbod van cultuur in de stad. Het survey-deel van de cultuurscan brengt de culturele activiteiten en voorkeuren van de Maastrichtenaren in beeld. Wie participeert aan wat? Wat zijn hun motieven om wel of niet bepaalde culturele activiteiten te ontplooiën, in de stad of daarbuiten? Hoe sluiten de cultuurproductie en het cultuuraanbod in de stad aan bij de voorkeuren van de inwoners? Hoe belangrijk vinden Maastrichtenaren cultuur voor zichzelf en voor de samenleving, en hoe waarderen de inwoners de culturele mogelijkheden in Maastricht? Wij hebben dit eind 2017 aan 12.000 inwoners gevraagd door middel van een grootschalige papieren en digitale survey. De vragen daarin hadden betrekking op het kalenderjaar 2017.

Hierbij is met het oog op de vergelijkbaarheid zo veel mogelijk de indeling en systematiek van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP), het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) en het Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie Amateurkunst (LKCA) gevolgd.

Uit de survey blijkt dat de inwoners in (grote) meerderheid actieve en passieve cultuurparticipanten zijn. Ze beoefenen en produceren zelf actief cultuur – in de regel als amateur en soms als professional – en bezoeken, bekijken en beluisteren (consumenten) cultuur geproduceerd en aangeboden door anderen.

Het andere deel van het onderzoek voor de cultuurscan (de monitor) richt zich op de cultuurproducenten en aanbieders van cultuur in Maastricht: op wat zij doen, waarom en voor wie, op de intrinsieke of artistieke waarde en de maatschappelijke betekenis van hun activiteiten en de effecten daarvan, en waaruit die blijken. We hebben dit met betrekking tot het kalenderjaar 2017 aan de producenten zelf, zowel aan de professionals als aan de amateurs, gevraagd door middel van een digitale vragenlijst.

Door dit tweeluik van survey en monitor geeft de cultuurscan een completer en beter beeld van de waarden van cultuur in en voor de stad. Door het tweezijdige perspectief wordt een eenzijdige focus op aanbod of consumptie, of op slechts één van de drie cultuurwaarden, of op kwaliteit of kwantiteit vermeden. En samen met *Mapping Maastricht: Report on the cultural and creative industries (2018)* vormt de cultuurscan zelfs een drieluik dat alle cultuurwaarden weergeeft.

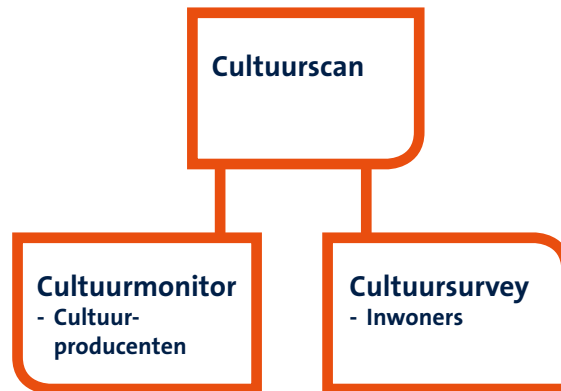
Modellen en indicatoren: Monitor Podiumkunsten en Naar waarde gewogen

‘Meting’ van kwaliteit, waarde, kapitaal, betekenis of impact, vereist zogenaamde indicatoren. Een indicator is hier een meetbaar fenomeen dat een signalerende functie heeft en een aanwijzing geeft over de mate van kwaliteit. Het is volgens de *Van Dale* “een verschijnsel dat op iets wijst”. Meetbaar betekent overigens niet enkel kwantitatief. Dat zou zeker met betrekking tot de intrinsieke en maatschappelijke waarde van cultuur ontoereikend zijn. Juist bij deze waarden gaat het om het zichtbaarder maken van kwaliteit, kwaliteit die zich laat afleiden uit bepaalde indicatoren.

De gebruikte indeling en indicatoren zijn mede in overleg met de betrokkenen vastgesteld. Een van de inspiratiebronnen daarbij was de Monitor Podiumkunsten, ontwikkeld door het Fonds Podiumkunsten in samenwerking met het ministerie van OCW ten behoeve van de door het fonds gesubsidieerde culturele organisaties. Doel van deze monitor is om beter zicht te krijgen op de impact van de artistieke inspanningen, en om organisaties te helpen om gestructureerd na te denken over waarden, effecten en randvoorwaarden in relatie tot missie, visie, ambitie en strategie. Een tweede, sterk verwant uitgangspunt vormde het model van Claartje Bunnik zoals beschreven in het in 2016 door de Boekmanstichting gepubliceerde *Naar waarde gewogen. Een nieuw model voor kwaliteitsbeoordeling bij de toekenning van cultuursubsidies*.

Uitgangspunt van de Monitor Podiumkunsten en van *Naar waarde gewogen* is dat culturele organisaties handelen vanuit artistiek-inhoudelijke waarden. Deze zelfgekozen en zelf-geformuleerde waarden – het profiel – en randvoorwaarden bepalen de activiteiten (cultuurproductie). De activiteiten hebben effecten (impact) op bezoekers/deelnemers als individu, op de maatschappij, op de sector en op de economie. Het profiel bepaalt ook het beoordelingskader. Verschillende culturele profielen vragen verschillende beoordelingskaders met verschillende indicatoren. Anders vergelijkt men de spreekwoordelijke appels en peren.

Het model uit *Naar waarde gewogen* is met veel leden van de gemeenteraad en vele vertegenwoordigers van het culturele veld in Maastricht besproken om te onderzoeken of zij zich voldoende herkenden in de uitgangspunten, en of en waar aanpassingen nodig waren. Zowel de Monitor Podiumkunsten als *Naar waarde gewogen* leggen namelijk het accent op gesubsidieerde, professionele cultuur en op cultuurproductie. Dit accent heeft minder invloed op de bruikbaarheid van het model als uitgangspunt voor de ontwikkeling van een instrument voor de monitoring van de intrinsieke waarde van de cultuurproductie in Maastricht. Maar voor het monitoren van de maatschappelijke impact van cultuur waren meer aanpassingen nodig aan de specifieke omstandigheden van Maastricht, waar niet alleen gesubsidieerde professionele cultuur een rol speelt, maar ook amateurkunstbeoefening een belangrijke plaats inneemt. Daarvoor is ook gebruik gemaakt van de kwalitatieve informatie die de stadsgesprekken gedaan ter voorbereiding van de innovatieagenda, hebben opgeleverd met betrekking tot de impact van cultuur op de samenleving.



Kwaliteitsdomeinen: artistiek-inhoudelijk en maatschappelijk

In *Naar waarde gewogen (2016)* worden twee kwaliteitsdomeinen genoemd: artistiek-inhoudelijk en maatschappelijk. Dit zijn ook de twee kwaliteitsdomeinen die centraal staan in de Maastrichtse cultuurmonitor. Het eerste is vooral te beoordelen door externe experts, het tweede door externe stakeholders, partners en het publiek.

Bij de beoordeling van artistiek-inhoudelijke en maatschappelijke kwaliteit worden door Bunnik vier dimensies van kwaliteit onderscheiden: productie/output, publieksbereik, positie en erkenning.

De artistiek-inhoudelijke kwaliteit blijkt volgens haar:

- bij productie uit een per discipline specifieke beoordeling
- bij publieksbereik uit impact- en belevingsonderzoek van het publiek
- bij positie of plaats in het eigen artistieke domein uit de bijdrage aan de culturele keten, culturele partners en netwerken
- bij erkenning uit de waardering in de vorm van prijzen, recensies, deelname aan wedstrijden of bijdragen van (prestigieuze) fondsen.

De maatschappelijke kwaliteit blijkt:

- bij productie (activiteiten, producten en diensten) uit gebruik en waardering
- bij publieksbereik uit de omvang en samenstelling van het publiek, het gebruik van diensten en producten door het publiek en derden, en samenwerking met publiek bij productie en programmering

- bij positie of plaats in het maatschappelijk domein uit duurzame relaties en netwerken met maatschappelijke partners, zichtbaarheid (fysiek en in berichtgeving) en opdrachten
- bij erkenning als maatschappelijk instituut uit stakeholders- en publieksonderzoek, blijken van maatschappelijke steun (zoals sponsoring en donaties), en uit geworteldheid in de gemeenschap blijkend uit aantal en waardering van leden, vrijwilligers en vrienden.

In de Monitor Podiumkunsten kan bij artistiek-inhoudelijke waarden door de culturele organisaties worden gekozen voor authenticiteit, artistieke innovatie, vakmanschap, toonaangevend en contextualiseren. Bij effecten op de bezoeker/deelnemer is de keuze uit ontroeren, intellectueel stimuleren, verwonderen, amuseren en samenbrengen. Maatschappelijke effecten zijn in de Monitor Podiumkunsten participatie (activiteiten laten mensen meedoen in de maatschappij, activiteiten verbinden mensen en verbinden mensen sterker met hun (sociale) omgeving), maatschappelijke reflectie (activiteiten geven mensen een stem in een maatschappelijk debat) en kruisbestuiving (culturele activiteiten hebben effecten in niet-culturele sectoren en verbinden mensen met (organisaties in) niet-culturele sectoren). Bij effecten op de sector is de keuze uit ontwikkelen en uitdragen van nieuwe kunstvormen, het vormen van een onmisbare schakel in de keten, en opleiden en laten doorstromen van talent.

Zicht op alle cultuur in Maastricht?

De cultuurproducenten zijn op vele manieren in te delen. Voor de Maastrichtse cultuurscan is de gebruikelijke indeling gehanteerd in professioneel en amateur en in gesubsidieerd en niet-gesubsidieerd door de gemeente Maastricht. Beide onderscheiden zijn overigens minder zwart-wit dan ze lijken. Zo bestaan ook in Maastricht hybride tussenvormen van amateur en professioneel. En bij gesubsidieerd is in overleg met de opdrachtgever gekozen voor meerjarig (structureel) gesubsidieerd. Op basis van deze twee indelingscriteria zijn vier groepen cultuurproducenten onderscheiden: professionals met en zonder cultuursubsidie van de gemeente Maastricht, en amateurs met en zonder gemeentelijke subsidie. Allen zijn bevestigd, maar niet iedereen heeft geantwoord. Vrijwel compleet (96%) was de respons van de door de gemeente Maastricht gesubsidieerde professionele cultuurproducenten. De respondenten zijn samen goed voor meer dan 99% van de activiteiten, producties, bezoekersaantallen en werkgelegenheid in deze categorie. En ook het aantal respondenten uit de groep gesubsidieerde amateurs is voldoende groot en representatief voor het kunnen doen van zinvolle uitspraken. Dat geldt echter niet voor het aantal respondenten uit de categorie niet-gesubsidieerde producenten en aanbieders van cultuur in de stad. Dat aantal was te gering. Niet-gesubsidieerden nemen een andere positie in ten opzichte van de gemeente en vragen gesteld vanuit de gemeente, en voelen zich duidelijk minder geroepen om vragenlijsten in te vullen en deels gevoelige informatie met anderen te delen.

Dit gegeven heeft overigens weinig invloed op het in beeld brengen van de actieve en passieve cultuurparticipatie, van cultuurbeoefening en cultuurbezoek, en van de waardering van cultuur in Maastricht. De antwoorden op de vragen daarover kwamen immers niet van de producenten maar van de inwoners die aan de survey hebben deelgenomen. Voor het in beeld brengen van de artistieke waarde van de cultuurproductie en van de maatschappelijke impact daarvan is echter meer nodig dan enkel de antwoorden van inwoners. Daarvoor is ook informatie van de producenten zelf noodzakelijk. Bij dit onderdeel van de cultuurscan speelt het onderscheid tussen gesubsidieerde en niet-gesubsidieerde cultuurproducenten dus wel een grote rol. De resultaten van het tweede deel van de cultuurscan, de monitor, betreffen het gesubsidieerde deel van de cultuurproductie in Maastricht. Of en in welke mate die ook gelden voor de niet-gesubsidieerde cultuurproducenten valt niet te zeggen bij gebrek aan voldoende data.

Op enkele specifieke onderdelen geeft dit deel van de cultuurscan in het kader van een totaalbeeld voor Maastricht overigens wel een indicatie van de relatieve betekenis van de gesubsidieerde ten opzichte van de niet-gesubsidieerde cultuur in Maastricht.

Vergelijkbaarheid

De zin van een monitor is periodieke herhaling. Alleen zo krijgt men zicht op ontwikkelingen en trends, op wat incidenteel en wat structureel is. Deze cultuurscan 2017 is dus een nulmeting, de eerste van hopelijk een reeks van periodieke, systematische Maastrichtse cultuuronderzoeken volgens een vergelijkbare opzet, wat vergelijking door de tijd mogelijk maakt.

Vergelijkbaarheid met andere gemeentelijke en landelijke cultuuronderzoeken vormt een ander belangrijk uitgangspunt van de cultuurscan. Die externe vergelijking is ook zinvol: hoe verhouden de cultuurproductie en de cultuurparticipatie in Maastricht zich tot de situatie elders? Of de artistieke en maatschappelijke waarden van cultuur in Maastricht groot of klein zijn, is ook een relatieve vraag: in vergelijking met welke andere gemeenten?

Het grootst is de externe vergelijkbaarheid van het gedeelte van de cultuurscan dat zicht richt op cultuurparticipatie (de survey). Daarover bestaan landelijke cijfers en inmiddels heeft ook een aantal gemeenten vergelijkbare onderzoeken uitgevoerd. Over de artistieke en maatschappelijke waarde van de cultuurproductie op gemeentelijk niveau zijn helaas echter nog nauwelijks vergelijkbare onderzoeken gepubliceerd. Er bestaan weliswaar verschillende cultuurindexen en cultuurmonitoren, maar die geven vrijwel allemaal landelijke of provinciale cijfers en zelden informatie per gemeente. Ook richten die zich vaak op meer kwantitatieve aspecten van vooral de professionele cultuurproductie, op presentie en aantallen producties en presentaties, op prestaties, financiën en bezoekersaantallen, en minder op het kwalitatieve en op de maatschappelijke waarden van (amateur)kunst,

waarbij culturele, sociale en economische waarde of kwaliteit ook niet altijd exact hetzelfde betekenen. Naast Bunnik hebben ook Gielen, Van den Hoogen, Klamer, Van Maanen, Mommaas en vele andere onderzoekers geschreven over de waarden van cultuur en daarbij vaak net iets andere accenten gelegd en niet altijd dezelfde termen gebruikt.

Hopelijk helpt de Maastrichtse cultuurscan om tot meer vergelijkbaar onderzoek te komen.

Welke gemeentes daarbij goed vergelijkbaar zijn met Maastricht is een complexe vraag. De productie, distributie en consumptie van cultuur in elke gemeente wordt immers door vele factoren bepaald. Een belangrijke factor vormen het cultuurbeleid en cultuursubsidies. Cultuursubsidies kunnen bijvoorbeeld de lokale productie en het lokale aanbod van cultuur vergroten. Bij monitoring en evaluatie van de waarden van de cultuurproductie in een gemeente kan het daarom nuttig zijn om daarbij ook de beschikbare cultuursubsidies, uitgedrukt in een bedrag per inwoner, te betrekken. In het geval van Maastricht gaat het om het totaal van gemeentelijke, provinciale en rijkssubsidies voor cultuur, dat ruim 300 euro per inwoner bedraagt. Hiermee staat Maastricht in de top van Nederland. Maar het culturele vermogen van een stad is meer dan de kwantiteit van productie en aanbod van cultuur, berekend per inwoner of naar beschikbaar cultuursubsidiebedrag per inwoner. Cultuurparticipatie, de intrinsieke waarde van creatie en van receptieve cultuurparticipatie, de sociale effecten van cultuur op de stad en de waardering voor cultuur in de stad maken er ook deel van uit en worden door meer factoren bepaald dan alleen subsidie of beleid.

Metten is niet hetzelfde als weten, monitoren is iets anders dan evalueren en totaalbeelden zijn gebaseerd op individuele variatie.

De cultuurscan is een monitoringsinstrument en gaat als zodanig niet in op de vraag welk gewicht aan een bepaalde indicator moet worden toegekend en welke kwaliteit belangrijker is dan een andere. Die vragen horen bij evaluatie, weging en beoordeling, bij keuzes over missie, visie, strategie en toekomst door cultuurproducenten zelf of bij besluitvorming over cultuur door de politiek. Metten is het begin van weten. De gegevens uit de cultuurscan kunnen door anderen gebruikt worden bij inhoudelijke afwegingen en keuzes, maar dat laatste was en is niet onze rol als onderzoekers. Aan allen die zijn betrokken bij het cultuurbeleid van de gemeente Maastricht laat het tweeluik van de cultuurscan zien wat cultuurproducenten in Maastricht beweegt en welke waarde(n) die productie heeft voor de producenten zelf, voor de inwoners van Maastricht en voor anderen. De scan toont wat en waarom de inwoners van de stad aan cultuur doen als actieve en passieve cultuurparticipanten en hoe belangrijk zij cultuur vinden. Wat men daar vervolgens van vindt is een andere zaak.

Een tweede waarschuwing betreft het aggregeren en kwantificeren van kwalitatieve gegevens van individuele organisaties. Een deel van de voor de monitor gevraagde informatie is kwalitatief van aard en verzameld op het niveau van individuele organisaties. Dit vraagt om voorzichtigheid bij het kwantificeren en aggregeren ten behoeve van een totaalbeeld voor de gemeente, en vooral bij het duiden van zo'n totaalbeeld en het eventueel terug redeneren vanuit het totaalbeeld naar individuele organisaties. Het uitgangspunt van de metings- en wegingssystematiek is immers dat cultuur

vele verschillende waarden of kwaliteiten kent en dat culturele organisaties handelen vanuit verschillende zelfgekozen en zelf-geformuleerde waarden (het profiel). Het monitorgedeelte van de cultuurscan laat op stadsniveau voor het gesubsidieerde deel van de cultuursector zien welke waarden en kwaliteiten – welke profielen – zijn gekozen, toont activiteiten en effecten, en hanteert daarbij een overkoepelend framework van kwaliteitscriteria en indicatoren dat recht wil doen aan individuele profielen.

Wensen en aanbevelingen voor de toekomst

Omdat onderzoekers altijd extra onderzoekswensen hebben, worden hier enkel de belangrijkste genoemd in de vorm van aanbevelingen voor de toekomst. De belangrijkste is periodieke herhaling van het onderzoek. Want zonder herhaling is er geen monitor. Zonder voldoende respons is er echter ook geen monitor. Het harmoniseren van de verantwoording van gemeentelijk gesubsidieerde culturele organisaties en instellingen zal helpen om de respons kwantitatief en kwalitatief te verbeteren (volledige en eenduidige informatie van alle gesubsidieerden). Bovendien hoeven de culturele organisaties en instellingen dan niet twee keer deels dezelfde informatie aan te leveren. Nader onderzoek en een extra inspanning richting niet-gesubsidieerde cultuurproducenten kan ook helpen de respons te vergroten.

Verder zouden met het oog op de Stedelijke Cultuurregio Zuid alle daaraan deelnemende gemeenten tot een vergelijkbare cultuurscan moeten komen. Alleen zo kunnen de specifieke kenmerken, zowel artistieke profielen van makers als culturele voorkeuren en behoeften van de bevolking in de Stedelijke Cultuurregio Zuid zichtbaar en vergelijkbaar worden gemaakt. En dat is noodzakelijk voor samenwerking en afstemming die recht doet aan de eigenheid en identiteit van de deelnemende gemeenten en van de regio als geheel, of dit vraagstuk nu wordt benaderd vanuit het culturele vermogen of vanuit het culturele ecosysteem, door artistieke makers of door beleidsmakers.

Leeswijzer

Ten behoeve van de leesbaarheid worden hierna met professionele en amateurcultuurproducenten de gesubsidieerde professionele en amateurcultuurproducenten bedoeld, tenzij dit expliciet anders wordt aangegeven.

De vragen op pagina 18 tot en met pagina 22 betreffen algemene informatie over de cultuurproductie.

De vragen op pagina 24 tot en met pagina 37 hebben primair betrekking op de artistiek-inhoudelijke waarde van de cultuurproductie.

De vragen op pagina 39 tot en met pagina 52 hebben primair betrekking op de maatschappelijke waarde van de cultuurproductie.

Bij een aantal vragen wordt in de tekst aangegeven dat ze van belang zijn voor beide waarden.

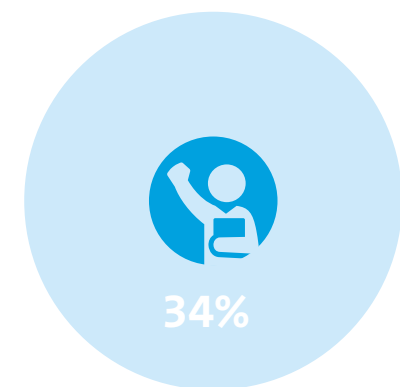
Infographic

Infographic betreft vrijwel alle gesubsidieerde professionele cultuurproducenten en een steekproef van de gesubsidieerde amateurcultuurproducenten.

Respons



Professionele cultuurproducenten
26 van de 27 gesubsidieerde professionele organisaties



Amateur cultuurproducenten
26 van de 77 gesubsidieerde amateurorganisaties

Algemeen

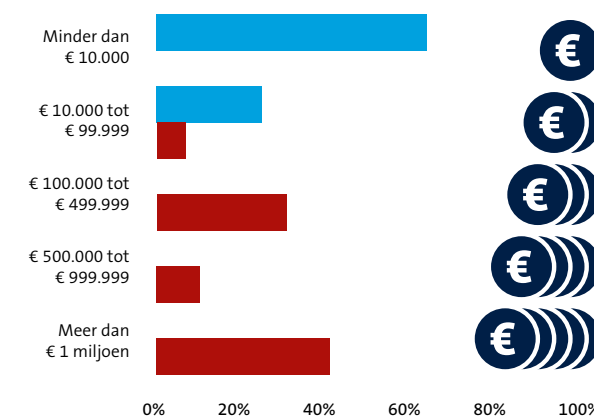
Profiel



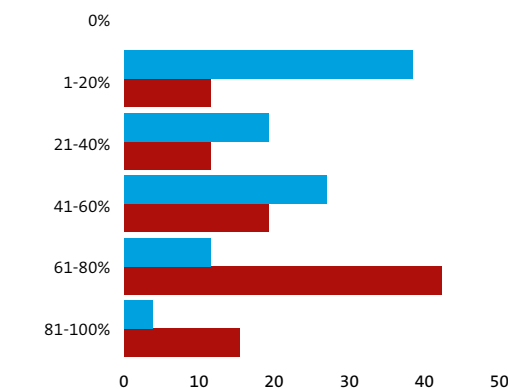
Artistiek-inhoudelijk
Maatschappelijk
Economisch



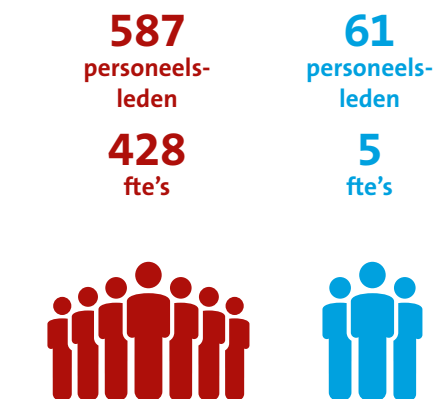
Omzet van de gesubsidieerde sector



Deel van de inkomsten bestaande uit subsidie

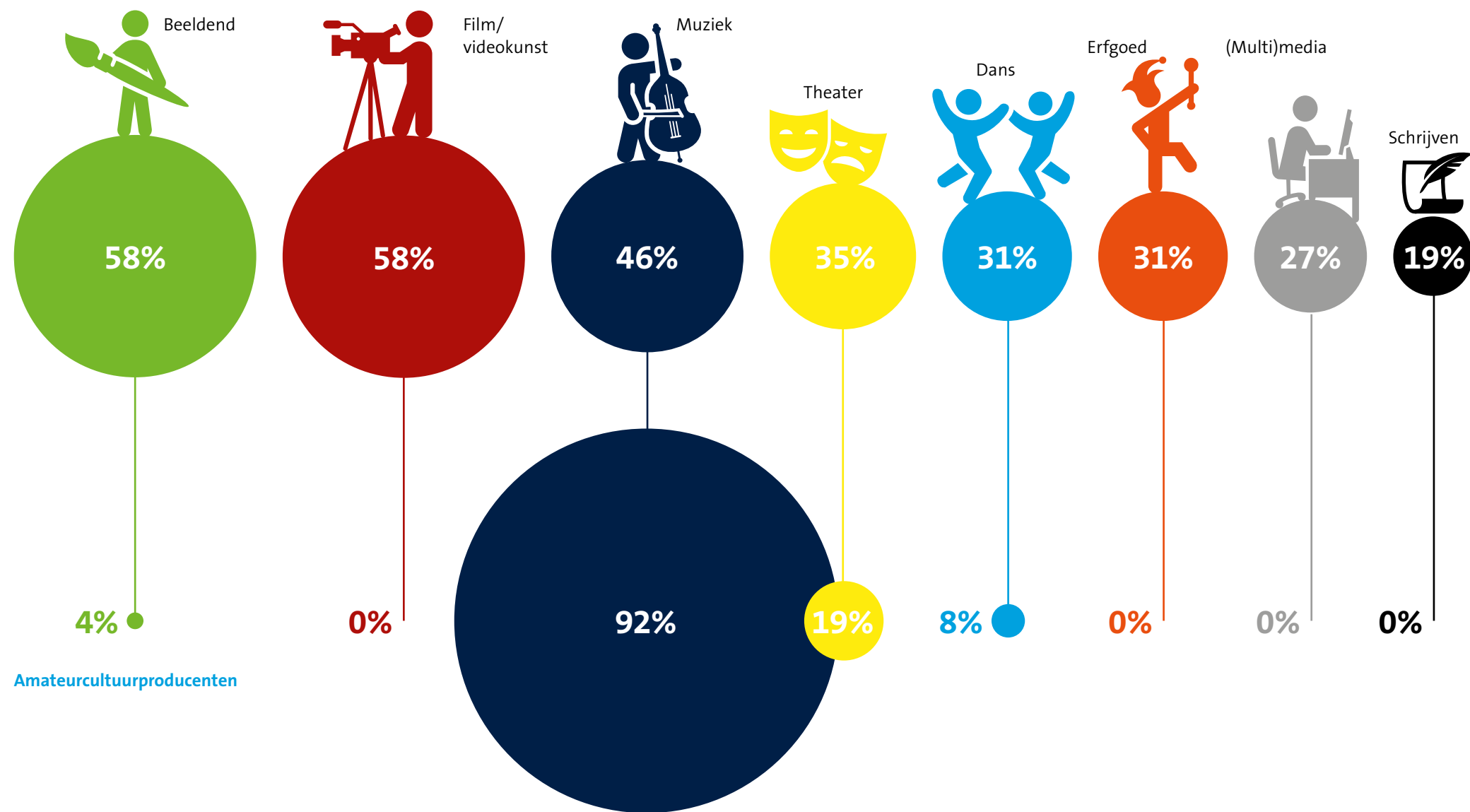


Aantal personeelsleden



Disciplines

Professionele cultuurproducenten



Artistiek

Artistieke waarden - top 3

Professionele cultuurproducenten

- 1 Authenticiteit
- 2 Artistieke innovatie - Toonaangevend
- 3 Ontplooien

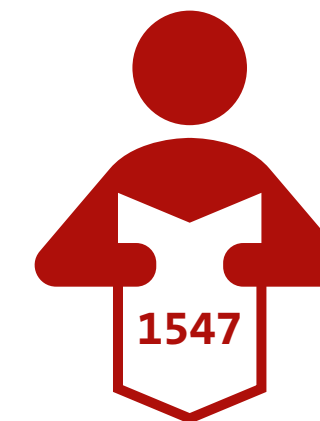


Amateurcultuurproducenten

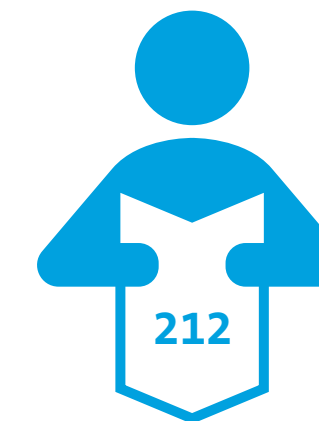
- 1 Authenticiteit
- 2 Continuïteit
- 3 Ontplooien

Aantal vooraankondigingen enreencies

Professionele cultuurproducenten

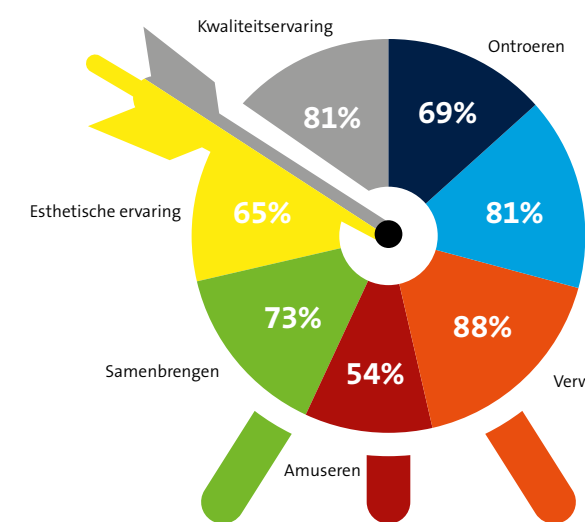


Amateurcultuurproducenten

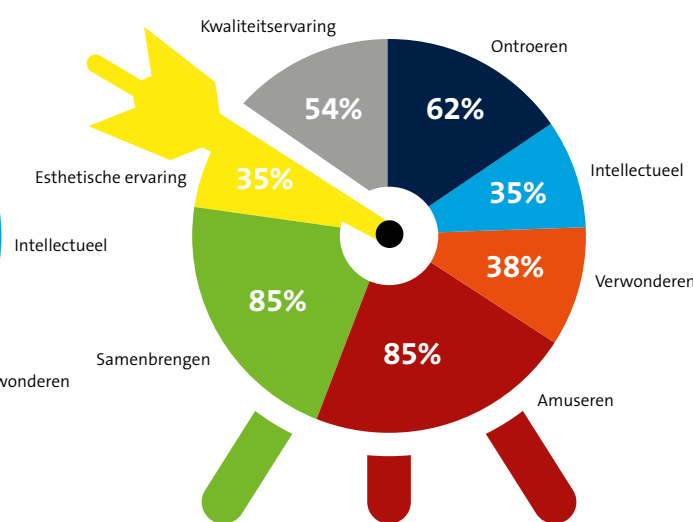


Impact

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten



Publieksonderzoek

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten



Maatschappelijk

Aantal bezoekers

Professionele cultuurproducenten
927.308 bezoekers in Maastricht

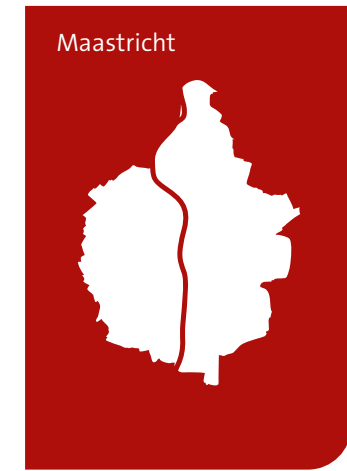


1.967.756 bezoekers totaal

Amateurcultuurproducenten
13.390 bezoekers in Maastricht



16.070 bezoekers totaal



Waar vinden fysieke activiteiten plaats

100% **100%**

Waar vinden producten aftrek

92% **92%**

Waar komt fysiek publiek vandaan

100% **92%**

Waar vinden fysieke activiteiten plaats

69% **35%**

Waar vinden producten aftrek

76% **40%**

Waar komt fysiek publiek vandaan

100% **77%**

Waar vinden fysieke activiteiten plaats

50% **19%**

Waar vinden producten aftrek

60% **20%**

Waar komt fysiek publiek vandaan

96% **35%**

Waar vinden fysieke activiteiten plaats

42% **4%**

Waar vinden producten aftrek

68% **12%**

Waar komt fysiek publiek vandaan

96% **23%**

Waar vinden fysieke activiteiten plaats

27% **0%**

Waar vinden producten aftrek

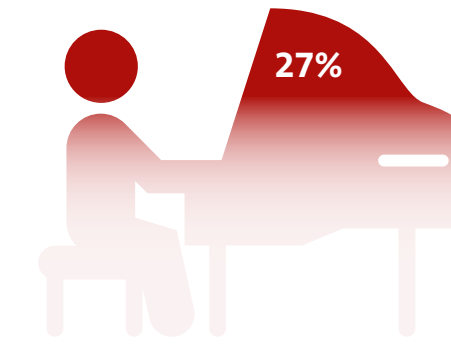
60% **4%**

Waar komt fysiek publiek vandaan

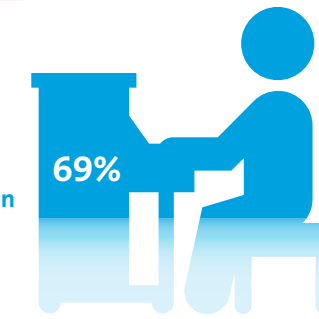
77% **8%**

Gevraagd en opgetreden bij officiële gelegenheden

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten



Maatschappelijke participatie - top 3

Professionele cultuurproducenten

- 1 Het dichterbij elkaar brengen van mensen
- 2 Persoonlijke ontplooiing
- 3 Leefbaarheid van de stad



Omvang culturele productie



Professionele cultuurproducenten
1005 producten
4585 activiteiten



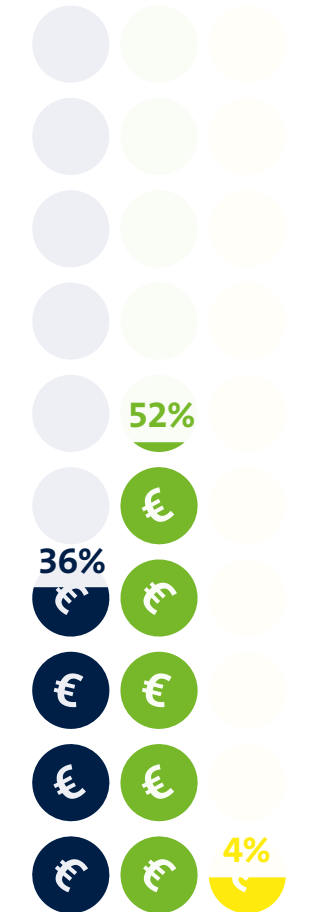
Amateurcultuurproducenten
259 producten
262 activiteiten

Sponsoring ●
Legaten en donaties ●
Crowdfunding ●

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten



Aantal vrijwilligers



Aantal leden amateurs



Aantal vrienden

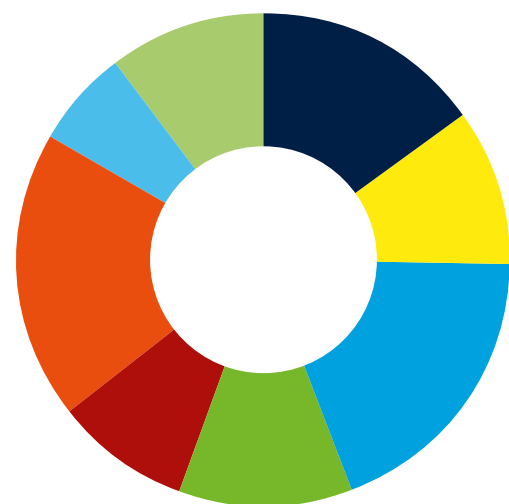
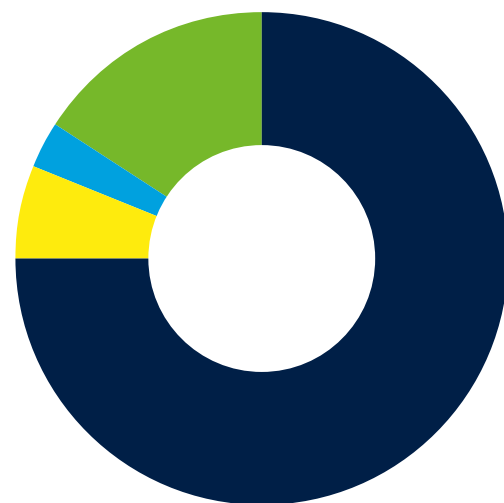


Algemeen



Discipline (meerdere antwoorden mogelijk)

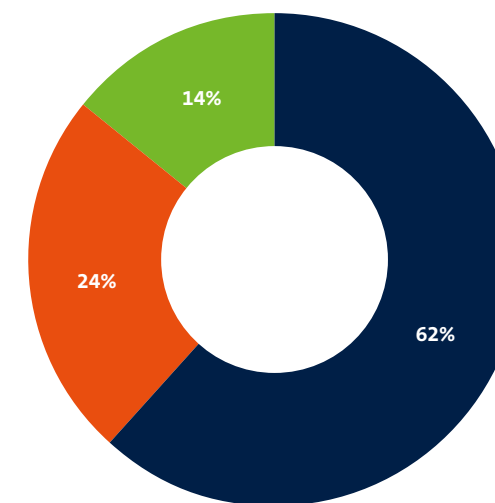
antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten		Amateur-cultuurproducenten	
	reactie		reactie	
Muziek	46%	12	92%	24
Dans	31%	8	8%	2
Beeldend	58%	15	4%	1
Theater	35%	9	19%	5
(Multi)media	27%	7	0%	0
Film/videokunst	58%	15	0%	0
Schrijven	19%	5	0%	0
Erfgoed	31%	8	0%	0
	beantwoord	26	beantwoord	26
	overgeslagen	0	overgeslagen	0



Een aantal organisaties beoefent meerdere disciplines. Hierdoor komt het totaal uit op meer dan 100%. De door de professionele cultuurproducenten meest beoefende disciplines zijn: film/videokunst, beeldend en muziek. Bij de amateurs ziet het beeld er totaal anders uit. De discipline film/videokunst ontbreekt in de responsgroep, beeldend is slechts één keer gekozen, terwijl muziek sterk domineert. Het merendeel van de responderende gesubsidieerde amateurs valt in de categorie muziek, wat het hoge aandeel in de discipline muziek verklaart. Ook hier komt het totaal uit op meer dan 100% omdat een aantal organisaties in meer dan één discipline actief is.

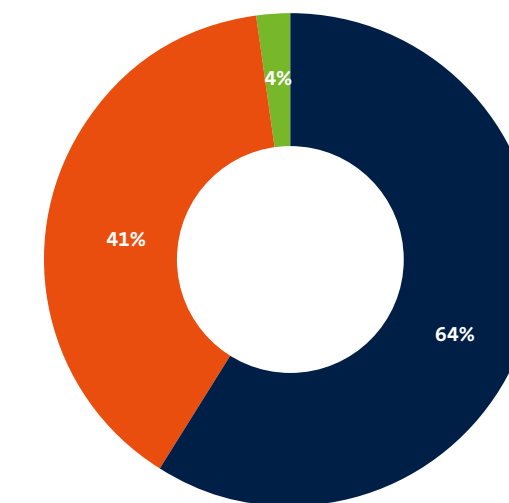
Schets uw profiel aan de hand van onderstaande waarden. U mag in totaal 100 punten verdelen

Professionele cultuurproducenten



beantwoord 26
overgeslagen 0

Amateurcultuurproducenten



beantwoord 26
overgeslagen 0

Artistisch-inhoudelijk ■
Maatschappelijk ■
Economisch ■

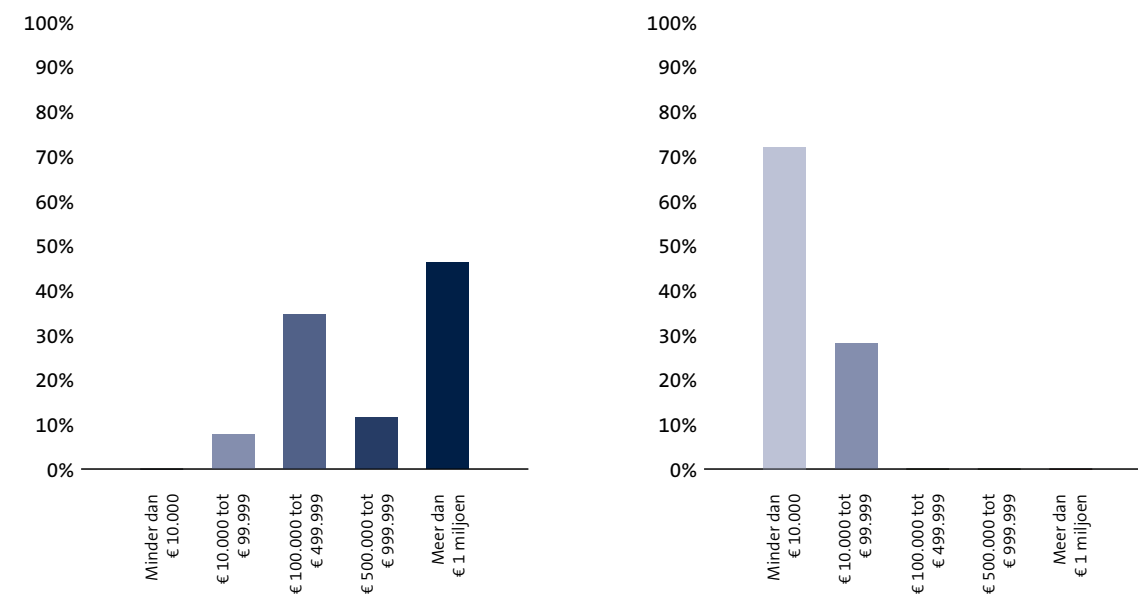
In het door de professionele cultuurproducenten gekozen profiel blijkt de artistiek-inhoudelijke waarde de belangrijkste, (veel) belangrijker dan de maatschappelijke en de economische waarden. Vier professionele organisaties geven aan dat de artistiek-inhoudelijke waarde bij 40% ligt, de minimumwaarde. Eén organisatie heeft 45% aangegeven. Bij de overige producenten is dit 50% of meer.

Aan de maatschappelijke waarde geven negen van de 26 professionele producenten meer dan 20 punten. De meerderheid van de professionele cultuuraanbieders kiest voor een profiel met een geringer belang van de maatschappelijke waarde. Voor de economische waarde van de cultuurproductie geldt dat slechts drie van de 26 respondenten hieraan een belang van meer dan 20% in hun profiel toekennen.

Ook voor de gesubsidieerde amateurs staat de artistiek-inhoudelijke waarde voorop, met gemiddeld 59%. Dit is bijna even hoog als bij de professionele cultuurproducenten.

De maatschappelijke kwaliteit is belangrijker voor de amateurs dan voor de professionele cultuurproducenten: een meerderheid van 73% van de respondenten kiest een waarde boven de 20%. De economische waarde is ook in het profiel van de amateurorganisaties het minst belangrijk.

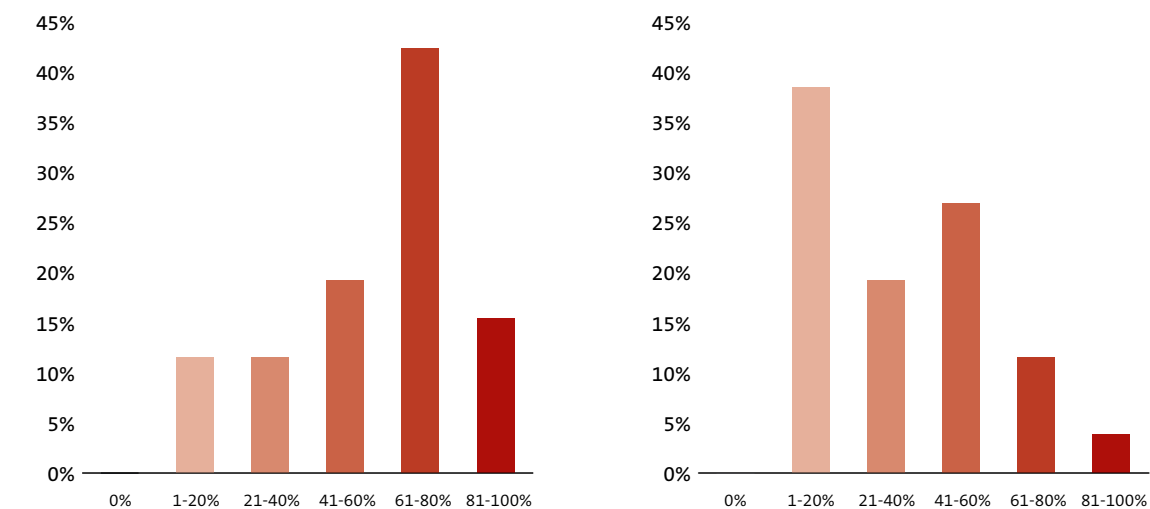
Wat is uw omzet?



antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten		Amateur cultuurproducenten	
	reactie		reactie	
Minder dan € 10.000	0%	0	72%	18
€ 10.000 tot € 99.999	8%	2	28%	7
€ 100.000 tot € 499.999	35%	9	0%	0
€ 500.000 tot € 999.999	12%	3	0%	0
Meer dan € 1 miljoen	46%	12	0%	0
	beantwoord	26	beantwoord	25
	overgeslagen	0	overgeslagen	1

46% van de gesubsidieerde professionele cultuurproducenten had in 2017 een omzet van 1 miljoen euro of meer. Bij de amateurs is de omzet vele malen kleiner. De meerderheid had in 2017 een omzet van minder dan 10.000 euro.

Welk deel van uw inkomsten bestaat uit subsidies?

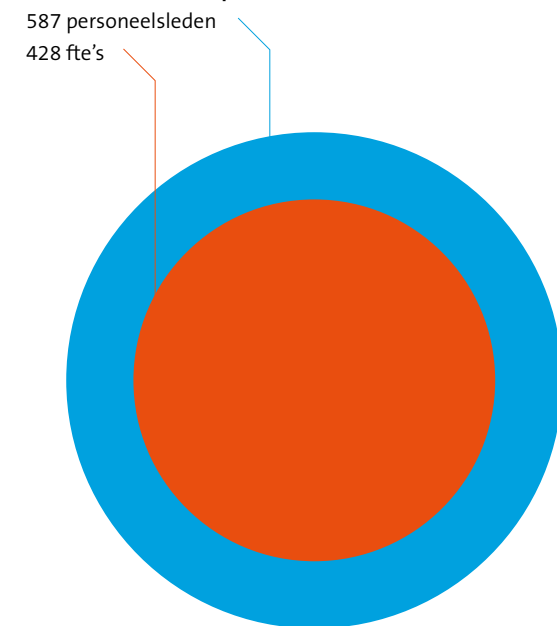


antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten		Amateur cultuurproducenten	
	reactie		reactie	
0%	0%	0	0%	0
1-20%	12%	3	38%	10
21-40%	12%	3	19%	5
41-60%	19%	5	27%	7
61-80%	42%	11	12%	3
81-100%	15%	4	4%	1
	beantwoord	26	beantwoord	26
	overgeslagen	0	overgeslagen	0

De inkomsten van meer dan 50% van de professionele cultuurproducenten bestaan voor meer dan de helft uit subsidie. Bij het merendeel van de amateurorganisaties is minder dan de helft van de inkomsten afkomstig van subsidie.

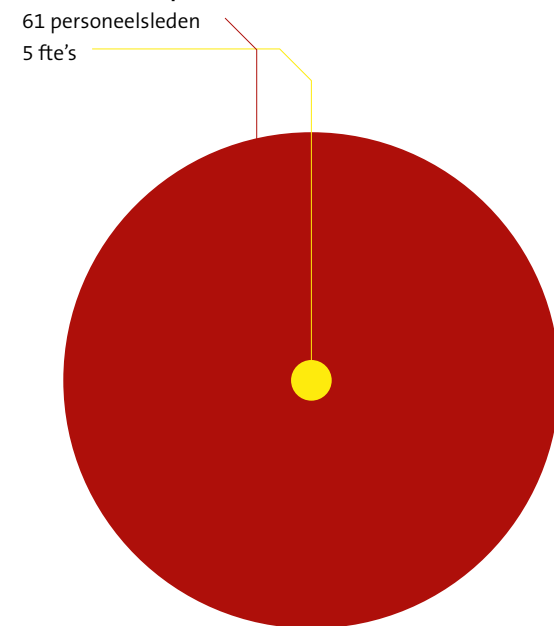
Hoeveel personeelsleden heeft uw organisatie?

Professionele cultuurproducenten



beantwoord 25
overgeslagen 1

Amateurcultuurproducenten



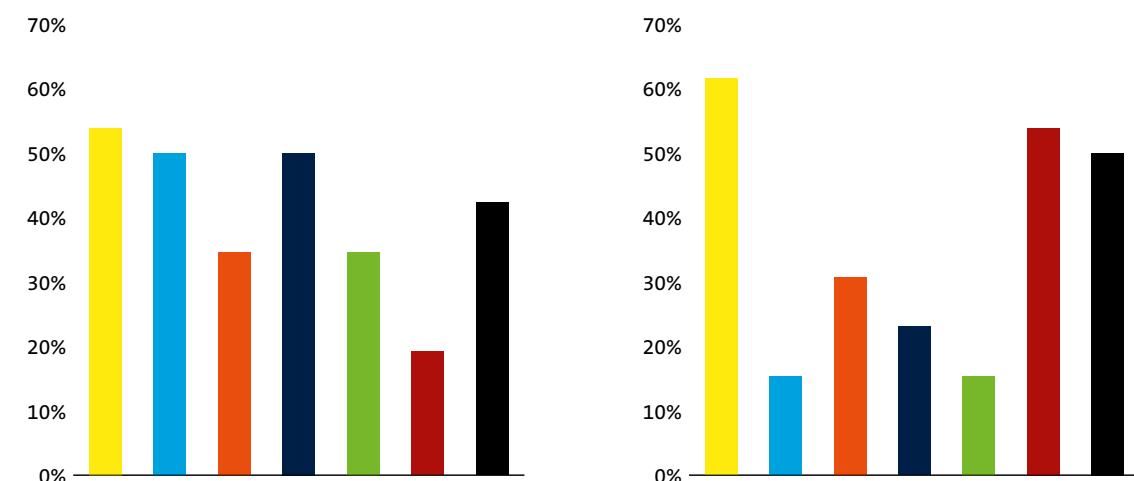
beantwoord 23
overgeslagen 3

In 2017 hadden alle responderende professionele cultuurproducenten samen 587 personeelsleden, goed voor 428 fte's. Dit is ongeveer de helft van de in het rapport *Mapping Maastricht* vermelde 900 fte's voor de sector Kunst en cultureel erfgoed, dat een iets ruimere definitie hanteert en ook alle niet-gesubsidieerden omvat.

Bij de amateurs is het aantal betaalde personeelsleden en fte's logischerwijs veel kleiner, namelijk respectievelijk 61 en 5.

Artistiek-inhoudelijke waarde

Welke van de onderstaande waarden zijn van toepassing op de artistiek-inhoudelijke kwaliteit van de activiteiten en producten van uw organisatie? Noem de drie waarden die voor uw organisatie het belangrijkste zijn.



antwoordkeuze	reactie	Professionele cultuurproducenten	Amateurcultuurproducenten
Authenticiteit	54%	14	62%
Artistieke innovatie	50%	13	15%
Vakmanschap	35%	9	31%
Toonaangevend	50%	13	23%
Contextualiseren	35%	9	15%
Continuïteit	19%	5	54%
Ontplooien	42%	11	50%
	beantwoord	26	beantwoord
	overgeslagen	0	overgeslagen

De top drie van de belangrijkste waarden die van toepassing zijn op de artistiek-inhoudelijke kwaliteit, is bij de professionele cultuurproducenten: authenticiteit, artistieke innovatie en toonaangevend. Bij de amateurs zijn dat authenticiteit, continuïteit en ontplooien. Korte uitleg van de bovengenoemde waarden:

Authenticiteit: de organisatie streeft naar een waarneembare oorspronkelijkheid in wat zij maakt of programmeert. Dit draagt bij aan de herkenbaarheid van de uitvoerder, maker of organisatie in het culturele landschap. Denk aan signatuur, stijl en originaliteit.

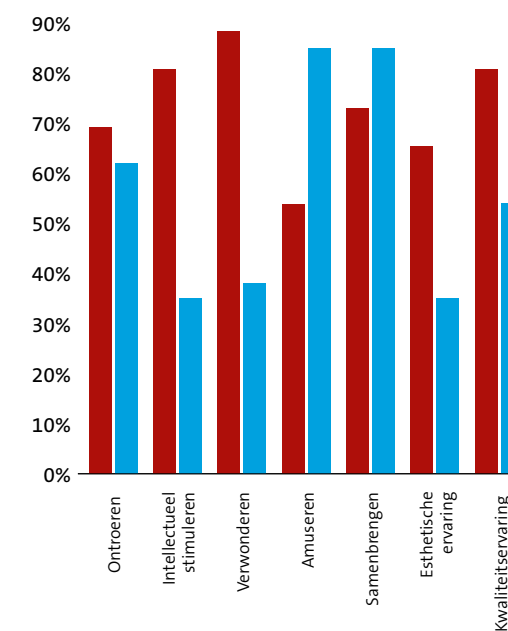
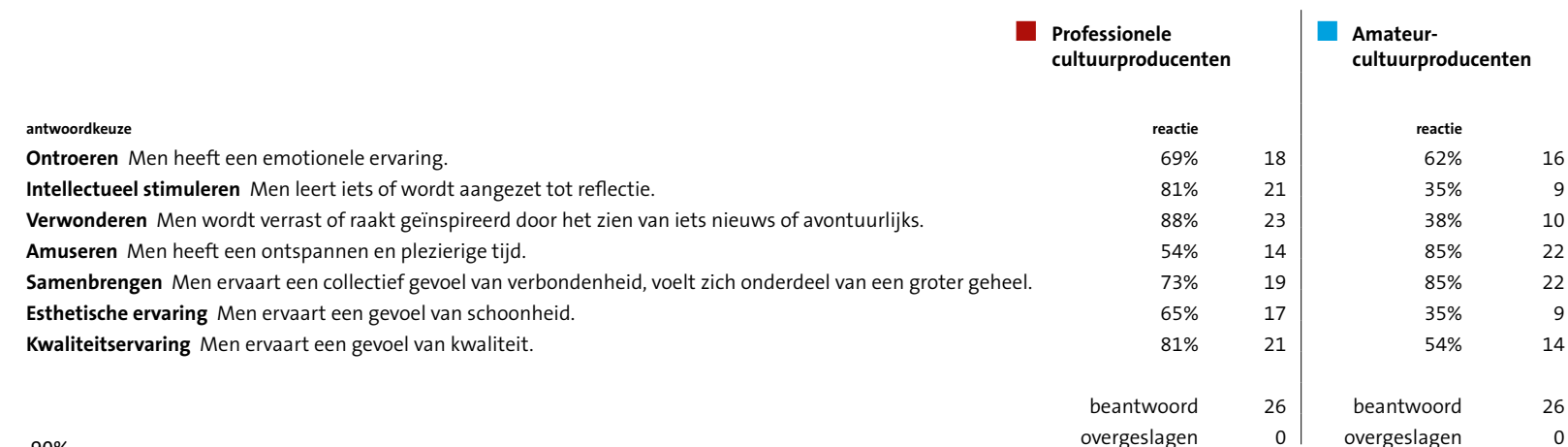
Artistieke innovatie: de organisatie streeft ernaar de grenzen van het eigen vakgebied te verleggen en daarmee navolging te creëren.

Toonaangevend: de organisatie streeft ernaar om met wat zij maakt of programmeert leidend te zijn in de eigen sector.

Continuïteit: de organisatie streeft ernaar om cultureel erfgoed te onderzoeken, te bewaken en te ontsluiten voor toekomstige generaties.

Ontplooien: de organisatie streeft ernaar met wat zij maakt, collectioneert of programmeert bij te dragen aan de bewustwording, kennisverwerving en de ontwikkeling van het creatief vermogen van kinderen en volwassenen.

Welke impact hebben de activiteiten of producten volgens u op de bezoekers, deelnemers, klanten of cursisten? (meerdere antwoorden mogelijk)

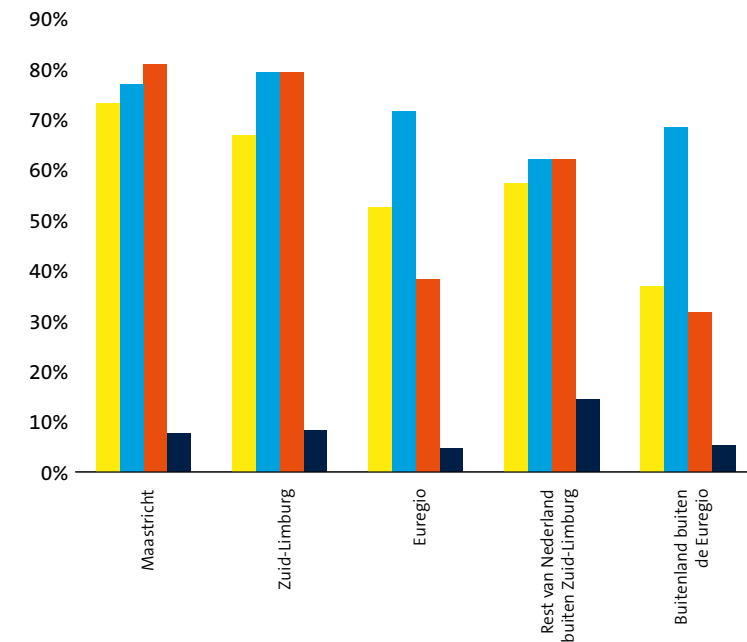


De professionele cultuurproducenten noemen verwonderen, het hebben van een kwaliteitservaring en intellectueel stimuleren het vaakst als het gaat om de impact van hun activiteiten. Bij de amateurs zijn dit amuseren, samenbrengen en ontroeren.

Welke functie(s) vervult u of uw organisatie binnen het eigen artistieke domein: lokaal, regionaal, nationaal en internationaal (meerdere antwoorden mogelijk)

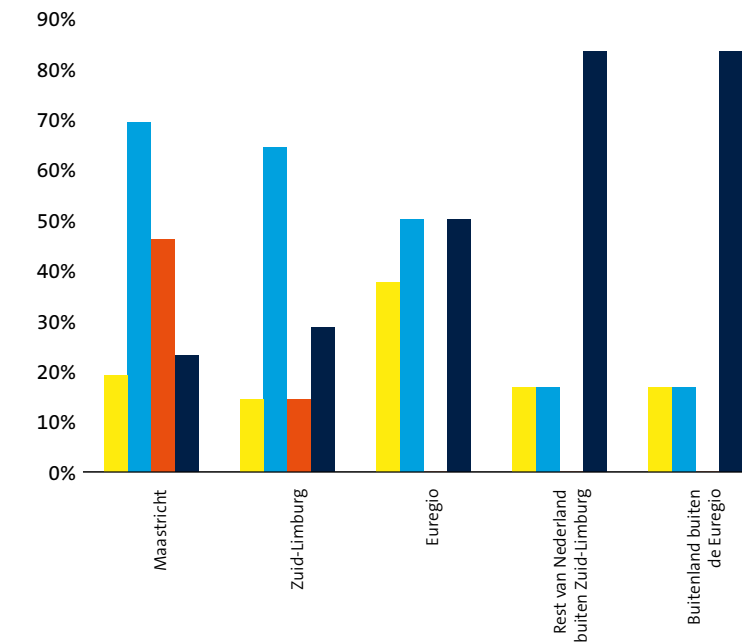
Professionele cultuurproducenten

antwoordkeuze	Trendsetter met betrekking tot de ontwikkeling van (nieuwe) kunstvormen	Verzorgen van een breed cultureel aanbod	Opleiden en laten doorstromen van talent	Anders	Totaal
Maastricht	73% 19	77% 20	81% 21	8% 2	26
Zuid-Limburg	67% 16	79% 19	79% 19	8% 2	24
Euregio	52% 11	71% 15	38% 8	5% 1	21
Rest van Nederland buiten Zuid-Limburg	57% 12	62% 13	62% 13	14% 3	21
Buitenland buiten de Euregio	37% 7	68% 13	32% 6	5% 1	19
				beantwoord	26
				overgeslagen	0



Amateurcultuurproducenten

antwoordkeuze	Trendsetter met betrekking tot de ontwikkeling van (nieuwe) kunstvormen	Verzorgen van een breed cultureel aanbod	Opleiden en laten doorstromen van talent	Anders	Totaal
Maastricht	19% 5	69% 18	46% 12	23% 6	26
Zuid-Limburg	14% 2	64% 9	14% 2	29% 4	14
Euregio	38% 3	50% 4	0% 0	50% 4	8
Rest van Nederland buiten Zuid-Limburg	17% 1	17% 1	0% 0	83% 5	6
Buitenland buiten de Euregio	17% 1	17% 1	0% 0	83% 5	6
				beantwoord	26
				overgeslagen	0



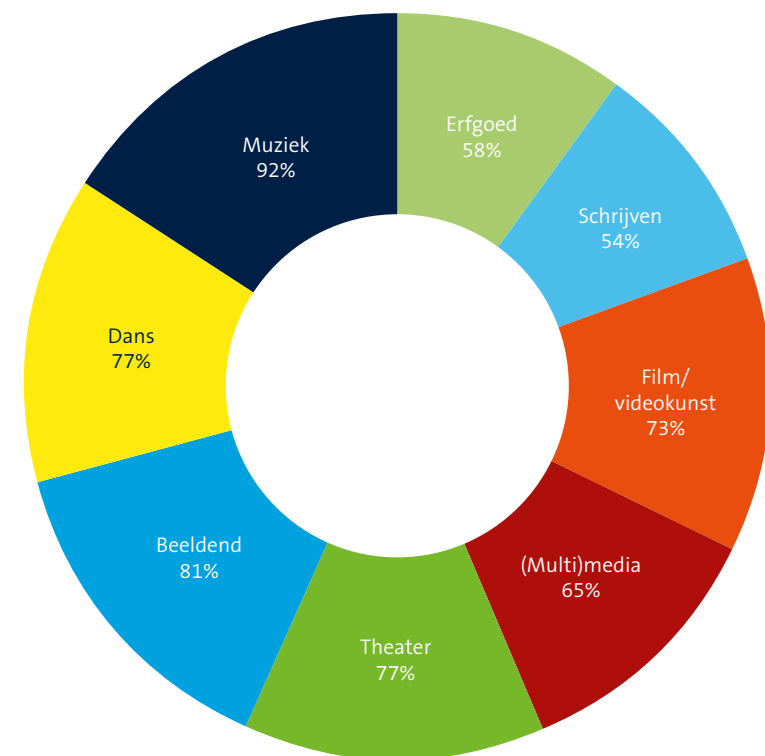
De gesubsidieerde professionele en amateurcultuurproducenten geven aan zowel lokaal als in Zuid-Limburg een breed cultureel aanbod te verzorgen. Dit geldt ook voor de functie opleiden en laten doorstromen van talent. Deze functie vervullen de professionals, in tegenstelling tot de amateurs, ook buiten Maastricht en Zuid-Limburg.

De professionele organisaties vervullen veel meer dan de amateurs de functie van trendsetter in zowel Maastricht als Zuid-Limburg. Ruim een kwart van de professionele producenten geeft aan ook nationaal en internationaal trendsetter te zijn. De amateurorganisaties zien hun rol als trendsetter het sterkst in de Euregio.

Zijn er vormen van samenwerking met andere disciplines? (meerdere antwoorden mogelijk)

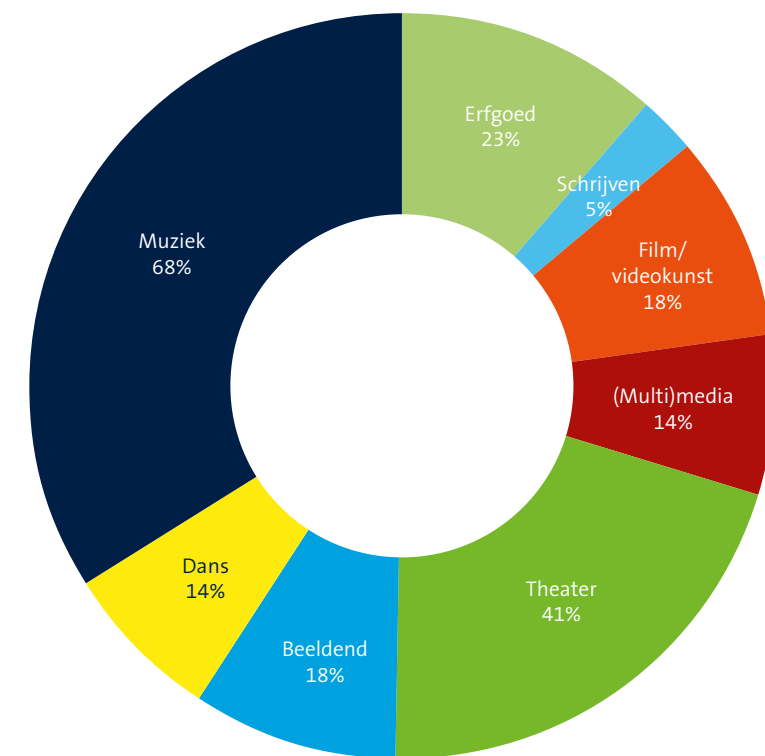
Professionele cultuurproducenten

beantwoord 26
overgeslagen 0



Amateurcultuurproducenten

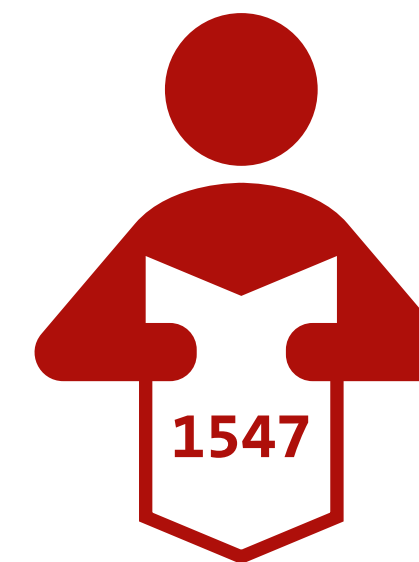
beantwoord 22
overgeslagen 4



Het merendeel van de professionele cultuurproducenten werkt samen met één of meerdere disciplines. Amateurs werken minder samen en bovendien met minder disciplines.

Hoeveel vooraankondigingen en/of recensies heeft uw organisatie het afgelopen jaar ongeveer gehad?

Professionele cultuurproducenten



beantwoord 24
overgeslagen 2

Amateurcultuurproducenten



beantwoord 23
overgeslagen 3

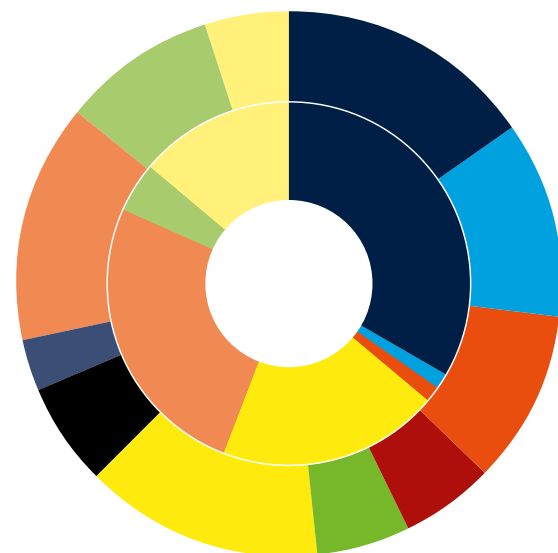
De professionele cultuurproducenten kregen in totaal 1547 vooraankondigingen en recensies. Vier professionele organisaties geven aan 100 of meer vooraankondigingen en recensies te hebben gekregen in 2017, waarvan één producent goed was voor 550 recensies en vooraankondigingen. Zeven professionele organisaties kregen er minder dan 20.

Bij de amateurorganisaties bedraagt het totaal aantal recensies en vooraankondigingen 212. Drie amateurproducenten hebben 20 of meer beschouwingen of bekendmakingen ontvangen waarvan één producent er 100 heeft gehad. Zeven organisaties hebben geen of één recensie of vooraankondiging ontvangen. In relatie tot het aantal activiteiten ontvangen de amateurorganisaties veel recensies en vooraankondigingen en krijgen zij dus veel aandacht.

Bij deze vraag geldt dat aandacht in de vorm van vooraankondigingen en recensies zowel een indicatie kan zijn van artistiek-inhoudelijke kwaliteit als van maatschappelijke waarde.

In welke media zijn deze vooraankondigingen en/of recensies verschenen? (meerdere antwoorden mogelijk)

antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten		Amateur-cultuurproducenten	
	reactie		reactie	
Regionale dag- of weekbladen (print & online)	100%	25	85%	22
Nationale dagbladen (print & online)	76%	19	4%	1
Nationale vaktijdschriften (print & online)	68%	17	4%	1
Nationale algemene tijdschriften (print & online)	36%	9	0%	0
Internationale (dag/week)bladen/(vak)tijdschriften (print & online)	36%	9	0%	0
Regionale tv/radio	92%	23	50%	13
Nationale tv/radio	40%	10	0%	0
Internationale tv/radio	20%	5	0%	0
Facebook	92%	23	65%	17
Twitter	60%	15	12%	3
Anders	32%	8	35%	9
	beantwoord	25	beantwoord	26
	overgeslagen	1	overgeslagen	0



- Professionele cultuurproducenten
- Amateurcultuurproducenten

De meerderheid van de professionele cultuurproducenten krijgt aandacht in regionale en nationale dag- en weekbladen en in nationale vaktijdschriften. 36% krijgt internationale media-aandacht en een op de vijf geniet ook interesse van internationale radio en tv.

Bij de amateurs is de mate van aandacht van de nationale en internationale media zeer gering in vergelijking met de professionele organisaties. De belangstelling voor het culturele aanbod van de amateurproducenten beperkt zich tot regionale media. Ook bij deze vraag geldt dat media-aandacht zowel kan wijzen op erkenning van artistiek-inhoudelijke kwaliteit als van maatschappelijke waarde. Zichtbaarheid in media is een indicator van de mate waarin een organisatie als waardevol wordt gezien in de samenleving. En recensies worden beschouwd als indicator van erkenning en waardering van de artistiek-inhoudelijke kwaliteit.

Heeft u of uw organisatie het afgelopen jaar samengewerkt met andere culturele partners?

Alle professionele cultuurproducenten werken samen met andere culturele partners. Negen van hen werkten met minder dan tien verschillende culturele partners samen, dertien (50%) met tien tot 50 partners, en vier

professionele organisaties hadden 50 of meer culturele partners in 2017. Het merendeel van de amateurorganisaties (73%) werkt samen maar wel met minder partners dan de professionele cultuurproducenten.

Heeft u of uw organisatie het afgelopen jaar meegedaan aan cultuurwedstrijden, concoursen of prijsvragen?

Professionele cultuurproducenten

	meegedaan			prijs ontvangen						
	ja	nee	totaal	ja	nee	totaal				
Regionaal	10%	2	90%	19	21	13%	1	88%	7	8
Nationaal	14%	3	86%	19	22	11%	1	89%	8	9
Internationaal	5%	1	95%	20	21	13%	1	88%	7	8
		beantwoord	22		beantwoord	22				
		overgeslagen	4		overgeslagen	4				

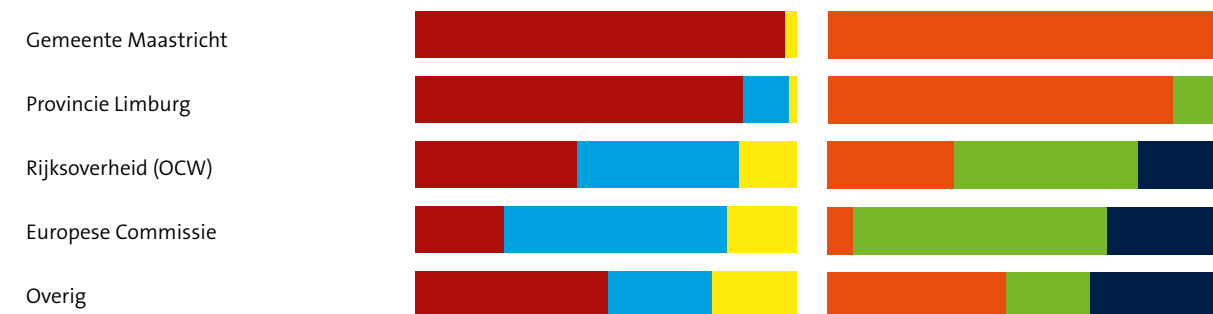
Amateurcultuurproducenten

	meegedaan			prijs ontvangen						
	ja	nee	totaal	ja	nee	totaal				
Regionaal	19%	4	81%	17	21	25%	2	75%	6	8
Nationaal	0%	0	100%	18	18	0%	0	100%	6	6
Internationaal	0%	0	100%	18	18	0%	0	100%	6	6
		beantwoord	21		beantwoord	21				
		overgeslagen	5		overgeslagen	5				

Slechts een klein aantal professionele cultuurproducenten doet mee aan cultuurwedstrijden en een nog kleiner deel valt ook in de prijzen. Bij de amateurorganisaties doet niemand mee aan bovenregionale wedstrijden, maar wel neemt 19% deel aan regionale cultuurwedstrijden. Een op de vier van de laatste groep won in 2017 ook een prijs, wat geldt als indicator van de erkenning van de artistiek-inhoudelijke kwaliteit.

Indien van toepassing: bij welke overheden heeft u of uw organisatie subsidie aangevraagd en van welke overheden heeft u subsidie ontvangen?

Professionele cultuurproducenten



	Aangevraagd	Niet aangevraagd	Niet beantwoord	Ontvangen	Niet ontvangen	Niet beantwoord
Gemeente Maastricht	25 96%	0 0%	1 4%	26 100%	0 0%	0 0%
Provincie Limburg	22 85%	3 12%	1 4%	23 88%	3 12%	0 0%
Rijksoverheid (OCW)	11 42%	11 42%	4 15%	10 38%	11 42%	5 19%
Europese Commissie	6 23%	15 58%	5 19%	4 15%	15 58%	7 27%
Overig	13 50%	7 27%	6 23%	13 50%	5 19%	8 31%

Naast de Gemeente Maastricht is de Provincie Limburg de overheidsinstantie waar het vaakst subsidie is aangevraagd door de professionele cultuurproducenten, beide met een successcore van 100%. De successcore van subsidieaanvragen van professionele organisaties bij de Rijksoverheid was 77% en 57% bij aanvragen bij de Europese Commissie.

Door afronding van de afzonderlijke percentages is de optelsom van de percentages niet altijd gelijk aan 100.

Amateurcultuurproducenten

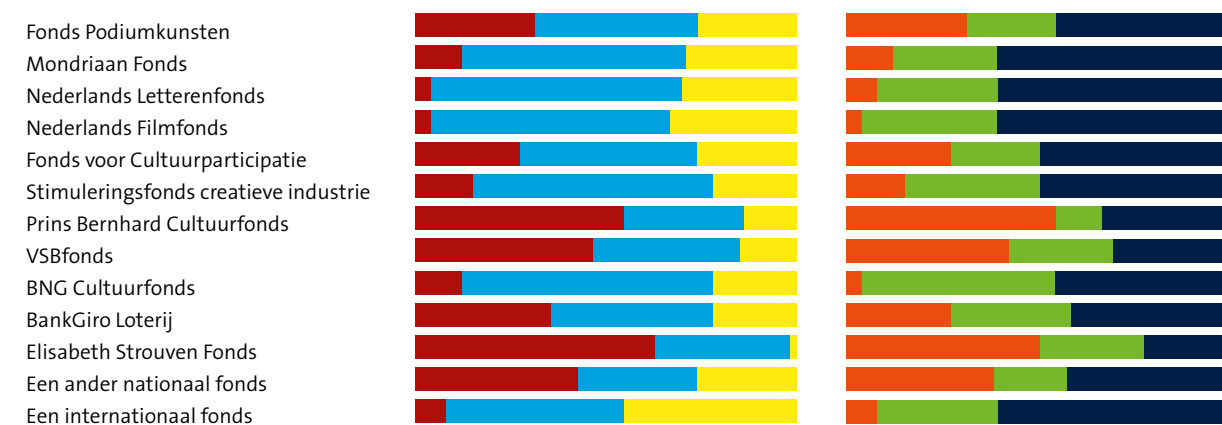


	Aangevraagd	Niet aangevraagd	Niet beantwoord	Ontvangen	Niet ontvangen	Niet beantwoord
Gemeente Maastricht	26 100%	0 0%	0 0%	26 100%	0 0%	0 0%
Provincie Limburg	3 12%	13 50%	10 38%	2 8%	6 23%	18 69%
Rijksoverheid (OCW)	0 0%	16 62%	10 38%	0 0%	6 23%	20 77%
Europese Commissie	0 0%	16 62%	10 38%	0 0%	6 23%	20 77%
Overig	5 19%	12 46%	9 35%	5 19%	4 15%	17 65%

Bij de amateurs blijken weinig producenten bovenlokale subsidies te hebben aangevraagd en te hebben ontvangen. Bij deze vraag geldt dat het ontvangen van subsidie kan wijzen op zowel erkenning van artistiek-inhoudelijke kwaliteit als van maatschappelijke kwaliteit. Bij de professionele cultuurproductie telt in het algemeen de artistiek-inhoudelijke kwaliteit daarbij zwaarder dan de maatschappelijke kwaliteit.

Door welk van de volgende cultuurfondsen bent u of is uw organisatie het afgelopen jaar gesteund?

Professionele cultuurproducenten

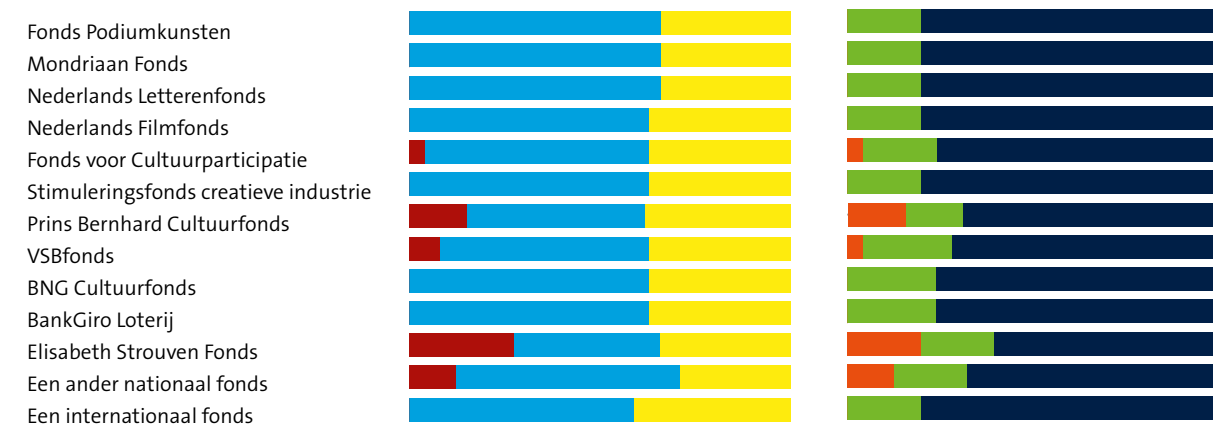


Fonds	Aangevraagd	Niet aangevraagd	Niet beantwoord	Ontvangen	Niet ontvangen	Niet beantwoord
Fonds Podiumkunsten	8 31%	11 42%	7 27%	8 31%	6 23%	12 46%
Mondriaan Fonds	3 12%	15 58%	8 31%	3 12%	7 27%	16 62%
Nederlands Letterenfonds	1 4%	17 65%	8 31%	2 8%	8 31%	16 62%
Nederlands Filmfonds	1 4%	16 62%	9 35%	1 4%	9 35%	16 62%
Fonds voor Cultuurparticipatie	7 27%	12 46%	7 27%	7 27%	6 23%	13 50%
Stimuleringsfonds creatieve industrie	4 15%	16 62%	6 23%	4 15%	9 35%	13 50%
Prins Bernhard Cultuurfonds	14 54%	8 31%	4 15%	14 54%	3 12%	9 35%
VSBfonds	12 46%	10 38%	4 15%	11 42%	7 27%	8 31%
BNG Cultuurfonds	3 12%	17 65%	6 23%	1 4%	13 50%	12 46%
BankGiro Loterij	9 35%	11 42%	6 23%	7 27%	8 31%	11 42%
Elisabeth Strouven Fonds	16 62%	9 35%	1 4%	13 50%	7 27%	6 23%
Een ander nationaal fonds	11 42%	8 31%	7 27%	10 38%	5 19%	11 42%
Een internationaal fonds	2 8%	12 46%	12 46%	2 8%	8 31%	16 62%

Door afronding van de afzonderlijke percentages is de optelsom van de percentages niet altijd gelijk aan 100.

De professionele cultuurproducenten hebben met name aanvragen gedaan bij fondsen met een overwegend culturele doelstelling. Bij hen zijn het Elisabeth Strouven Fonds (81% succes), Prins Bernhard Cultuurfonds (100% succes) en het VSBfonds (92% succes) het meest populair. Daarentegen worden er weinig aanvragen gedaan bij internationale fondsen.

Amateurcultuurproducenten



Fonds	Aangevraagd	Niet aangevraagd	Niet beantwoord	Ontvangen	Niet ontvangen	Niet beantwoord
Fonds Podiumkunsten	0 0%	17 65%	9 35%	0 0%	5 19%	21 81%
Mondriaan Fonds	0 0%	17 65%	9 35%	0 0%	5 19%	21 81%
Nederlands Letterenfonds	0 0%	17 65%	9 35%	0 0%	5 19%	21 81%
Nederlands Filmfonds	0 0%	16 62%	10 38%	0 0%	5 19%	21 81%
Fonds voor Cultuurparticipatie	1 4%	15 58%	10 38%	1 4%	5 19%	22 85%
Stimuleringsfonds creatieve industrie	0 0%	16 62%	10 38%	0 0%	5 19%	21 81%
Prins Bernhard Cultuurfonds	4 15%	12 46%	10 38%	4 15%	4 15%	18 69%
VSBfonds	2 8%	14 54%	10 38%	1 4%	6 23%	19 73%
BNG Cultuurfonds	0 0%	16 62%	10 38%	0 0%	6 23%	20 77%
BankGiro Loterij	0 0%	16 62%	10 38%	0 0%	6 23%	20 77%
Elisabeth Strouven Fonds	7 27%	10 38%	9 35%	5 19%	5 19%	16 62%
Een ander nationaal fonds	3 12%	15 58%	8 31%	3 12%	5 19%	18 69%
Een internationaal fonds	0 0%	15 58%	11 42%	0 0%	5 19%	21 81%

De amateurorganisaties doen vooral een beroep op fondsen met zowel een maatschappelijke als een culturele doelstelling zoals het Elisabeth Strouven Fonds en het Prins Bernhard Cultuurfonds. Het merendeel van de responderende amateurorganisaties deed in 2017 bij geen enkel fonds een aanvraag.

Ook bij deze vraag geldt dat door cultuurfondsen gehonoreerde aanvragen kunnen wijzen op zowel artistiek-inhoudelijke als maatschappelijke kwaliteit. Bij het Elisabeth Strouven Fonds en het VSBfonds moeten aanvragen aan beide kwaliteitscriteria voldoen. Bij het Prins Bernard Cultuurfonds telt hoofdzakelijk de artistiek-inhoudelijk kwaliteit.

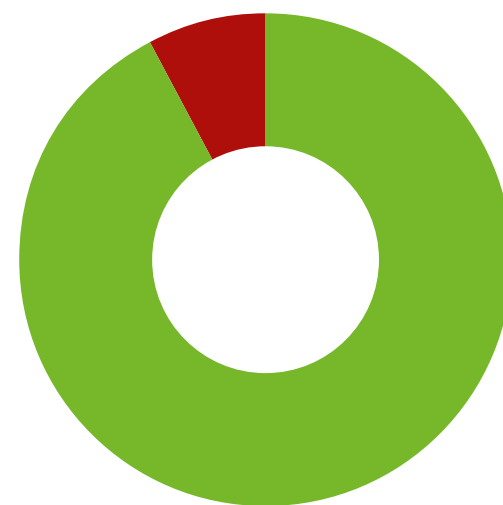
Indien u het afgelopen jaar publieksonderzoek heeft verricht, op welke manier heeft u dit gedaan?

(meerdere antwoorden mogelijk)

Professionele cultuurproducenten	publiek			stakeholders		
	ja	nee	totaal	ja	nee	totaal
Enquêtes	38% 8	62% 13	21	38% 6	63% 10	16
Een-op-eengesprekken	70% 16	30% 7	23	79% 15	21% 4	19
Groepsgesprekken	29% 6	71% 15	21	20% 3	80% 12	15
Analyse reacties via digitale media	52% 11	48% 10	21	25% 4	75% 12	16
		beantwoord 24			beantwoord 24	
		overgeslagen 2			overgeslagen 2	

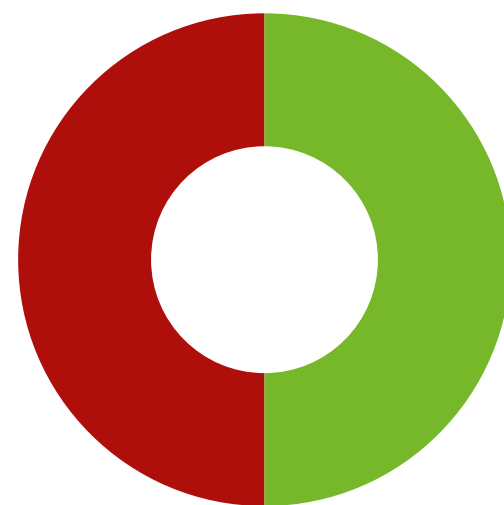


Professionele cultuurproducenten

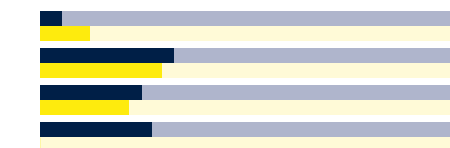


■ wel publieksonderzoek
■ geen publieksonderzoek

Amateurcultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten	publiek			stakeholders		
	ja	nee	totaal	ja	nee	totaal
Enquêtes	5% 1	95% 20	21	11% 1	89% 8	9
Een-op-eengesprekken	30% 6	70% 14	20	27% 3	73% 8	11
Groepsgesprekken	23% 5	77% 17	22	20% 2	80% 8	10
Analyse reacties via digitale media	25% 5	75% 15	20	0% 0	100% 10	10
		beantwoord 22			beantwoord 22	
		overgeslagen 4			overgeslagen 4	



Het merendeel van de professionele cultuurproducenten bevaart het publiek aan de hand van een-op-eengesprekken. Acht organisaties doen systematisch publieksonderzoek via enquêtes. Twee professionele organisaties doen geen enkele vorm van publieksonderzoek en eveneens twee organisaties doen geen publieksonderzoek maar wel onderzoek onder stakeholders. De mate van onderzoek bij stakeholders en publiek is ongeveer gelijk.

Veel minder amateurorganisaties verrichtten publieksonderzoek, 13 organisaties doen namelijk geen publieksonderzoek. Ook wordt er door amateurorganisaties weinig onderzoek verricht onder de stakeholders. Onderzoek onder publiek en stakeholders wordt even vaak gedaan.

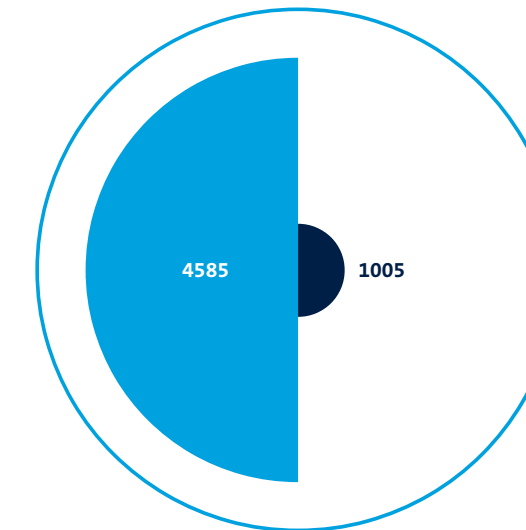
De uitkomsten van publieksonderzoek kunnen wijzen op zowel erkenning van artistiek-inhoudelijke kwaliteit als van maatschappelijke kwaliteit. Publieksonderzoek naar impact en beleving richt zich zeker bij professionele cultuurproducenten primair op de artistiek-inhoudelijke kwaliteit. Onderzoek naar de omvang en samenstelling van het publiek levert vooral aanwijzingen op voor maatschappelijke kwaliteit.

Maatschappelijke waarde

Wat was de omvang van uw culturele productie het afgelopen jaar?

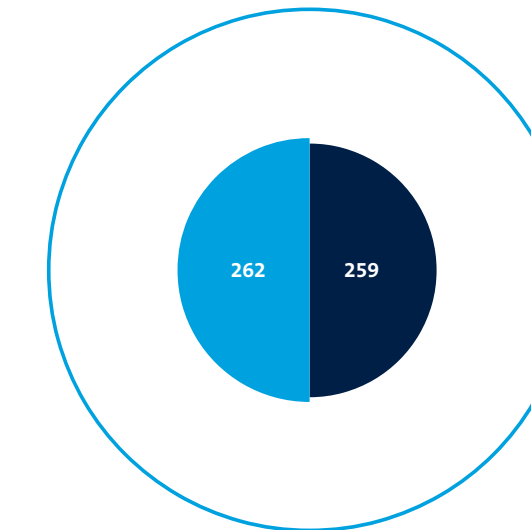
Professionele cultuurproducenten

beantwoord 26
overgeslagen 0



Amateurcultuurproducenten

beantwoord 25
overgeslagen 1



■ activiteiten
■ producten

Bij de professionele organisaties bedraagt het aantal activiteiten 4585 en het aantal producten 1005 tegenover respectievelijk 262 en 259 bij de amateurorganisaties.

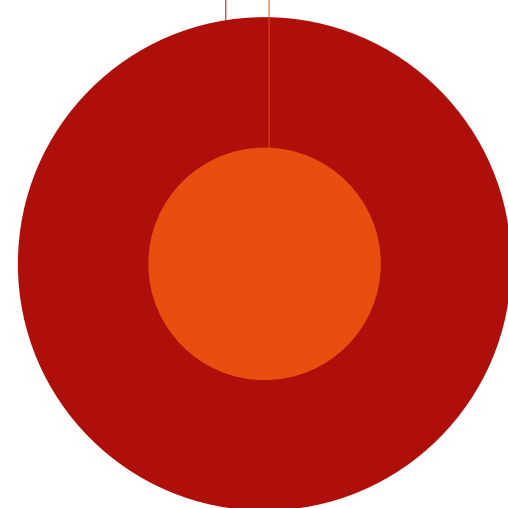
De activiteiten en producten komen dus voor het merendeel voor rekening van de professionele aanbieders. Hierbij dient te worden opgemerkt dat de respons van deze groep bijna 100% is, terwijl het aantal responderende amateurorganisaties een steekproef betreft. Desalniettemin zal het totale aantal activiteiten en producten van alle amateurorganisaties samen vrijwel zeker niet in de buurt komen van het totaal van de professionele cultuurproducenten.

Culture productie: activiteiten of producten
Onder activiteiten wordt verstaan: voorstellingen, uitvoeringen, exposities/tentoonstellingen, optredens, het geven van lessen of workshops op het gebied van muziek, dans, theater, beeldende kunst, creatief schrijven en mode. Onder producten wordt verstaan: schilderijen, tekeningen, beeldhouwwerk, sieraden, wandkleden, (kunstzinnige) foto's, boeken, verhalen, gedichten, weblogs, dvd's, cd's, films, video's, producties op het gebied van muziek, dans, theater en mode.

Indien u in het afgelopen jaar bezoekers heeft gehad, kunt u aangeven hoeveel dat er ongeveer waren?

Professionele cultuurproducenten

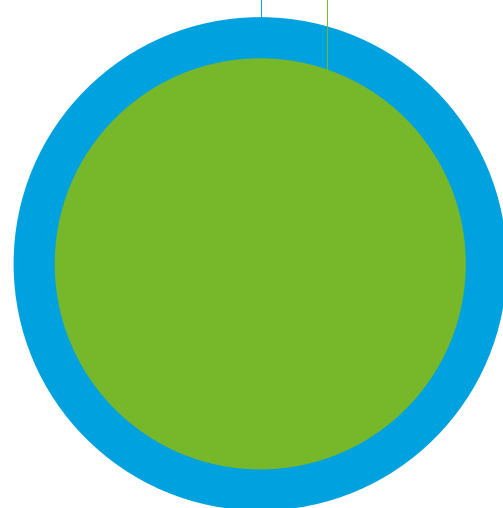
927.308 bezoekers in Maastricht
1.967.756 bezoekers totaal



beantwoord 24
overgeslagen 2

Amateurcultuurproducenten

13.390 bezoekers in Maastricht
16.070 bezoekers totaal



beantwoord 22
overgeslagen 4

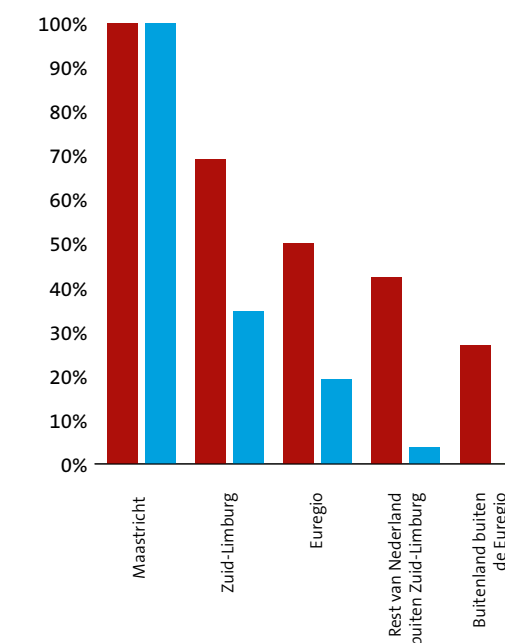
De professionele cultuurproducenten steken met kop en schouders boven de amateurs uit wanneer het gaat om de bezoekersaantallen. Zij trekken samen ongeveer twee miljoen bezoekers (1.967.756), waarvan iets minder dan de helft in Maastricht (927.308). Bij wijze van uitzondering geven wij hier ook een indicatie van de bezoekersaantallen – in Maastricht – van vier volgens de survey veelbezochte niet-gesubsidieerde cultuuraanbieders. Pathé, Euroscop, boekhandel Dominicanen en André Rieu trokken in 2017 samen tenminste 1,8 miljoen bezoekers.

De responderende amateurorganisaties trokken samen ruim 16.000 bezoekers, in meerderheid in Maastricht. Ook hier geldt dat de respons van de professionals bijna 100% is terwijl het aantal responderende amateurs een steekproef betreft. In totaal bedraagt het aantal bezoekers, in Maastricht en daarbuiten, van gesubsidieerde en niet-gesubsidieerde professionele cultuurproducenten tenminste 3,8 miljoen. Vijf gesubsidieerde professionele producenten hebben elk meer dan 100.000 bezoekers in totaal. Samen zijn zij met 1.548.901 bezoekers goed voor driekwart van het totale aantal bezoekers van activiteiten van de gesubsidieerde professionele cultuuraanbieders. Acht professionele cultuurproducenten hebben minder dan 10.000 bezoekers, de overige twaalf tussen de 10.000 en 100.000 bezoekers. Eén Maastrichtse cultuurproducent is verantwoordelijk voor het grootste deel van de bezoeken buiten de stad.

Let wel: voor de bij deze vraag genoemde aantallen bezoekers geldt dat dit niet per se allemaal verschillende bezoekers zijn en dat er dubbelingen kunnen optreden. Indien een Maastrichtse cultuurproducent optreedt in het Theater aan het Vrijthof treedt bijvoorbeeld dubbeling op van het aantal bezoekers als beide de vragenlijst van de monitor heben ingevuld.

Waar vinden uw fysieke activiteiten plaats? Hiermee wordt naast de activiteiten van de begrippenlijst ook bedoeld het maken van uw product (meerdere antwoorden mogelijk)

antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten		Amateurcultuurproducenten	
	reactie		reactie	
Maastricht	100%	26	100%	26
Zuid-Limburg	69%	18	35%	9
Euregio	50%	13	19%	5
Rest van Nederland buiten Zuid-Limburg	42%	11	4%	1
Buitenland buiten de Euregio	27%	7	0%	0
	beantwoord	26	beantwoord	26
	overgeslagen	0	overgeslagen	0

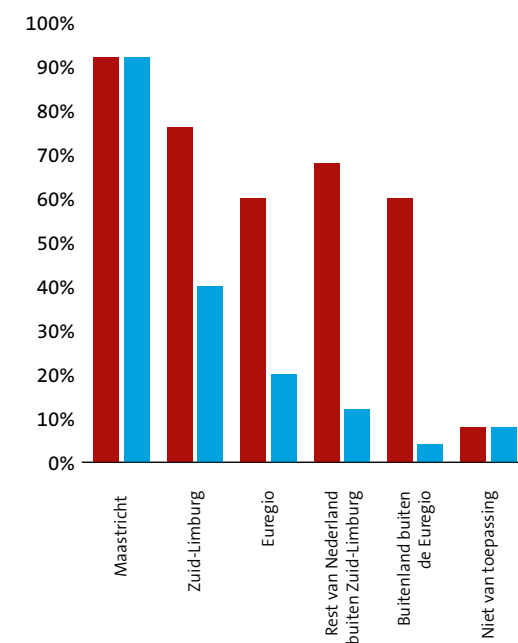


Alle professionele cultuurproducenten zijn actief in Maastricht en de meerderheid van hen biedt ook activiteiten aan buiten Maastricht in Zuid-Limburg. Ongeveer de helft ontplooit ook activiteiten in de rest van Nederland buiten Zuid-Limburg, en in de Euregio. Een kwart van de organisaties biedt activiteiten aan in het buitenland buiten de Euregio.

Voor de amateurs geldt eveneens dat ze allemaal actief zijn in Maastricht. Een op de drie amateurs is ook actief elders in Zuid-Limburg. Een op de vijf is dat ook in de Euregio. In tegenstelling tot de professionelen biedt deze groep echter nauwelijks activiteiten aan in de rest van Nederland en in het buitenland.

Waar vinden uw producten aftrek? (meerdere antwoorden mogelijk)

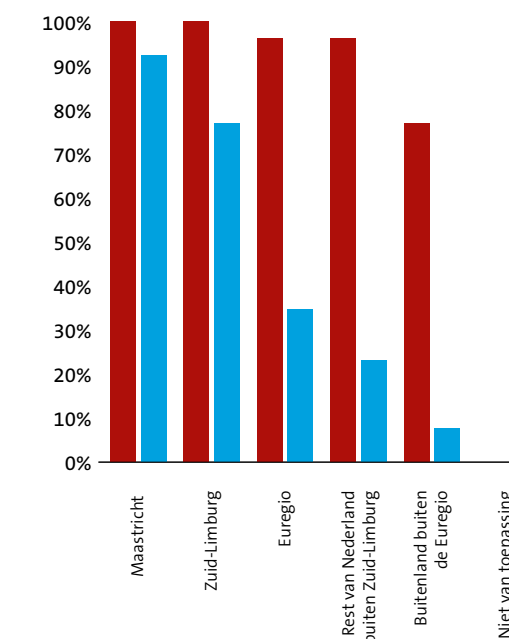
antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten		Amateurcultuurproducenten	
	reactie		reactie	
Maastricht	92%	23	92%	23
Zuid-Limburg	76%	19	40%	10
Euregio	60%	15	20%	5
Rest van Nederland buiten Zuid-Limburg	68%	17	12%	3
Buitenland buiten de Euregio	60%	15	4%	1
Niet van toepassing	8%	2	8%	2
	beantwoord	25	beantwoord	25
	overgeslagen	1	overgeslagen	1



Een meerderheid van de professionele cultuurproducenten geeft aan dat aftrek van hun producten zowel in Maastricht als ook in alle andere genoemde geografische categorieën plaatsvindt. In Maastricht en Zuid-Limburg blijkt de grootste afzet te zijn. Voor de amateurs geldt dat aftrek van producten vooral in Maastricht en daarnaast ook in Zuid-Limburg plaatsvindt.

Waar komt uw fysieke publiek vandaan? (meerdere antwoorden mogelijk)

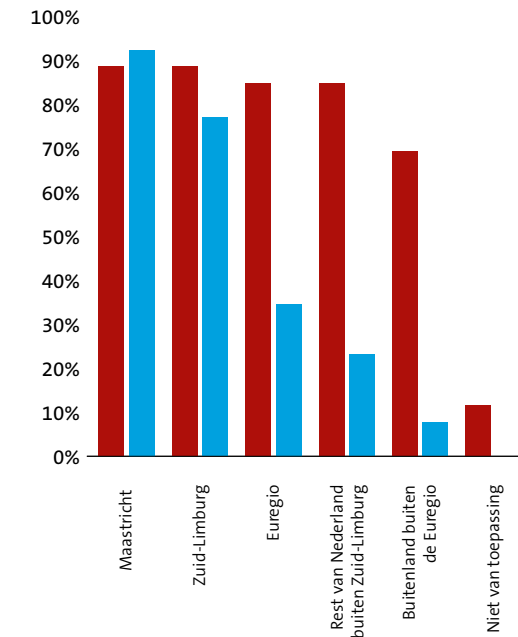
antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten		Amateurcultuurproducenten	
	reactie		reactie	
Maastricht	100%	26	92%	24
Zuid-Limburg	100%	26	77%	20
Euregio	96%	25	35%	9
Rest van Nederland buiten Zuid-Limburg	96%	25	23%	6
Buitenland buiten de Euregio	77%	20	8%	2
Niet van toepassing	0%	0	0%	0
	beantwoord	26	beantwoord	26
	overgeslagen	0	overgeslagen	0



Het publiek van de professionele cultuuraanbieders komt uit alle windstreken. Van hen trekt 77% ook bezoekers uit het buitenland buiten de Euregio. Bij de amateurs komt het publiek vooral uit Maastricht en Zuid-Limburg.

Waar komt uw online publiek vandaan? (meerdere antwoorden mogelijk)

antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten		Amateur-cultuurproducenten	
	reactie	beantwoord	reactie	beantwoord
Maastricht	88%	23	65%	17
Zuid-Limburg	88%	19	54%	14
Euregio	85%	15	31%	8
Rest van Nederland buiten Zuid-Limburg	85%	17	15%	4
Buitenland buiten de Euregio	69%	15	4%	1
Niet van toepassing	12%	2	35%	9
		beantwoord 26		beantwoord 26
		overgeslagen 0		overgeslagen 0

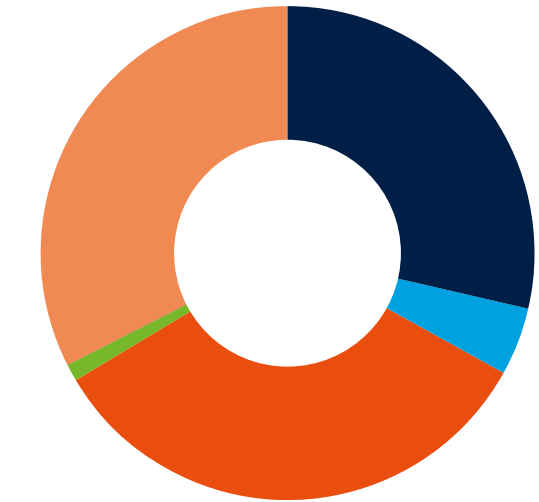
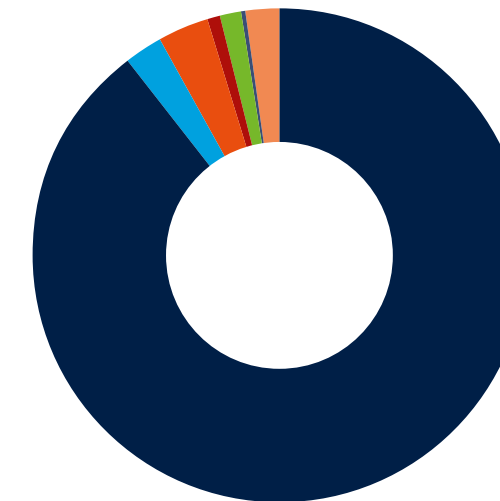


Het fysieke en het online publiek kijken geografisch weinig van elkaar af bij beide groepen.

Van welke digitale media maakt u of uw organisatie gebruik?

Geelieve aantallen bezoekers/volgers/abonnees/views in te vullen waar van toepassing

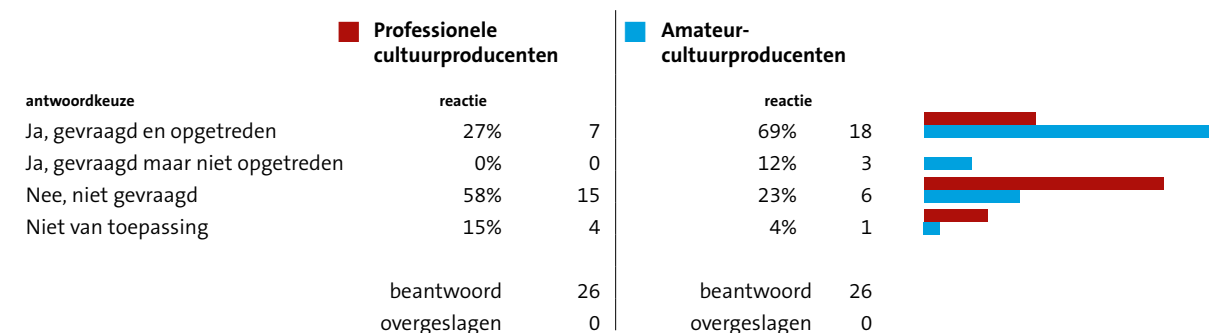
antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten			Amateur-cultuurproducenten		
	totaal	reactie	beantwoord	totaal	reactie	beantwoord
Website (in het afgelopen jaar)	3032337	83%	19	6331	83%	15
Digitale nieuwsbrief	79007	83%	19	996	67%	12
Facebook	119146	96%	22	7367	94%	17
Twitter	24486	65%	15	0	33%	6
Instagram	52801	65%	15	208	44%	8
Snapchat	100	26%	6	0	33%	6
Pinterest	0	22%	5	0	33%	6
YouTube volgers	447	26%	6	2	33%	6
YouTube views	75027	35%	8	7162	39%	7
			beantwoord 23			beantwoord 18
			overgeslagen 3			overgeslagen 8



De websites van de professionele organisaties werden in 2017 ruim 3 miljoen keer bezocht.

De amateursector laat een heel ander beeld zien qua omvang van het digitale bereik. De meerderheid maakt weliswaar gebruik van een of meer digitale media maar het bereik is vele malen kleiner dan bij de professionals. Het gebruik van Facebook door de organisaties blijkt bij zowel de professionals als de amateurs nog net iets populairder dan een eigen website.

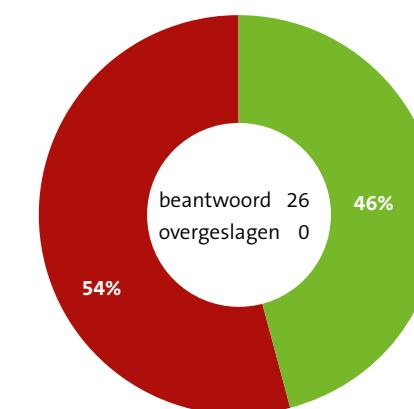
Bent u of is uw organisatie het afgelopen jaar gevraagd om bij officiële gelegenheden in de stad of de regio op te treden? Bijvoorbeeld: Dodenherdenking, Bevrijdingsdag etc.



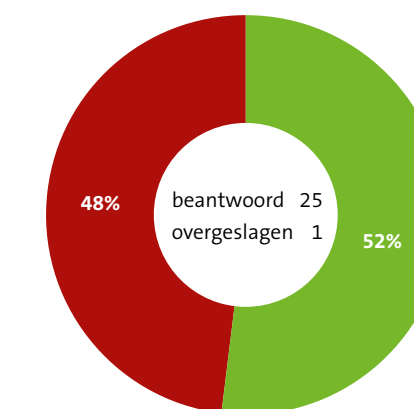
Ruim een kwart van de professionele organisaties is gevraagd om op te treden en heeft ook opgetreden bij officiële gelegenheden. Bij de amateurs blijkt dit 69% te zijn. Deze groep cultuurproducenten wordt dus veel meer gevraagd om op te treden bij officiële gelegenheden dan de professionele organisaties.

Heeft u of uw organisatie het afgelopen jaar legaten of donaties ontvangen van particulieren?

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten

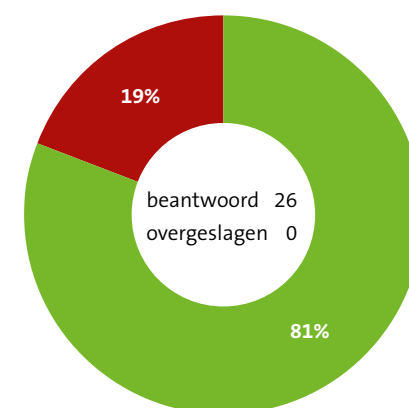


Van de professionele culturele organisaties ontving in 2017 46% donaties of legaten. 54%, dus iets meer dan de helft ontving in dit jaar geen legaten of donaties. Het beeld bij de amateurs wijkt hiervan weinig af, zij het dat de amateurs iets vaker donaties ontvangen.

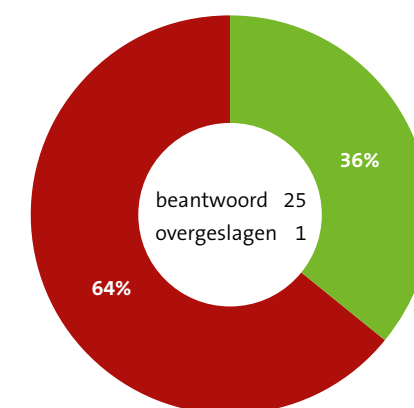
Heeft u of uw organisatie het afgelopen jaar sponsoring ontvangen uit het bedrijfsleven?

De grote meerderheid (81%) van de professionele cultuurproducenten wordt gesponsord door het bedrijfsleven. De amateurorganisaties laten een heel ander beeld zien: bijna twee derde van hen ontvangt geen sponsorgelden. Sponsors kunnen zowel een indicator zijn voor artistiek-inhoudelijke als van maatschappelijke kwaliteit. In het model van Claartje Bunnik weegt hierbij de maatschappelijke kwaliteit zwaarder dan de artistiek-inhoudelijke kwaliteit.

Professionele cultuurproducenten



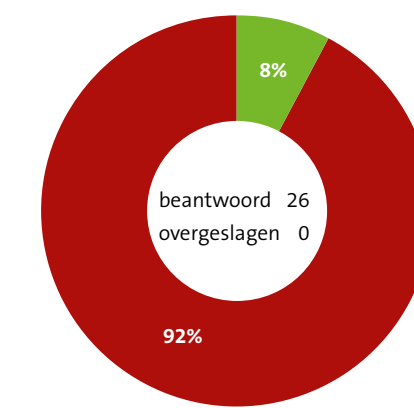
Amateurcultuurproducenten



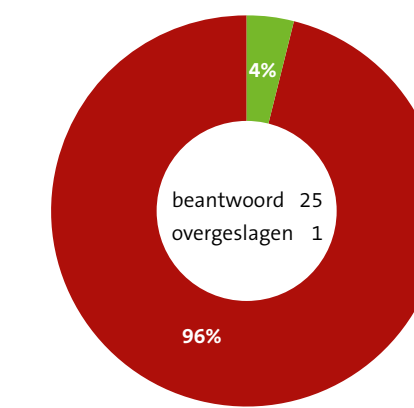
ja
nee

Heeft u of uw organisatie het afgelopen jaar inkomsten ontvangen uit crowdfunding?

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten

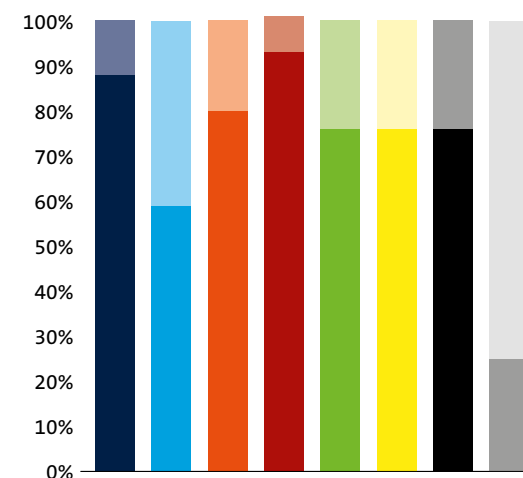


ja
nee

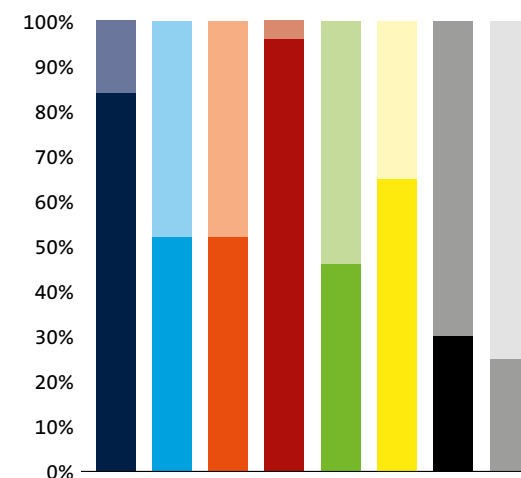
Een zeer klein aantal professionele en amateurcultuurproducenten heeft inkomsten ontvangen via crowdfunding.

Leiden de activiteiten en/of producten tot maatschappelijke participatie?

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten



Driekwart van de professionele cultuuraanbieders denkt dat hun activiteiten leiden tot maatschappelijke participatie. Wanneer wordt gekeken naar de vormen van participatie, blijkt de top 3 bij deze groep van producenten te bestaan uit: dichterbij elkaar brengen van mensen, persoonlijke ontplooiing en leefbaarheid van de stad. Een op de vier professionele organisaties geeft aan dat hun activiteiten niet gericht zijn op maatschappelijke participatie.

Bij de amateurorganisaties denkt eveneens driekwart dat hun activiteiten leiden tot maatschappelijke participatie. De top 3 van participatievormen voor deze groep is: dichterbij elkaar brengen van mensen, persoonlijke ontplooiing en participatie van ouderen.

Professionele cultuurproducenten

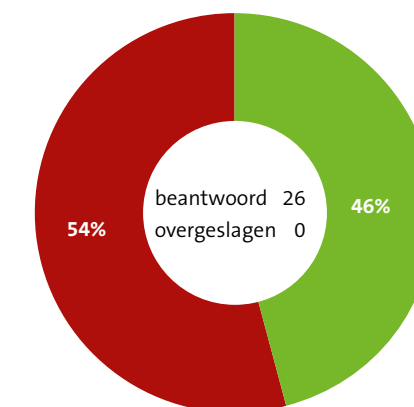
antwoordkeuze	van toepassing	niet van toepassing	totaal
Persoonlijke ontplooiing	88%	22%	3
Leefbaarheid van de wijk	59%	41%	9
Leefbaarheid van de stad	80%	20%	5
Het dichterbij elkaar brengen van mensen	93%	8%	2
Versterkte maatschappelijke participatie van jongeren	76%	24%	6
Versterkte maatschappelijke participatie van ouderen	76%	24%	6
De activiteiten en producten leiden tot andere vormen van maatschappelijke participatie	76%	24%	6
De activiteiten en producten zijn niet gericht op maatschappelijke participatie	25%	75%	15
	beantwoord		26
	overgeslagen		0

Amateur-cultuurproducenten

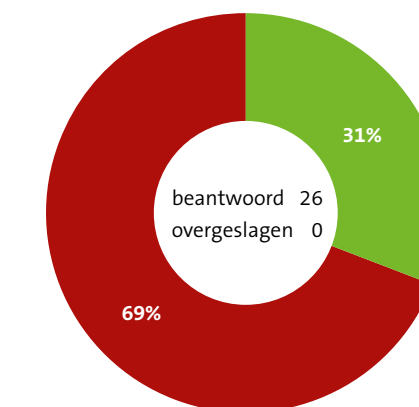
antwoordkeuze	van toepassing	niet van toepassing	totaal
Persoonlijke ontplooiing	84%	16%	4
Leefbaarheid van de wijk	52%	48%	11
Leefbaarheid van de stad	52%	48%	11
Het dichterbij elkaar brengen van mensen	96%	4%	1
Versterkte maatschappelijke participatie van jongeren	46%	54%	13
Versterkte maatschappelijke participatie van ouderen	65%	35%	9
De activiteiten en producten leiden tot andere vormen van maatschappelijke participatie	30%	70%	16
De activiteiten en producten zijn niet gericht op maatschappelijke participatie	25%	75%	15
	beantwoord		26
	overgeslagen		0

Werkt u of uw organisatie samen met publiek bij de productie en programmering van een activiteit?

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten



ja
nee

Van de professionele cultuurproducenten werkt 46% samen met het publiek. De amateurorganisaties doen dit in nog iets mindere mate. Dit betekent dat beide groepen in meerderheid niet samenwerken met het publiek.

Zijn er vormen van samenwerking op het terrein van...? (meerdere antwoorden mogelijk)

Professionele cultuurproducenten

Antwoordkeuze	nee	totaal
Maatschappelijke zorg en welzijn	50%	13
Openbare ruimte	50%	13
Economie	31%	8
Onderwijs en jeugd	81%	21
Volksgezondheid	12%	3
Groen, milieubeheer en afval	19%	5
Openbare orde en veiligheid	15%	4
De activiteiten en producten zijn niet gericht op samenwerking	8%	2
	beantwoord	26
	overgeslagen	0

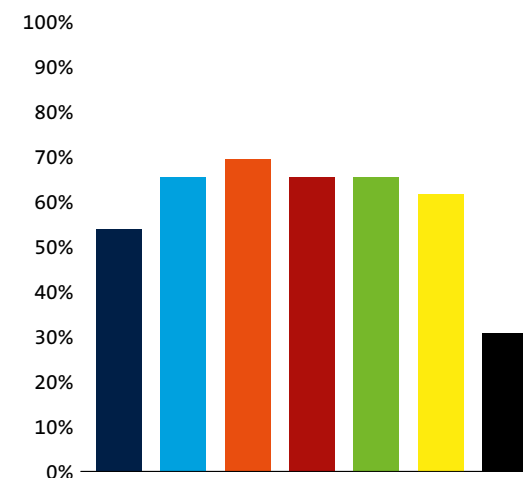
Amateur-cultuurproducenten

Antwoordkeuze	nee	totaal
Maatschappelijke zorg en welzijn	25%	6
Openbare ruimte	13%	3
Economie	4%	1
Onderwijs en jeugd	38%	9
Volksgezondheid	4%	1
Groen, milieubeheer en afval	4%	1
Openbare orde en veiligheid	0%	0
De activiteiten en producten zijn niet gericht op samenwerking	46%	11
	beantwoord	24
	overgeslagen	2

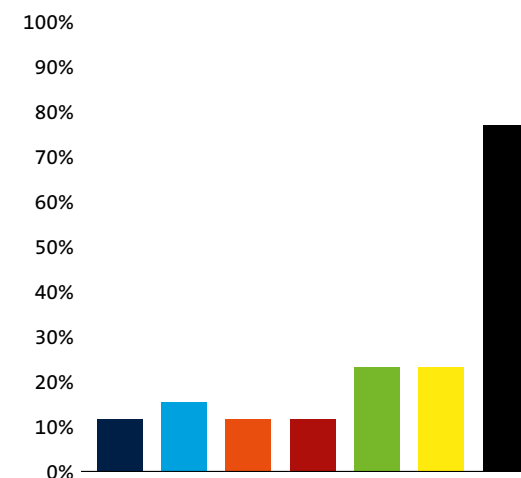
Een groot deel van de professionele cultuurproducenten werkt samen met partners uit andere (maatschappelijke) domeinen, het vaakst (81%) uit het domein jeugd en onderwijs. Ook bij de amateurs richt samenwerking zich vooral op deze categorie. Het percentage amateurproducenten dat samenwerkt, is echter aanzienlijk kleiner (54%).

Op welke leeftijdscategorieën richt u of uw organisatie zich met haar activiteiten en producten?

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten



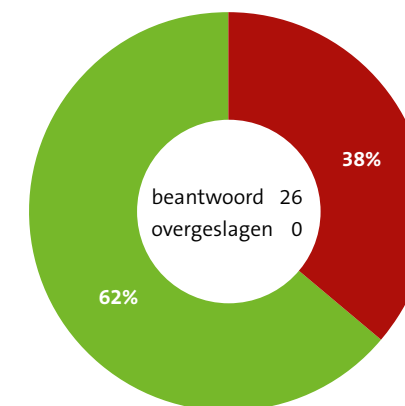
antwoordkeuze	Professionele cultuurproducenten		Amateur-cultuurproducenten	
	reactie	antwoord	reactie	antwoord
Kinderen van 6-11 jaar	54%	14	12%	3
Jongeren van 12-19 jaar	65%	17	15%	4
Volwassenen van 20-34 jaar	69%	18	12%	3
Volwassenen van 35-49 jaar	65%	17	12%	3
Volwassenen van 50-64 jaar	65%	17	23%	6
Volwassenen van 65 jaar en ouder	62%	16	23%	6
Geen specifieke leeftijdscategorie	31%	8	77%	20
	beantwoord	26	beantwoord	26
	overgeslagen	0	overgeslagen	0

Het merendeel van de professionele cultuuraanbieders richt zich op alle leeftijdscategorieën. Iets minder organisaties, respectievelijk 54% en 62%, richten zich op jeugd in de leeftijd van 6-11 jaar en op volwassenen van 65 jaar en ouder.

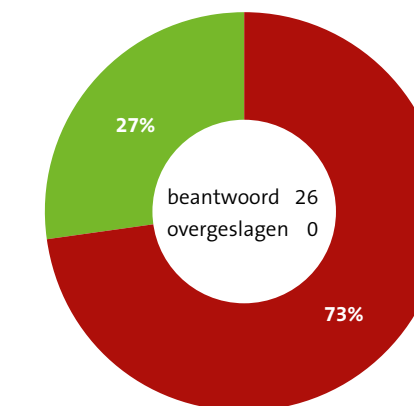
De amateurs richten zich nog sterker dan de professionele cultuuraanbieders op alle leeftijden. De categorieën 50-64 jaar en 65 jaar en ouder krijgen iets meer aandacht van de amateurcultuurproducenten dan de andere leeftijdscategorieën. Alle amateurs richten zich met hun activiteiten en producten (ook) op deze twee leeftijdscategorieën.

Heeft u of uw organisatie zich het afgelopen jaar met haar activiteiten en producten op nieuwe publieksgroepen gericht?

Professionele cultuurproducenten



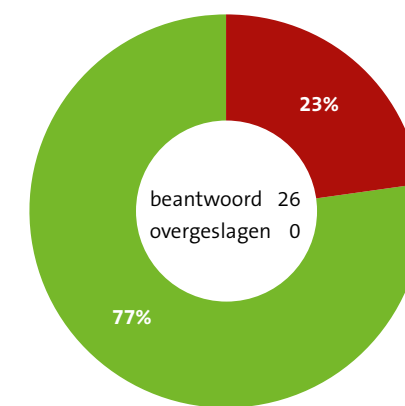
Amateurcultuurproducenten



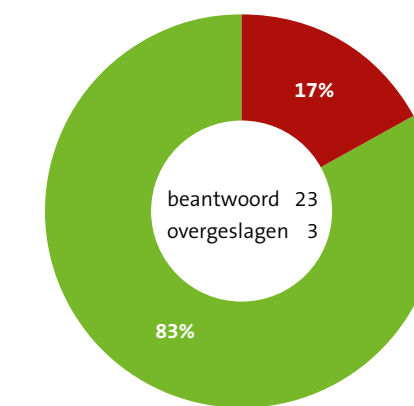
De meerderheid van de professionele cultuurproducenten heeft zich in 2017 op nieuwe doelgroepen gericht. Een minderheid van 38% heeft dit niet gedaan. Bij de amateurs blijkt het merendeel van de organisaties (73%) zich niet op nieuwe doelgroepen te richten. Professionele organisaties richten zich dus veel meer op nieuwe doelgroepen dan amateurorganisaties.

Zijn er binnen uw organisatie, naast betaalde krachten, ook vrijwilligers werkzaam?

Professionele cultuurproducenten



Amateurcultuurproducenten



Driekwart van de professionele organisaties werkt met vrijwilligers. In totaal zijn 645 vrijwilligers actief bij deze groep van cultuurproducenten.

Bij de amateurorganisaties werkt een nog groter deel met vrijwilligers namelijk 83%. Tenminste 353 vrijwilligers zijn actief bij de responderende amateurorganisaties. Het totale aantal vrijwilligersplekken in dit deel van de cultuursector, is uiteraard veel groter en bedraagt waarschijnlijk meer dan 1000.

ja
nee

Hoeveel leden heeft uw organisatie?

Alle amateurorganisaties geven aan leden te hebben, in totaal 1241. Ook hier geldt dat het om een steekproef gaat. Het aantal leden van alle responderende en niet-responderende amateurorganisaties is uiteraard veel groter.

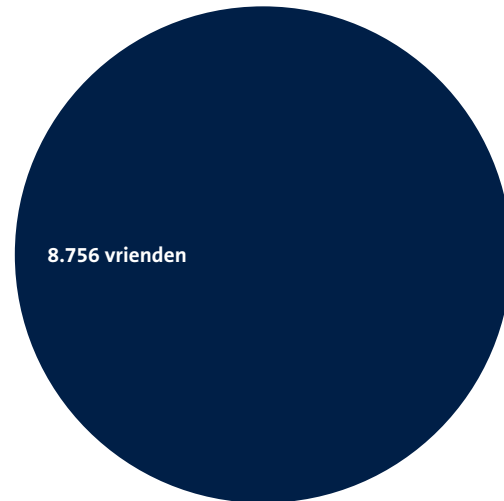
Bij de professionele organisaties heeft het merendeel geen leden.

Hoeveel vrienden heeft uw organisatie?

Professionele cultuurproducenten

beantwoord 26

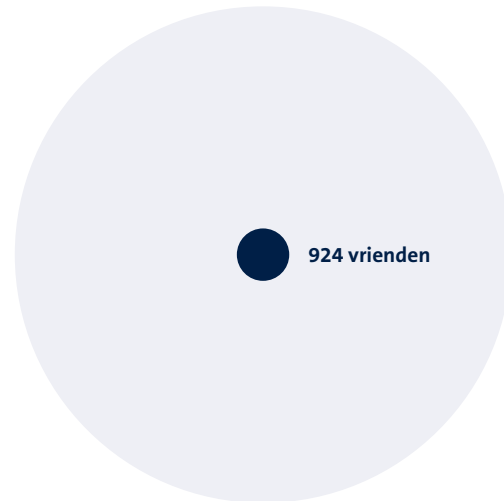
overgeslagen 0



Amateurcultuurproducenten

beantwoord 25

overgeslagen 1



Van de professionele cultuurproducenten beantwoordt 50% deze vraag met “niet van toepassing” en 50% geeft aan wel vrienden te hebben. In totaal hebben de professionele organisaties 8756 vrienden. Twee derde van dit aantal komt voor rekening van twee organisaties. Bij de amateurs geeft 44% aan wel vrienden te hebben, in totaal 924. Ook hier geldt dat de respons van amateurorganisaties lager was dan van professionele organisaties. Het werkelijke aantal vrienden binnen de amateursector zal veel hoger zijn. De cultuursector in Maastricht heeft dus vele duizenden vrienden, wat wijst op geworteldheid in de samenleving.

Samenvatting van de cultuurmonitor en van de drie onderzoeken samen

Een drieluik over drie cultuurwaarden

Cultuursurvey, cultuurmonitor en Rachel Pownall's onderzoek *Mapping Maastricht Cultural and Creative Industries* vormen samen een drieluik over de drie cultuurwaarden: de artistiek-inhoudelijke, de maatschappelijke en de economische waarde van cultuur in Maastricht. De drie onderzoeken geven veel informatie over veel aspecten van cultuur in Maastricht, maar niet alles over alle aspecten. Over de niet-gesubsidieerde cultuurproducenten is minder bekend dan over de gesubsidieerde cultuurproducenten. En van professionele cultuurproducenten is meer informatie beschikbaar dan van amateurcultuurproducenten.

In de cultuursurvey *Onderzoek naar cultuurbeoefening, cultuurbezoek en cultuurwaardering in Maastricht 2017* wordt uitgebreid ingegaan op de activiteiten, voorkeuren, motieven en achtergronden van de Maastrichtse actieve en receptieve cultuurparticipanten. Wie participeert – actief of receptief – aan wat? Wat zijn de motieven om wel of niet bepaalde culturele activiteiten te ontplooien, in de stad of daarbuiten? Hoe sluiten de cultuurproductie en het cultuuraanbod in de stad aan bij de voorkeuren van de inwoners? Hoe belangrijk vinden Maastrichtenaars cultuur voor zichzelf en voor de samenleving, en hoe waarderen de inwoners de culturele mogelijkheden in Maastricht? Over de vele mensen die in Maastricht cultuur beoefenen of bezoeken, maar geen inwoner van de stad zijn, zegt de survey echter weinig omdat enkel inwoners van Maastricht de enquête hebben gekregen. De survey laat zien dat de actieve en de receptieve

cultuurdeelname van de inwoners van Maastricht op een redelijk hoog niveau liggen met respectievelijk 62% en 94%, en dat de inwoners ook redelijk tevreden zijn over de mogelijkheden tot cultuurbeoefening (7,0) en over het culturele aanbod in de stad (7,1).

Wel bestaan er bij cultuurparticipatie forse verschillen binnen de bevolking. Opleiding en leeftijd spelen hierbij een belangrijke rol. Daarnaast toont de survey dat van een deel van het gesubsidieerde cultuuraanbod door weinig Maastrichtenaars gebruik wordt gemaakt.

De *Cultuurmonitor Maastricht 2017* richt zich op de producenten en aanbieders van cultuur in Maastricht: op wat zij doen, waarom en voor wie, op de artistieke waarde en op de maatschappelijke betekenis van hun activiteiten, de effecten daarvan, en waaruit die blijken.

De centrale focus van *Mapping Maastricht Cultural and Creative Industries* ligt op de economische betekenis van deze sectoren in Maastricht in vergelijkend perspectief, waarbij statistische data van het CBS de belangrijkste bron van informatie vormen. Hieronder worden de belangrijkste uitkomsten van de cultuurmonitor gepresenteerd en in perspectief geplaatst door aanvulling met informatie uit de twee andere onderzoeken.

Van de drie cultuurwaarden is de artistiek-inhoudelijke de belangrijkste voor zowel de gesubsidieerde professionele cultuurproducenten als de gesubsidieerde amateurcultuurproducenten. Het creëren van maatschappelijke waarde komt op de tweede plaats, maar is voor de gesubsidieerde

amateurs belangrijker dan voor de professionele cultuurproducenten. De laatste verschillen onderling sterk wat betreft het gewicht van maatschappelijke waarde in hun zelfgekozen profielen. Aan economische waardecreatie wordt door beide groepen relatief weinig gewicht toegekend.

Cultuurproductie en cultuurbezoekers

Over de culturele productie in Maastricht – ‘het culturele vermogen van de stad’ – en over de artistiek-inhoudelijke waarde van die productie, laat de monitor het volgende zien. Het aantal activiteiten zoals optredens, voorstellingen en exposities van enkel de gesubsidieerde organisaties bedroeg in 2017 meer dan 4800. Die activiteiten, in grote meerderheid van de gesubsidieerde professionele cultuurproducenten, trokken samen bijna 1 miljoen bezoekers in Maastricht en een zelfde aantal bezoekers buiten de stad.

Het aantal bezoekers in Maastricht van de volgens de survey veel-bezochte niet-gesubsidieerde cultuuraanbieders in de stad, bedroeg tenminste 1,8 miljoen. Hieruit kan worden geconcludeerd dat het totale aantal cultuurbezoekers, in Maastricht en daarbuiten, minstens 3,8 miljoen is.

De geografische herkomst van de publieken van gesubsidieerde professionals en amateurs is duidelijk verschillend. Bij de amateurs komt het publiek voornamelijk uit Maastricht en Zuid-Limburg, terwijl het publiek van de professionele cultuuraanbieders uit alle windstreken komt. 77 % van de laatstgenoemden trekt ook bezoekers uit het buitenland buiten de Euregio.

Zowel bij de gesubsidieerde als bij de niet-gesubsidieerde aanbieders, wordt het grootste deel van het bezoek gegeneerd door een beperkt aantal professionele producenten. Amateurcultuurproducenten en een deel van de gesubsidieerde professionele organisaties trekken volgens de monitor veel minder bezoekers, wat door de survey wordt bevestigd wat betreft cultuurbezoek door inwoners van Maastricht. De monitor geeft daarbij aan dat een aantal van de door relatief weinig Maastrichtenaren bezochte culturele organisaties veel bezoekers trekt van buiten Maastricht. Deze Maastrichtse cultuurproducenten – in de regel professionele – vervullen een bovenlokale functie, vaak gebaseerd op de artistieke kwaliteit van hun producties, waarover later meer.

De websites van de gesubsidieerde professionele organisaties werden in 2017 ruim 3 miljoen keer bezocht. Het digitale bereik van de amateursector is veel kleiner en geografisch ook beperkter.

De producten van gesubsidieerde professionele cultuurproducenten vinden in de regel ook aftrek buiten Maastricht: in de rest van Nederland en van een meerderheid ook in het buitenland. Voor de amateurs geldt dat hun producten vooral in Maastricht en Zuid-Limburg aftrek vinden.

Veel meer professionele cultuurproducenten zijn ook actief in een veel groter gebied dan de amateurcultuurproducenten. De Euregio is volgens de survey de minst populaire bestemming voor Maastrichtse cultuurbezoekers, maar is volgens de monitor een stuk belangrijker als plaats van activiteiten voor met name de professionele cultuurproducenten.

Artistiek-inhoudelijke waarde

Volgens de monitor kreeg in 2017 een meerderheid van de gesubsidieerde professionals erkenning van de artistieke waarde van hun cultuurproductie in de vorm van gehonoreerde aanvragen bij landelijke cultuurfondsen. Gesubsidieerde amateurcultuurproducenten doen minder aanvragen bij cultuurfondsen. De minderheid die dit wel doet – meestal met succes – doet vooral een beroep op fondsen met zowel een maatschappelijke als een culturele doelstelling.

De monitor geeft een vergelijkbaar beeld wat betreft erkenning van de artistiek-inhoudelijke kwaliteit blijkend uit het succesvol aanvragen van provinciale, nationale en Europese subsidies. Vrijwel alle door de gemeente Maastricht gesubsidieerde professionele cultuurproducenten vroegen en kregen ook subsidie van de Provincie Limburg. Iets minder dan de helft vroeg met een successcore van 77% landelijke subsidie aan, en ongeveer een kwart deed met een successcore van 57% een aanvraag bij de Europese Commissie. Een minderheid van de gesubsidieerde amateurorganisaties vroeg bovenlokale subsidies aan. Vooraankondigingen en recensies zeggen ook iets

over artistiek-inhoudelijke en maatschappelijke waarde. In 2017 kregen de gesubsidieerde professionele cultuurproducenten er in totaal 1547 (met grote onderlinge verschillen) en de gesubsidieerde amateurs 212. In verhouding tot het aantal activiteiten kregen de amateurcultuurproducenten dus veel aandacht. Wel is die aandacht veel lokaler en regionaler dan die voor de professionele Maastrichtse cultuurproducenten, die in meerderheid ook nationale aandacht kregen en een derde zelfs internationale aandacht.

De gesubsidieerde professionele cultuurproducenten vervullen significant meer dan de amateurs de functie van trendsetter, in zowel Maastricht als Zuid-Limburg. Ruim een kwart van hen zegt ook nationaal en internationaal trendsetter te zijn, terwijl de amateurorganisaties hun rol als trendsetter het sterkst in de Euregio zien. De monitor laat verder zien dat een meerderheid van de Maastrichtse professionele cultuurproducenten ook een breed cultureel aanbod verzorgt buiten Maastricht: in Nederland en daarbuiten. Dit geldt in iets mindere mate ook voor de functie opleiden en laten doorstromen van talent. Ongeveer de helft van de amateurorganisaties zegt ook de laatstgenoemde functie op lokaal niveau te vervullen.

Kijkend naar de specifieke artistiek-inhoudelijke kwaliteit van de activiteiten en producten van enerzijds de gesubsidieerde professionals en anderzijds de gesubsidieerde amateurorganisaties, valt op dat artistieke innovatie veel belangrijker

is voor de professionals dan voor de amateurs en dat het omgekeerde geldt voor continuïteit (traditie). De gesubsidieerde professionals zeggen hun publiek in de eerste plaats te verwonderen, gevolgd door intellectueel te stimuleren en een kwaliteitservaring te bieden. De amateurorganisaties noemen amuseren, samenbrengen en ontroeren als belangrijkste impact op hun bezoekers. De survey laat zien dat Maastricht duidelijk verschillende en tamelijk gescheiden culturele sferen kent en ook welke inwoners zich meer en minder aangetrokken voelen tot de verschillende artistiek-inhoudelijke kwaliteiten. Zo spreekt het aanbod van de gesubsidieerde professionals vooral hogeropgeleiden aan. In dit verband is het ook relevant dat lageropgeleiden vaak “geen interesse” noemen als reden voor non-participatie, en dat zij zeggen veel minder belang aan cultuur toe te kennen dan hoogopgeleiden.

Economische waarde

Ofschoon onderzoek van de economische waarde van cultuur in Maastricht geen onderdeel was van de opdracht van de gemeente aan de schrijvers van dit rapport, hebben zij toch gemeend dat het nuttig en verantwoord is, om hier ook iets te zeggen over deze waarde.

De uitgaven van de gemeente Maastricht aan kunst en cultuur bedroegen in 2017 bijna 24 miljoen euro. Daarbovenop ontving de cultuursector in Maastricht meer dan 10 miljoen euro subsidie van Provincie en Rijk. De amateurcultuurproducenten zijn minder afhankelijk van subsidies dan de professionele cultuurproducenten. Bij een meerderheid van de eerstgenoemden is minder dan de helft van de inkomsten afkomstig uit subsidie, terwijl bij de

gesubsidieerde professionals het omgekeerde het geval is. De inkomsten van een meerderheid in deze categorie cultuurproducenten bestaan voor meer dan de helft uit subsidie.

Mapping Maastricht Cultural and Creative Industries laat zien dat één van de vier subsectoren, Arts & Cultural Heritage, in 2016 goed was voor ongeveer 900 fte werkgelegenheid. De subsector Media & Entertainment genereerde ruim 300 fte aan banen. 10% van alle Maastrichtse ondernemers was in 2016 actief in een van de twee eerdergenoemde subsectoren. Volgens de *Cultuurmonitor 2017* bedroeg de werkgelegenheid in het gesubsidieerde deel van de Maastrichtse cultuursector in 2017 ongeveer 450 fte.

Wat de miljoenen bezoekers van gesubsidieerde en niet-gesubsidieerde cultuur jaarlijks in Maastricht uitgeven, was geen onderwerp van de onderzoekopdracht. Desondanks is het op basis van de drie onderzoeken evident dat de directe en indirecte bestedingen vrijwel zeker honderden miljoenen euro's per jaar zijn. Als elke cultuurbezoeker slechts één keer per jaar 25 euro uitgeeft, gaat het totaal al richting 100 miljoen euro. Bovendien geven zij in de stad ook veel geld uit aan niet-culturele doelen zoals overnachtingen, eten en drinken, etc. En de tienduizenden actieve cultuurbeoefenaars – zie de cultuursurvey – onder de Maastrichtenaren besteden natuurlijk ook geld aan hun cultuurbeoefening. Een flink deel van de inkomens van degenen die werkzaam zijn in de Maastrichtse cultuursector of in sectoren die deels afhankelijk zijn van die sector, wordt eveneens uitgegeven in Maastricht.

De vraag welk deel van de directe en indirecte bestedingen aan cultuur in Maastricht voortkomt uit het gesubsidieerde aanbod was evenmin deel van het onderzoek. Toch lijkt het op basis van de beschikbare informatie over bezoekersaantallen, omzet en percentage eigen inkomsten, waarschijnlijk dat dit een substantieel deel vormt.

Maatschappelijke waarde

Het combineren van gegevens uit survey en monitor laat ook zien dat er een redelijke match bestaat tussen de waarden en de publiekeffecten die de gesubsidieerde cultuurproducenten willen creëren, en de belangrijkste redenen van de inwoners van Maastricht voor actieve cultuurparticipatie.

De door de gesubsidieerde cultuurproducenten genoemde beoogde maatschappelijke effecten komen echter niet volledig overeen met de praktijk volgens de survey. Bijvoorbeeld de versterking van sociale cohesie vraagt om een breder publiek dan sommige organisaties trekken. Een meerderheid van de professionele cultuurproducenten en een minderheid van de amateurcultuurproducenten zegt zich te richten op het bereiken van nieuwe doelgroepen. Ook hier laat de survey zien dat dit niet betekent dat alle professionele organisaties hierin al zijn geslaagd of dat de amateurs een minder breed publiek trekken.

Amateurcultuurproducenten lijken in vergelijking met de gesubsidieerde professionals het succesvolst in het realiseren van hun maatschappelijke doelen. In de missie van gesubsidieerde

amateurcultuurproducenten neemt volgens de monitor de maatschappelijke waarde van cultuur ook een grotere plaats in dan in die van de gesubsidieerde professionele cultuurproducenten, waarin het creëren van artistieke waarde sterker voorop staat. De survey laat zien dat de motieven van veel inwoners voor actieve cultuurbeoefening niet in de eerste plaats cultureel of artistiek zijn. Zeker voor de georganiseerde beoefenaars geldt dat die vooral gaan over plezier en sociale contacten. De meeste actieve cultuurbeoefenaars zijn overigens geen lid van een vereniging of organisatie.

Volgens de monitor denken drie op de vier gesubsidieerde professionele en amateurcultuurproducenten dat hun activiteiten leiden tot maatschappelijke participatie, in de eerste plaats door het dichterbij elkaar brengen van mensen. Versterkte maatschappelijke participatie van ouderen staat wel in de top 3 van beoogde participatie-effecten van de amateurorganisaties, maar niet in die van de professionele cultuurproducenten. Uit de survey blijkt dat opleiding en leeftijd van grote invloed zijn op cultuurparticipatie. Met het ouder worden neemt zowel de actieve cultuurparticipatie af (vaak vanwege persoonlijke omstandigheden) als ook de passieve of receptieve (vaak vanwege een gebrek aan interesse en kennis), met uitzondering van de hoogopgeleiden. Die zijn nog actiever als bezoekers van gesubsidieerde cultuur en nauwelijks minder actief als cultuurbeoefenaars naarmate ze ouder zijn, dit in sterke tegenstelling tot lageropgeleide ouderen.

Volgens de monitor richten de gesubsidieerde amateurorganisaties zich iets sterker dan de gesubsidieerde professionele cultuurproducenten op de categorie 65 jaar en ouder – de groep inwoners met de laagste participatiegraad – en op alle leeftijden in het algemeen.

Diverse indicatoren van de monitor duiden op de maatschappelijke waarde van de amateurcultuurproductie in Maastricht. 69% van de gesubsidieerde amateurorganisaties is in 2017 gevraagd om op te treden bij officiële gelegenheden zoals Dodenherdenking of Bevrijdingsdag en heeft dat ook gedaan, tegen 27% van de gesubsidieerde professionele cultuurproducenten. 36% van de amateurs en 81% van de professionals ontvingen ook sponsoring vanuit het bedrijfsleven. En voor ontvangen legaten en donaties bedroegen de percentages respectievelijk 52 en 46.

Een grote meerderheid van de amateurorganisaties werkt (logischerwijze) met vrijwilligers, in totaal vele honderden. Maar ook bij driekwart van de gesubsidieerde professionele cultuurproducenten zijn vrijwilligers actief, 645 in totaal om precies te zijn. De cultuursector in Maastricht heeft vele duizenden vrienden en meer dan duizend vrijwilligers, wat wijst op geworteldheid in de samenleving. Weliswaar hebben de vaak veel grotere gesubsidieerde professionele organisaties in totaal nog meer vrienden dan de gesubsidieerde amateurcultuurproducenten, maar de percentages organisaties met en zonder vrienden verschillen

niet wezenlijk voor beide groepen. Afgezet tegen omzet en aantal personeelsleden hebben de amateurcultuurproducenten zelfs relatief veel vrienden.

Slotconclusie

Het onderzoeksdrieluik schetst een beeld van het culturele leven in Maastricht als een rijk en veelkleurig palet van professionele en niet-professionele, gesubsidieerde en niet-gesubsidieerde cultuuraanbieders met elk een eigen rol en functie. De een heeft vooral de creatie van artistieke waarde – in welke variant dan ook – hoog in het vaandel staan. Een ander gaat het meer om de maatschappelijke waarde van cultuur. Sommigen richten zich vooral op de inwoners van Maastricht – die heel verschillende culturele voorkeuren hebben maar overall tamelijk actief en tevreden zijn over het cultuuraanbod en de mogelijkheden voor beoefening – terwijl voor anderen cultuurconsumenten van elders belangrijker zijn. En met elkaar creëren zij ook een aanzienlijke economische waarde voor de stad.

Literatuurlijst

ASP-groep (2011). *Meer dan waarde. De maatschappelijke betekenis van musea*. Amsterdam: Nederlandse Museumvereniging.

Broers, B., Brom, R., Harings, J., Smeets, R., Vinken, H. (2018). *Waarde van cultuur. De staat van de culturele sector in Noord-Brabant*. Tilburg: Het Pon, bkbc, Telos, Pyrrhula Research Consultants en Boekmanstichting.

Broek, A., Gieles, Y. (2018). *Het culturele leven. 10 culturele domeinen gezien vanuit 14 kernthema's*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Bunnik, C. (2016). *Naar waarde gewogen. Een nieuw model voor kwaliteitsbeoordeling bij de toekenning van subsidies*. Amsterdam: Boekmanstichting.

Crossick, G., Kaszynska, P. (2016). *Understanding the value of arts & culture. The AHRC Cultural Value Project*. Swindon: Arts and Humanities Research Council.

Dorsten, T. van, Meewis, V., Bulk, L. van den, Faber, P., Stooze, L., Heinonen, H., et al. (2016). *10 jaar onderzoek cultuureducatie en cultuurparticipatie. Terugblik op 10 jaar Nederlands en Vlaams onderzoek en een agenda voor onderzoek*. Utrecht: LKCA.

Gemeente Haarlem (2018). *Cultuurmonitor Haarlem 2017*. Retrieved October 15, 2018, from https://www.haarlem.nl/bestandsopslag/bestanden/Feiten_en_cijfers/Monitors/cultuurmonitor_2017.pdf

Gemeente Maastricht, Gemeente Heerlen, Gemeente Sittard-Geleen (2018).

Profielplan Stedelijke Cultuurregio Zuid. Vergroot je wereld. Retrieved December 23, 2018, from <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2018/12/20/stedelijke-cultuurregio-zuid>

Gemeente Leiden (2018). *Cultureel Regioprofiel Leiden*. Retrieved October 15, 2018, from <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/publicaties/2018/12/20/leiden/3.+Leiden+regioprofiel.pdf>

Gielen, P., Elkhuizen, S., Hoogen, Q. van den, Lijster, T., Otte, H. (2014). *De waarde van cultuur*. Brussel: SoCiuS.

Hoogen, Q.L. van den (2010). *Performing arts and the city: Dutch municipal cultural policy in the Brave New World of evidence-based policy*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.

Hoogen, Q.L. van den (2012). *Effectief cultuurbeleid. Leren van evalueren*. Amsterdam: Boekmanstichting.

Jong, J. de, Schoonbrood, W., Helden, S. van, Penders, V., Pierik, S., Leenders, M., Royen, J. van (2018). *Onderzoek naar cultuurbeoefening, cultuurbezoek en cultuurwaardering in Maastricht 2017*. Maastricht: Stichting Tout Maastricht.

Marlet, G., Woerkens, C. van (2018). *Atlas voor gemeenten 2018*. Nijmegen: Voc Uitgevers.

Meerkerk, E., Hoogen, Q. L. van den, (Eds.). (2018). *Cultural Policy in the Polder. 25 Years Dutch Cultural Policy Act*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Ministerie van onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2016). *Cultuur in Beeld*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2017). *Cultuur in Beeld*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Newman, A. (2013). Imagining the social impact of museums and galleries: interrogating cultural policy through an empirical study. *International Journal of Cultural Policy*, 19, (1) 120-137.

Pownall, R. (2018). *Mapping Maastricht: Report on the cultural and creative industries*. Maastricht: Maastricht University School of Business and Economics

Putters, K. (2016) *Waarderen van maatschappelijke waarde. Verantwoorden over kunst en cultuur vanuit de samenleving gezien*. Retrieved March 17, 2017, from <https://www.kunsten92.nl/wp-content/uploads/2016/12/Presentatie-Kim-Putters-SCP-bij-Naar-waarde-gewogen-15-dec-2016.pdf>

Rotterdam Festivals (2011). *Wij Rotterdamers en cultuur. Een analyse van cijfers en trends uit vijf jaar publieksonderzoek*. Rotterdam: Rotterdam Festivals.

Elektronische bronnen

Fonds Podiumkunsten, OCW. (2015). *Monitor Podiumkunsten*. <http://monitor.nfpa.nl/>

Respondenten Cultuurmonitor Maastricht 2017

Professionele cultuurproducenten

Bonnefantenmuseum
 Bureau Europa
 Centre Ceramique, Kumulus, Natuurhistorisch Museum
 CineSud
 FASHIONCLASH
 Festival de Nederlandse Dansdagen
 philharmonie zuidnederland
 Prinses Christina Concours
 Marres, Huis voor Hedendaagse Cultuur
 Musica Sacra Maastricht
 Muziekgieterij
 SALLY Dansgezelschap Maastricht
 Stichting Docfest
 Stichting Hoge Fronten
 Stichting Intro in Situ
 Stichting Jazz Maastricht
 Stichting Lumière Cinema
 Stichting Opera Zuid
 Stichting Tout Maastricht
 Stichting Uit
 Stichting Van Eyck
 Stichting VIA ZUID
 Studium Chorale
 Theater aan het Vrijthof
 Toneelgroep Maastricht
 Viewmaster Projects

Amateurcultuurproducenten

ArkA Symfonie Orkest Maastricht
 Bateria Volle Petaj
 Fanfare Sint Servatius
 Garderizzjemint De Kachelpiepers
 Gemengd koor Sjantée Scharn
 Ghesellen van den Sanck
 Harmonie Heer Vooruit
 Harmonie Sint Pieter 1890
 Harmonie Sint Walburga
 Jeugdkoordebeltoontjes
 Kinderkoor Sjamaes
 Koninklijke Harmonie Ster van Maastricht
 Koninklijke Harmonie van Heer
 Koninklijk Sint Caeciliakoor
 Mannenkoor Wieker Eindrach
 Mestreechter Fanfaar St Jozep
 Mixed Harmony Maastricht
 SERA
 Stem des Volks
 Stichting Senioren Muziek Maastricht
 Toneelvereniging Accent
 Vereniging Buurttheater Mariaberg (BTM)
 Vocalgroup Mes Amie
 Wieker Fanfare
 Zaank en Kemedievereniging Maos en Neker
 Zangkoor Don Bosco

Colofon Cultuurmonitor 2017

Uitgave

Universiteit Maastricht
 Faculteit der Cultuur- en
 Maatschappijwetenschappen

Datum

Maart 2019

Auteurs

Dr. Joop de Jong
 Sandra van Helden MA
 Ward Schoonbrood MA

Vormgeving

Zuiderlicht

Financiering

Gemeente Maastricht
 Maastricht University

Copyright Universiteit Maastricht

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.

Aan de inhoud van deze publicatie is de grootste zorg besteed. De cijfers zijn indicatief. Voor eventuele onjuistheden kan geen aansprakelijkheid worden aanvaard, noch kunnen aan deze publicatie rechten worden ontleend.

