

Klassieke Muziek in Nederland

Segmentatie Analyse

Een profiel van klassieke muziekbezoekers in Nederland
ter voorbereiding op
de Klassieke Muziekweek 2005



Elsbeth Meijjer
Agnes Warntjes

Rotterdam, juni 2005

Inhoudsopgave

1.	Samenvatting, conclusies en aanbevelingen	3
2.	Database marketing en MOSAIC	5
2.1	Data analyses	5
2.2	Consumenten Segmentatiesysteem MOSAIC	5
2.3	Toepassingen MOSAIC in de culturele sector	7
3.	Databronnen klassieke muziekbezoekers in Nederland	8
3.1	Databestanden	8
3.2	Verzorgingsgebieden	8
4.	Profielen klassieke muziekbezoekers	10
4.1	Methodiek	10
4.2	MOSAIC groepsprofilering	11
4.2.1	Noord Nederland	11
4.2.2	Oost Nederland	12
4.2.3	Randstad	12
4.2.4	Zuid Nederland	13
4.3	MOSAIC typeprofilering	14
4.4	Samenvatting kenmerken publiek	17
4.5	Leeftijd, levensfase, werksituatie, beroep en woningtype	19
4.6	Mediagebruik	20
5.	Geografische spreiding	22
Bijlage I	Sociaal demografische MOSAIC groepen	
Bijlage II	Sociaal demografische MOSAIC typen	
Bijlage III	Beschrijving MOSAIC groepen en typen	
Bijlage IV	Sociaal demografische en economische variabelen	
Bijlage V	Geografische kaarten	

Dit rapport is een publicatie van Stichting Rotterdam Festivals. Overname, geheel of gedeeltelijk, van deze tekst is uitsluitend toegestaan voor niet-commercieel gebruik en met vermelding van de bron Stichting Rotterdam Festivals. Overige publicaties zijn uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Stichting Rotterdam Festivals.

Dit rapport is met de grootste zorgvuldigheid samengesteld. Voor eventuele onjuistheden, onvolkomenheden in de tekst of gevolgen van acties naar aanleiding van dit rapport kan Stichting Rotterdam Festivals echter geen aansprakelijkheid aanvaarden.

1. Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

Inleiding

Dit rapport beschrijft een analyse door Rotterdam Festivals van de bezoekers van klassieke muziek in opdracht van Bureau Promotie Podiumkunsten. Binnen Rotterdam Festivals heeft Agnes Warntjes de aangeleverde data verwerkt en Elsbeth Meijjer heeft de analyse en de rapportage verzorgd.

De directe aanleiding voor deze publieksanalyse is de Klassieke Muziekweek die plaatsvindt in november 2005. De publieksanalyse zal in eerste instantie gebruikt worden als ondersteuning bij de planning van (direct) marketingactiviteiten. Ook fungeert deze analyse als een 0-meting om te bepalen of de samenstelling van het publiek verandert tijdens en na de Klassieke Muziekweek.

Deze segmentatieanalyse geeft inzicht in de sociale en geografische kenmerken van bezoekers van klassieke muziek in Nederland. 21 Bezoekersbestanden van concertzalen en orkesten in Nederland zijn opgedeeld en samengevoegd in 4 regio's. Voor deze analyse heeft Rotterdam Festivals gebruik gemaakt van het consumenten segmentatiesysteem MOSAIC. MOSAIC is gekoppeld aan een database waarin van alle postcodes een grote hoeveelheid gegevens is opgeslagen, zoals leeftijd, gezinssamenstelling, welstandsklasse, levensstijl en andere demografische gegevens. Zodoende is ook bekend aan wat voor 'profiel' de bewoners van een bepaalde postcode voldoen. Deze MOSAIC database is vergeleken met de postcodes van de bezoekersbestanden van klassieke muziek, zodat per regio een profiel van klassieke muziekbezoekers wordt verkregen.

Het verkregen profiel kan worden gebruikt voor het zoeken naar personen die ook voldoen aan dat profiel (zogenaamde 'look-alikes') en dus mogelijk hetzelfde interesseveld hebben als het huidige publiek. Ook wordt duidelijk welk type huishoudens nog niet tot de bezoekers van klassiek muziek behoren en welke daarvan eventuele potentiële doelgroepen zijn.

Opbouw van het rapport

Dit hoofdstuk geeft een samenvatting van de belangrijkste conclusies en ook worden aanbevelingen gedaan hoe Bureau Promotie Podiumkunsten en de betrokken zalen en orkesten (extra) publiek kunnen werven voor de Klassieke Muziekweek. Hoofdstuk twee geeft een uitleg over databasemarketing in het algemeen, de culturele sector in het bijzonder en het gebruik van het consumenten segmentatiesysteem MOSAIC. In het derde hoofdstuk worden de databronnen omschreven en wordt behandeld waarom en hoe de regio's zijn bepaald. In hoofdstuk vier worden de resultaten van de analyses op basis van sociaal demografische kenmerken beschreven. Hoofdstuk vijf behandelt de geografische herkomst en spreiding van de verschillende klassieke muziekbezoekers.

Sociaal demografische kenmerken

Opvallend is dat de klassieke muziekbezoekers in Noord Nederland een afwijkend profiel hebben van de overige drie regio's. In Noord Nederland zijn de meer landelijke typen oververtegenwoordigd en in de overige regio's juist de meer stedelijke typen. In Zuid en Oost Nederland is meer uitbreiding mogelijk onder bepaalde landelijke typen. Voor alle regio's geldt dat vooral echtparen van middelbare leeftijd zonder thuiswonende kinderen en met een bovengemiddelde status oververtegenwoordigd, en dus kansrijk, zijn. In Noord Nederland richten deze mensen zich vooral op hun leefgemeenschap in het dorp waar ze wonen en de stedelijke typen in de andere regio's richten zich juist ook meer op andere culturen. In de Randstad en Oost Nederland zijn ook jonge, hoog opgeleide alleenstaanden oververtegenwoordigd onder de klassieke muziekbezoekers.

Geografische Spreiding

Van de 175.000 unieke klassieke muziekbezoekers die zijn onderzocht, woont 4% in Noord Nederland, 14% in Zuid Nederland, 16% in Oost Nederland en het overgrote deel van 67% in de Randstad. De hoogste concentratie van bezoekers is rondom de steden.

Aanbevelingen

Door communicatie aan te passen en te richten op de kenmerken van de kansrijke typen geïdentificeerd in deze analyse, kan extra publiek worden geworven voor klassieke muziek in Nederland. In Zuid en Oost Nederland is ook uitbreiding mogelijk onder de wat meer landelijke typen in die regio's. De hieronder genoemde aanbevelingen zijn slechts een eerste indicatie om met de deelnemende organisaties tot specifieke activiteiten te komen.

- BPP en de deelnemende organisaties kunnen zich richten op de meeste gebruikte media in de verschillende regio's, zoals genoemd in paragraaf 4.7.
- Ook kan Rotterdam Festivals postcodes leveren van de meest kansrijke typen. Met deze postcodes kunnen adressen worden ingekocht bij adressenleveranciers als bijvoorbeeld Cendris en TPG Post, of kan gebruik gemaakt worden van andere bestanden waar huishoudens met bepaalde postcodes geselecteerd kunnen worden.
- Ook kunnen op basis van MOSAIC type e-mail adressen worden ingekocht bij E-Profile marketing
- In Rotterdam zijn specifieke diensten als plekken voor driehoeksborden, NAW gegevens en e-mailadressen van cultuurgeïnteresseerden beschikbaar op basis van MOSAIC type en cultuurvoorkeur.

2. Database Marketing en MOSAIC

2.1 Data analyses

Werken met klantgegevens is iets wat in de commerciële wereld al meer dan 10 jaar op grote schaal plaatsvindt. Analyses van klantenbestanden, waarmee ondernemingen nieuwe klantgroepen kunnen ontdekken en waardoor ze efficiënter met hun marketingmiddelen te werk kunnen gaan.

In de culturele wereld is database marketing nog geen gemeengoed. De door culturele instellingen verzamelde data worden voornamelijk gebruikt voor het, al dan niet gericht, mailen van bezoekers. Inmiddels is in de afgelopen jaren, door de voortschrijdende techniek, Internet en goede databaseprogramma's het vergaren en beheren van data een stuk gemakkelijker geworden.

2.2 Consumenten segmentatiesysteem MOSAIC

Het consumentensegmentatie systeem MOSAIC is ontwikkeld over een periode van 10 jaar, als antwoord op vragen van ondernemers die hun klanten wensen te analyseren en segmenteren. MOSAIC verschaft marketeers directe toegang tot een aantal bronnen voor het ontwikkelen en verwezenlijken van succesvolle marketing strategieën.

MOSAIC is gekoppeld aan een database waarin van alle postcodes een grote hoeveelheid gegevens is opgeslagen, zoals leeftijd, gezinssamenstelling, welstandsklasse en andere demografische gegevens. Zodoende is ook bekend aan wat voor 'profiel' de bewoners van een bepaalde postcode voldoen.

MOSAIC werkt op basis van postcodes. Het systeem verschaft informatie aan de hand van gegevens die op 6-positie postcodeniveau beschikbaar zijn. Een 6-positie postcodewil zeggen een volledige postcode bijvoorbeeld 3088 AZ. MOSAIC kent ook 4-positie postcodes, hier worden alleen de 4 cijfers van de postcode gebruikt, bijvoorbeeld 3023. Een 6p postcode beslaat vaak een straat of aantal (16 à 17) huizen en een 4p postcode een wijk. Aangezien postcodes de bouwstenen vormen van vrijwel elk klantenbestand is MOSAIC een efficiënt marketing instrument.

Nederland is opgedeeld in 12 provincies, 496 gemeenten en meer dan 460.829 6p postcodes.

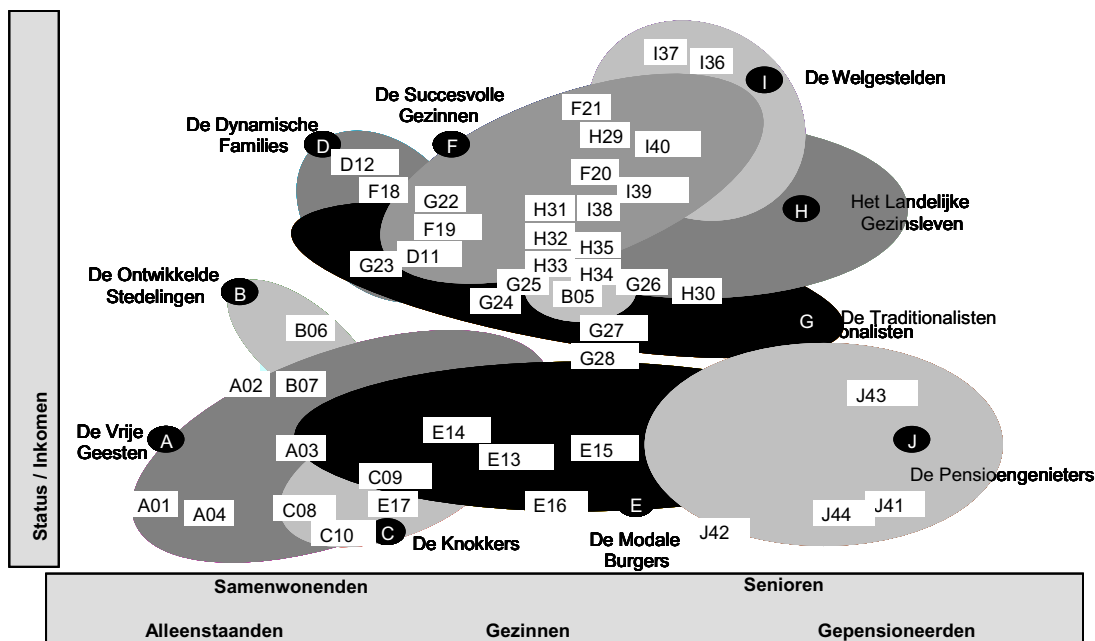
In 399.884 van deze postcodes wonen 2 of meer huishoudens. Hierover heeft MOSAIC sinds 1986 veel gegevens verzameld, waardoor bekend is welk type huishouden in welke postcode voorkomt, bijvoorbeeld waar jonge tweeverdieners wonen. De gegevens die MOSAIC over consumenten heeft verzameld zijn opgeslagen in de MOSAIC Nationale Consumentengedrag Database. Deze database bevat demografische gegevens, gedragsgegevens, transactiegegevens, psychografische gegevens en life-style gegevens. De gegevens worden voortdurend bijgehouden en geoptimaliseerd.

Enkele MOSAIC bronnen zijn:

- TPG Post regulier bestand en verhuisbestand
- Telefonische vraaggesprekken met consumenten via NIPO, Interview-NSS, IOG Marketing Research en NFO Trendbox
- Gegevens van distance selling consumenten
- RDC Datacentrum met informatie over particuliere autobezitters
- Wij Special Media met informatie over kinderen van 0 – 12 jaar
- Kadaster met informatie over koopsom, hypotheeksom en gemiddelde perceelgrootte

Binnen de MOSAIC database zijn de consumenten gegroepeerd op postcode-niveau op basis van demografische, gedrag- en transactiegegevens van consumenten. MOSAIC onderscheidt 10 hoofdgroepen, zoals 'Vrije Geesten', 'Dynamische Families', 'Traditionalisten' en 'Pensioengenieters'.

De volgende afbeelding laat grafisch zien hoe de verschillende gedefinieerde MOSAIC groepen zich globaal verhouden tot status/inkomen en levensfase.



Figuur 2.1 Indeling MOSAIC groepen en typen

Binnen deze hoofdgroepen vallen in totaal weer 44 typen (de vierkantjes in de afbeelding). Zo bevat bijvoorbeeld de hoofdgroep 'De Vrije Geesten' de typen: Degelijke Studenten, Jonge Doeners, Minder Geslaagden en Levensgenieters. In bijlage III wordt een beschrijving gegeven van alle MOSAIC groepen en typen.

2.3 Toepassingen MOSAIC in de culturele sector

MOSAIC maakt het mogelijk het profiel te achterhalen van uw publiek. Het verkregen profiel kan worden gebruikt voor het zoeken naar personen die ook voldoen aan dat profiel (zogenaamde 'look-alikes') en dus mogelijk hetzelfde interesseveld hebben als uw huidige bezoekers. Ook kunt u met behulp van MOSAIC uw gevoerde doelgroepen- en communicatiebeleid toetsen.

Rotterdam Festivals heeft een licentie om, via MOSAIC, segmentatieanalyses uit te voeren voor de culturele sector in geheel Nederland. Met de resultaten van meer dan 30 MOSAIC analyses die Rotterdam Festivals heeft uitgevoerd is een Cultureel MOSAIC ontwikkeld voor aanbod in Rotterdam. Daarmee kunnen sectorbrede uitspraken worden gedaan over de samenstelling van het publiek per genre en per gebied. De oorspronkelijke MOSAIC groepen zijn opnieuw ingedeeld op basis van culturele voorkeuren van de huishoudens. Rotterdam Festivals heeft als doel dit Cultureel MOSAIC uit te breiden binnen Nederland.

Een analyse kan nooit beter worden dan de kwaliteit van de gebruikte data. Daarom is het van groot belang dat een publieksbestand up-to-date is en de bron van de verzamelde data bekend is. Verouderde data geven een verkeerd beeld van uw publiek. Het vastleggen van de bron van de data is bijvoorbeeld belangrijk als er onderscheid gemaakt moet worden tussen soorten voorstellingen. Als er opera-, jazz-, film-, of theaterpubliek wordt onderzocht moet het bijbehorende bestand ook 100% van een dergelijke publieksgroep zijn.

MOSAIC moet worden gezien als een aanvullende marketingtool waarbij de unieke eigenschap van MOSAIC, ten opzichte van publieksonderzoek, de vindbaarheid is van (potentiële) bezoekers en het feit dat ook inzicht wordt verkregen in kenmerken van niet-bezoekers. Het is de bedoeling met deze analyse ondersteunend inzicht te geven bij het nemen van marketingbeslissingen. Ook kan met behulp van MOSAIC doelgroepenbeleid achteraf worden getoetst.

3. Databronnen

3.1 Databestanden

De data die zijn geanalyseerd voor deze segmentatieanalyse zijn adressen van klassieke muziekbezoekers in de periode september 2003 tot en met maart 2005 van de volgende organisaties:

Tabel 3.1 Databestanden klassieke muziekbezoekers

Amsterdam Sinfonietta
Dr Anton Philipszaal
Brabants Orkest
Concertgebouw
Doelen & RPhO
Gelders Orkest
Holland Symfonia
Keizer Karel Podia
Koninklijk Concertgebouworkest
Limburgs Symfonie Orkest
Musis Sacrum
Muziekcentrum Frits Philips
Muziekcentrum Vredenburg
Muziekgebouw
Nederlands Philharmonisch Orkest
Noord Nederlands Orkest
Oosterpoort Groningen
Orkest van het Oosten
Podium Twente
Residentie Orkest
Theaters Tilburg

De aangeleverde bestanden zijn eerst opgeschoond, dat wil zeggen dat niet-bestaande postcodes, postbus adressen, adressen van bedrijven en dergelijke zijn verwijderd. Daarna zijn de bestanden samengevoegd en ontdubbeld. Dit houdt in dat dubbele adressen, die in meerdere bestanden voorkomen, zijn verwijderd. Er waren in totaal 204.959 adressen, met een overlap van 18.186 dubbele adressen. Uiteindelijk zijn dus 186.773 unieke adressen van klassieke muziekbezoekers overgebleven voor analyse.

3.2 Verzorgingsgebieden

Een profielanalyse wordt altijd gemaakt in vergelijking met een of meerdere onderzoeksgebieden. Het is van belang dat de bezoekers vergeleken worden met huishoudens binnen een bepaald gebied en niet met geheel Nederland. Deze werkwijze resulteert in een zuivere profilering. Wanneer de bezoekersbestanden van bijvoorbeeld het Concertgebouw in Amsterdam worden vergeleken met de huishoudens van de provincie Friesland zouden worden vergeleken, zou dit een verkeerd beeld geven, aangezien dan bepaalde stedelijke typen als *Gefortuneerde Kosmopolieten* in het bestand extreem oververtegenwoordigd zouden zijn ten opzichte van de huishoudens in Friesland.

Om die reden is het totaalbestand van 186.773 bezoekers opgedeeld in de volgende vier regio's:

Tabel 3.2 Regio's

Regio	Gebieden	Aantal klassieke muziekbezoekers	Dubbele adressen per regio
Noord	Friesland, Groningen en Drente	6.814	25%
Oost	Overijssel, Gelderland en een gedeelte van Flevoland	25.519	24%
Randstad	Holland, Utrecht, Zuid Holland en een gedeelte van Flevoland	124.757	25%
Zuid	Zeeland, Brabant, Limburg	29.683	18%

Uiteraard gaat het hier om bezoekers uit de deelnemende bestanden, een grote steekproef van klassieke muziekbezoekers, en niet om het werkelijke aantal klassieke muziekbezoekers in elke regio. Maar om de leesbaarheid van dit rapport te vergroten zullen we het vanaf nu wel hebben over dé klassieke muziekbezoekers in iedere regio.

4. Profielen klassieke muziekbezoekers

In dit hoofdstuk worden de uitkomsten van de analyse naar sociaal demografische en geografische kenmerken besproken. Eerst wordt de methodiek uitgelegd en vervolgens worden de resultaten behandeld.

4.1 Methodiek

Voor de sociaal demografische analyse wordt op basis van postcodecombinaties een koppeling gemaakt tussen de bestanden van klassieke muziekbezoekers en de informatie in de MOSAIC database. Vervolgens kan het sociaal demografische profiel van de klassieke muziekbezoekers worden bepaald en kunnen uitspraken worden gedaan voor de hele regio.

Zoals uitgelegd in hoofdstuk twee is de achterliggende MOSAIC database verdeeld in 10 groepen op basis van een combinatie van verschillende sociaal demografische kenmerken (zoals informatie op het gebied van gezinssamenstelling, hobby's en gedrag- en bezitskenmerken). Van alle bestanden wordt een frequentieverdeling gemaakt over deze 10 MOSAIC groepen. Deze verdeling wordt vergeleken met de verdeling over deze groepen van de huishoudens in de MOSAIC database van het gedefinieerde verzorgingsgebied. Door de percentages op elkaar te delen wordt een index verkregen die de mate van onder- dan wel oververtegenwoordiging van een bepaalde groep weergeeft.

Een index van 100 duidt aan dat een bepaalde groep naar verhouding net zoveel voorkomt in de bestanden van klassiek muziekbezoekers als in het verzorgingsgebied zelf; oftewel gemiddeld. Bij een index van meer dan 100 is een bepaalde groep oververtegenwoordigd in het bestand; bij een index lager dan 100 is een groep ondervertegenwoordigd in de bestanden van klassieke muziekbezoekers. De mate van vertegenwoordiging is in de tabel weergegeven in kleuren; **rood** geeft een ruime oververtegenwoordiging weer, **paars** een oververtegenwoordiging, **zwart** is rond het gemiddelde, **groen** een ondervertegenwoordiging en **blauw** een ruime ondervertegenwoordiging.

Aan de hand van tabel 4.1 op de volgende pagina wordt de methode verder toegelicht.

4.2 MOSAIC groepsprofilering

4.2.1 Noord Nederland

Onderstaande tabel geeft een vergelijking van de klassieke muziekbezoekers in Noord Nederland met de verschillende MOSAIC groepen. Beschrijvingen van de groepen zijn te vinden in bijlage III.

Tabel 4.1 Groepsindeling klassieke muziekbezoekers Noord Nederland

MOSAIC Groepen	Aantal bezoekers Noord Nederland	%	aantal huishoudens Noord Nederland	%	Penetratie	Index
I - De Welgestelden	484	7%	16,234	2%	2.98%	328
F - De Succesvolle Gezinnen	560	8%	35,017	5%	1.60%	176
D - De Dynamische Families	209	3%	16,579	2%	1.26%	139
H - Het Landelijke Gezinsleven	2,378	35%	212,866	29%	1.12%	123
G - De Traditionalisten	1,772	26%	177,034	24%	1.00%	110
B - De Ontwikkelde Stedelingen	329	5%	34,753	5%	0.95%	104
J - De Pensioengenieters	439	6%	66,335	9%	0.66%	73
A - De Vrije Geesten	154	2%	35,213	5%	0.44%	48
E - De Modale Burgers	403	6%	130,663	18%	0.31%	34
C - De Knokkers	42	1%	20,058	3%	0.21%	23
Totaal	6,770	100%	744,752	100%	0.91%	100

De eerste regel van bovenstaande tabel kunnen we als volgt lezen:

484 Van de klassieke muziekbezoekers behoren tot de MOSAIC groep De Welgestelden, dat is 7% van het totale aantal bezoekers. In Noord Nederland zijn 16.234 huishoudens die behoren tot de MOSAIC groep De Welgestelden, dat is 2% van het totale aantal huishoudens in Noord Nederland. De penetratie geeft aan dat 2,98% van het totale aantal huishoudens in Noord Nederland behoort tot de klassieke muziekbezoekers én tot De Welgestelden. 97,02% Van De Welgestelden in het verzorgingsgebied is dus geen bezoeker van de deelnemende organisaties. In de culturele sector zijn deze penetratiepercentages meestal erg laag, een percentage van 3% is naar verhouding vrij hoog. De index van 328 geeft aan dat de groep De Welgestelden 3,28 keer vaker voorkomt in het bestand van klassieke muziekbezoekers dan in Noord Nederland.

Deze segmentatieanalyse is vooral gebaseerd op de laatste kolom, de index. Hoe hoger de index, hoe, bij ongewijzigd beleid, minder moeite gedaan hoeft te worden om deze groep tot klassieke muziekbezoekers te maken. Dus, bij een index van 328 komt een groep 3,28 keer meer dan gemiddeld voor, en is dus de kans om bezoekers onder deze groep te werven 3,28 keer zo groot als bij een groep met een index van 100.

Een index van boven de 120 geeft al een significante oververtegenwoordiging, en dus specifieke kansrijke doelgroep voor klassieke muziek aan. Uit tabel 4.1 blijkt dat de bezoekers in het bijzonder worden gekenmerkt door de MOSAIC groepen De Welgestelden, Succesvolle Gezinnen, Dynamische Families en het Landelijke Gezinsleven. Kenmerken van deze groepen worden later in dit hoofdstuk besproken en zijn in detail beschreven in bijlage III. Ook zien we in tabel 4.1. dat de groepen in het blauw juist ondervertegenwoordigd zijn; Vrije Geesten, Modale Burgers en Knokkers. Dit zijn de groepen die de deelnemende organisaties niet goed bereiken met hun huidige beleid.

Wanneer we kijken naar de verdeling van absolute aantallen in het bestand (en dus geen vergelijking maken met de regio), dan zien we dat de groepen Het Landelijke Gezinsleven en de Traditionalisten het meeste voorkomen onder de klassieke muziekbezoekers in Noord Nederland.

De volgende tabellen geven een zelfde vergelijking voor de bezoekers in de andere regio's.

4.2.2 Oost Nederland

Tabel 4.2 Groepsindeling klassiek muziekbezoekers Oost Nederland

MOSAIC Groepen	Aantal bezoekers Oost Nederland	%	aantal huishoudens Oost Nederland	%	Penetratie	Index
I - De Welgestelden	5,622	22%	88,990	7%	6.32%	326
B - De Ontwikkelde Stedelingen	2,364	9%	55,615	4%	4.25%	219
F - De Succesvolle Gezinnen	4,753	19%	166,825	13%	2.85%	147
D - De Dynamische Families	689	3%	44,860	3%	1.54%	79
C - De Knokkers	988	4%	66,183	5%	1.49%	77
G - De Traditionalisten	4,578	18%	310,877	24%	1.47%	76
A - De Vrije Geesten	609	2%	42,104	3%	1.45%	75
H - Het Landelijke Gezinsleven	2,749	11%	205,251	16%	1.34%	69
J - De Pensioengenieters	1,029	4%	86,638	7%	1.19%	61
E - De Modale Burgers	2,025	8%	244,172	19%	0.83%	43
Totaal	25,406	100%	1,311,515	100%	1.94%	100

Deze tabel kan weer op dezelfde manier gelezen worden als de vorige en hieruit blijkt dat binnen het bestand van klassieke muziekbezoekers in Oost Nederland de volgende groepen oververtegenwoordigd zijn: De Welgestelden, De Ontwikkelde Stedelingen en De Succesvolle Gezinnen. De groep Het Landelijke Gezinsleven is in deze regio niet oververtegenwoordigd en de Dynamische Families zijn zelfs ondervertegenwoordigd met een index van 79. In Oost Nederland komen De Welgestelden, de Succesvolle Gezinnen en de Traditionalisten het meeste voor. Opvallend is dat in Oost Nederland geen gemiddeld vertegenwoordigde groepen voorkomen met een index van rond de 100. Klassieke Muziekbezoekers hebben in Oost Nederland dus een vrij scherp profiel.

4.2.3 Randstad

De volgende tabel toont de opbouw van huishoudens die klassieke muziek hebben bezocht in de Randstad en omgeving.

Tabel 4.3 Groepsindeling klassieke muziekbezoekers Randstad

MOSAIC Groepen	aantal bezoekers Randstad	%	aantal huishoudens Randstad	%	Penetratie	Index
I - De Welgestelden	28,173	23%	232,604	7%	12.11%	326
B - De Ontwikkelde Stedelingen	18,800	15%	369,018	11%	5.09%	137
F - De Succesvolle Gezinnen	29,720	24%	612,992	18%	4.85%	130
A - De Vrije Geesten	13,569	11%	337,073	10%	4.03%	108
D - De Dynamische Families	3,508	3%	129,757	4%	2.70%	73
J - De Pensioengenieters	7,383	6%	281,175	8%	2.63%	71
H - Het Landelijke Gezinsleven	3,081	2%	125,357	4%	2.46%	66
G - De Traditionalisten	6,815	5%	292,958	9%	2.33%	63
C - De Knokkers	7,207	6%	489,834	15%	1.47%	40
E - De Modale Burgers	6,501	5%	484,494	14%	1.34%	36
Totaal	124,757	100%	3,355,262	100%	3.72%	100

In de Randstad zijn, net als in Oost Nederland, De Welgestelden het meest vertegenwoordigd, gevolgd door Ontwikkelde Stedelingen en Succesvolle Gezinnen. Deze drie groepen komen ook het meeste voor.

4.2.4 Zuid Nederland

Tabel 4.4 Groepsindeling klassieke muziekbezoekers Zuid Nederland

MOSAIC Groepen	aantal bezoekers Zuid Nederland	%	aantal huishoudens Zuid Nederland	%	Penetratie	Index
I - De Welgestelden	5,261	22%	101,121	6%	5.20%	368
F - De Succesvolle Gezinnen	5,318	23%	236,590	14%	2.25%	159
B - De Ontwikkelde Stedelingen	1,435	6%	65,339	4%	2.20%	155
D - De Dynamische Families	724	3%	46,124	3%	1.57%	111
A - De Vrije Geesten	448	2%	33,010	2%	1.36%	96
H - Het Landelijke Gezinsleven	2,899	12%	258,856	16%	1.12%	79
J - De Pensioengenieters	1,142	5%	116,624	7%	0.98%	69
G - De Traditionalisten	4,005	17%	409,078	25%	0.98%	69
C - De Knokkers	558	2%	79,152	5%	0.70%	50
E - De Modale Burgers	1,636	7%	308,904	19%	0.53%	37
Totaal	23,426	100%	1,654,798	100%	1.42%	100

Ook in Zuid Nederland zijn de Welgestelden, de Succesvolle Gezinnen en de Ontwikkelde Stedelingen oververtegenwoordigd en komen de Succesvolle Gezinnen, de Welgestelden en de Traditionalisten het meeste voor.

4.3 MOSAIC typeprofilering

De meest interessante informatie vinden we eigenlijk wanneer we verder kijken dan de indeling van de 10 hoofdgroepen van MOSAIC en een vergelijking maken met de 44 MOSAIC *typen*. Deze typen zijn de basis van MOSAIC en geven een nog preciser beeld van de profielen van de bezoekers van klassieke muziek.

Onderstaande tabel geeft aan welke MOSAIC typen oververtegenwoordigd zijn onder de bezoekers in de verschillende regio's. De typen waarvoor een index in het rood is ingevuld zijn oververtegenwoordigd in het betreffende bestand en beslaan ook meer dan 3% van het bestand. De zwarte getallen geven gemiddeld vertegenwoordigde typen aan die meer dan 3% van het bestand beslaan. De volledige tabellen met aantallen en indexen voor alle 44 typen zijn te zien in bijlage II. Uitgebreide beschrijvingen van de verschillende typen zijn te vinden in bijlage III, een samenvatting van de kenmerken volgt later in dit hoofdstuk.

Tabel 4.5 Indexen oververtegenwoordigde en gemiddeld vertegenwoordigde typen

Groep	Groep Omschrijving	Type	Type Omschrijving	Noord	Oost	Randstad	Zuid
A	Vrije Geesten	A01	Degelijke Studenten				
		A02	Jonge Doeners			187	
		A03	Minder Geslaagden				
		A04	Levensgenieters				
B	Ontwikkelde Stedelingen	B05	Cultuurgenieters		276	202	203
		B06	Mini Macho's				
		B07	Bewuste Starters		230	133	
C	Knokkers	C08	Multiculturele Doorzetters				
		C09	Jonge Flatbewoners				
		C10	Krappe Kassen				
D	Dynamische Families	D11	Succesvolle Starters				
		D12	Moderne Gezinnen				
E	Modale Burgers	E13	Gemakkelijke Gezinnen				
		E14	Ruimdenkers				
		E15	Honkvaste Senioren				
		E16	Arbeidsgrijzen				
		E17	Jonge Genieters				
F	Succesvolle Gezinnen	F18	Familie Dynamiek				
		F19	Familie Doorsnee				
		F20	Weltevreden Stellen	324	195	125	187
		F21	Eigenzinnigen		393	239	405
G	Traditionalisten	G22	Conservatieve Gezinnen				
		G23	Jonge Stellen				
		G24	Brave Borsten	146			
		G25	Tevreden Gezinnen				
		G26	Ordelijke Dorpsgenoten	158	88		85
		G27	Noeste Werkers				
		G28	Groen Genieters				
		H	Landelijke Gezinsleven	H29	Welvarende Plattelanders	199	117
		H30	Senioren op het Platteland	213			
		H31	Contente Provincialen	147			
		H32	Eenvoudige Dorpelingen				
		H33	Agrarische Gezinnen				
		H34	Nuchtere Landelijke Bewoners				
		H35	Gefortuneerde Landbouwers				
I	Welgestelden	I36	Rijke Elite		748	477	788
		I37	Chique Provincialen	479	285		460
		I38	Gefortuneerde Kosmopolieten			408	
		I39	Landelijke Grootgrondbezitters				
		I40	Gedreven Doeners		473	249	397
J	Pensioen- genieters	J41	Tevreden Arbeidsmarktverlaters				
		J42	Eenvoudige Vergrijzden				
		J43	Genietende Arbeidsverleders				
		J44	Huisouderen				

Op het eerste gezicht is opvallend dat Noord Nederland een afwijkend profiel heeft en dat de andere drie regio's een vergelijkbaar bezoekersprofiel hebben. In Noord Nederland zijn de meer landelijke typen oververtegenwoordigd.

Binnen de jonge groep de Vrije Geesten zijn alleen de stedelijke Jonge Doeners oververtegenwoordigd in de Randstad.

Binnen de groep De Ontwikkelde Stedelingen zijn de twee hoog opgeleide typen oververtegenwoordigd. De Cultuurgenieters zijn 65+ en de Bewuste starters zijn net afgestudeerden, alleenstaand of samenwonend, maar zonder kinderen. Deze stedelijke typen vinden we niet terug in Noord Nederland.

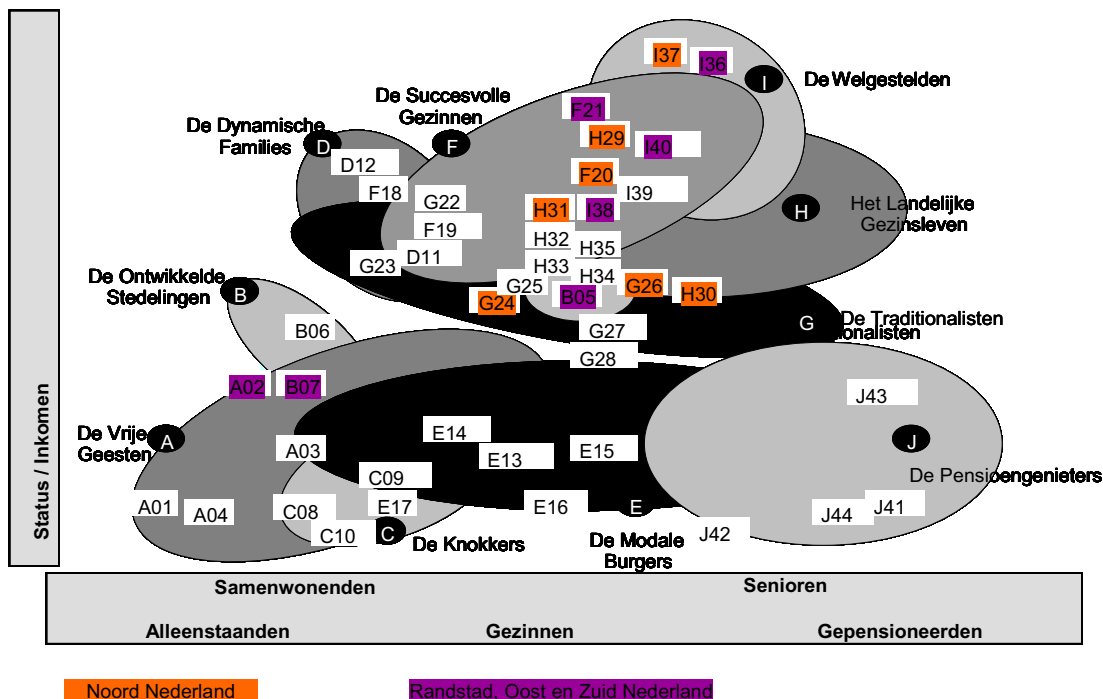
Binnen de groep de Succesvolle Gezinnen zijn de twee typen van middelbare leeftijd zonder thuiswonende kinderen oververtegenwoordigd; Weltevreden Stellen en Eigenzinnigen.

In Noord Nederland zijn twee typen binnen de Traditionalisten oververtegenwoordigd. Dit zijn de typen binnen deze groep die wat ouder zijn en geen thuiswonende kinderen meer hebben. Ook de oververtegenwoordigde typen in de groep Het Landelijke Gezinsleven zijn de oudere typen waarvan de kinderen de puberleeftijd hebben bereikt of waarvan de kinderen het huis uit zijn.

Ook de Welgestelden tonen een ander beeld in Noord Nederland dan in de andere regio's. De Chique Provincianen zijn huishoudens die meestal in dorpen wonen, zijn van middelbare leeftijd en hebben kinderen rond de 18 jaar oud die of nog net thuis wonen of net het huis hebben verlaten. Het andere landelijke type binnen deze groep, de Landelijke Grootgrondbezitters, hebben jongere kinderen en zijn niet terug te vinden in de bezoekersbestanden. In de andere regio's zien we vooral de stedelijke typen terug. De Rijke Elite zijn de rijksten in Nederland en net als de Gedreven Doeners hebben zij vaak geen thuiswonende kinderen (meer). De Gefortuneerde Kosmopolieten, alleenstaande veertigers, zien we alleen terug in de Randstad.

De typen met een zwarte index zijn gemiddeld vertegenwoordigde typen die nog wel redelijk vaak in de bestanden voorkomen. Deze kunnen ook als potentiële doelgroepen worden aangemerkt, maar er zal meer moeite gedaan moeten worden om hen klassieke muziekbezoekers te maken dan voor de oververtegenwoordigde typen.

Onderstaande figuur geeft deze profilering grafisch weer.



Figuur 4.1 MOSAIC profilering bezoekers klassieke muziek

De oranje gekleurde typen zijn de oververtegenwoordigde typen in Noord Nederland en de paars gekleurde typen zijn de oververtegenwoordigde typen in de Randstad en Oost en Zuid Nederland. In deze figuur is ook weer duidelijk te zien dat klassieke muziek in het landelijke Noord Nederland een ander publiek trekt dan in de andere regio's. In Noord Nederland zijn de landelijke typen meer vertegenwoordigd, maar in alle regio's gaat het om wat oudere typen met een hoge status en zonder thuiswonende kinderen. De Randstad en Oost Nederland zijn de enige regio's waar ook de jonge typen Jonge Doeners en Bewuste Starters oververtegenwoordigd is. Jonge Doeners zijn hoog opgeleiden die een leven zonder verplichtingen en zekerheden leiden en Bewuste Starters zijn net afgestudeerden die zich in een overgangsfase in hun leven bevinden en alleen of net samen wonen. Beiden hebben geen kinderen.

De volgende tabel toont de kansrijke typen per regio, op volgorde van vertegenwoordiging. De tweede kolom toont de al goed vertegenwoordigde, meest kansrijke, typen (de huidige doelgroep) en de derde kolom toont de gemiddeld vertegenwoordigde typen waar eventueel ook uitbreiding mogelijk is (potentiële doelgroep).

Tabel 4.6 Kansrijke typen per regio

Regio	Huidig, best vertegenwoordigde doelgroep	Wat lager vertegenwoordigd, potentiële doelgroep
Noord	Chique Provincialen Weltevreden Stellen Senioren op het Platteland Welvarende Plattelanders Ordelijke Dorpsgenoten Contente Provincialen Brave Borsten	
Oost	Rijke Elite Gedreven Doeners Eigenzinnigen Chique Provincialen Cultuurgenieters Bewuste Starters Weltevreden Stellen	Welvarende Plattelanders Ordelijke Dorpsgenoten
Randstad	Rijke Elite Gefortuneerde Kosmopolieten Gedreven Doeners Eigenzinnigen Cultuurgenieters Jonge Doeners Bewuste Starters Weltevreden Stellen	
Zuid	Rijke Elite Chique Provincialen Gedreven Doeners Eigenzinnigen Cultuurgenieters Weltevreden Stellen	Welvarende Plattelanders Ordelijke Dorpsgenoten

Binnen al deze typen is uitbreiding mogelijk. Het huidige publiek wordt al goed aangetrokken met het huidige aanbod en de huidige communicatie. Om ook de potentiële typen beter vertegenwoordigd te laten zijn, zal iets extra's gedaan moeten worden. De typebeschrijvingen in bijlage III bieden ondersteuning voor communicatie en geschikt aanbod om ook van deze typen meer bezoekers aan te trekken. De volgende paragraaf geeft een samenvatting van deze kenmerken.

4.4 Samenvatting kenmerken klassieke muziekbezoekers

Tabel 4.7 Kenmerken huidige doelgroep Noord Nederland

Huidige doelgroep Noord	Chique Provincialen	Weltevreden Stellen	Senioren op het platteland	Welvarende plattelanders	Ordelijke Dorpsgenoten	Contente Provincialen	Brave Borsten
Levensinstelling	Leven binnen grenzen van eigen groep	Druk leven achter de rug, nu genieten. Ordelijk, maar toch Bourgondisch	Na hard werken in rustige jaren gekomen, hechten aan een rustig, comfortabel leven	Leven comfortabel, in leefgemeenschap van hun dorp	Orde, regelmaat, hard werken, wars van luxe, gehoorzaamheid, plichtsgetrouw	Drive om iets van leven te maken, leven binnen eigen kleine leefomgeving, natuur, rust, terugtrekken van drukke stadse leven	Doen geen vlieg kwaad, leiden een keurig bestaan en doen wat van hen verwacht wordt, eerlijk, oprecht
Leeftijd	45-64	55-64	65+	35-64, merendeel 55-64	55+	55-64	45+
Gezinsituatie	Stellen met kinderen nog net thuis of net de deur uit	Stellen met kinderen nog net thuis of net de deur uit	Echtparen zonder thuiswonende kinderen	Kinderen in pubertijd	Echtparen zonder thuiswonende Kinderen	Echtparen zonder thuiswonende kinderen	Alleen of samen
Opleiding	Hoog	Middelbaar tot hoog	Weinig opleiding genoten, altijd hard gewerkt	Middelbaar	Laag	Verschillende niveaus	Laag
Inkomen	Ver boven modaal	Boven modaal	Modaal	Boven modaal	Modaal tot bovenmodaal	Ver boven modaal	Modaal tot iets boven modaal
Werksituatie	Hoge functies in bedrijfsleven of eigen bedrijf	Hogere functies, wachten op pensioen, veel hoge ambtenaren	Gepensioneerd	Eigen bedrijf in het dorp, behoren tot de rijksten van het dorp	Uitvoerende of ondersteunende beroepen	Diverse beroepsgroepen, zowel in management als uitvoerend kader	Ongeschoolde arbeid
Interesses en hobby's	Gesteld en gericht op Nederland, wijn en klassieke muziek, beurs en beleggen	Wandelen, tuinieren	Toneel, kunst en cultuur, antiek, kunstgeschiedenis, wijn	Beleggen, sportvereniging	Gericht op leefgemeenschap in dorp	Natuur, tuinieren	Staan dicht bij natuur
Vrije tijd	Uit eten	Met caravan naar Zuid Europa of in Nederland	Gaan in de stad naar concerten, op vakantie met de auto en eventueel caravan	Verenigingsleven in het dorp, op vakantie met caravan		Op vakantie met caravan	Koffie drinken, tuinieren, fietsen, tv kijken, familie bezoeken

In Noord Nederland zijn de klassieke muziekbezoekers vooral echtparen van middelbare leeftijd, zonder thuiswonende kinderen, die zich met name richten op de leefgemeenschap in en rondom hun dorp.

Onderstaande tabel geeft een samenvatting van de kenmerken van het publiek in de andere regio's. Alleen de typen die niet voorkomen in Noord Nederland worden in deze tabel beschreven.

Tabel 4.8 Kenmerken huidige doelgroep Randstad, Oost en Zuid Nederland

Huidige doelgroep Randstad, Oost en Zuid	Rijke Elite	Gefortuneerde Kosmopolieten	Gedreven Doeners	Eigenzinnigen	Cultuurgenieters	Bewuste Starters	Jonge Doeners (alleen Randstad)
Levensinstelling	Sterke hang aan traditie, leven buiten de leefwereld van de gewone mensen	Welgestelden middenin het leven, voelen zich overal op aarde thuis, internationale sfeer, verantwoordelijk, scherpe geest, creatief en doelbewust, ambitieus	Veelzijdige interesses, sociaal, verantwoordelijk, oog voor de wereld om hen heen	Open en vrije benadering van Nederlandse normen en waarden, alles kan, niet materialistisch, keuzevrijheid, open voor nieuwe dingen	Geen financiële zorgen, brede algemene ontwikkeling, genieten van luilekker-leven, actief, ruimdenkend, onafhankelijk, spiritueel	Bewust, bezig een richting voor de toekomst te bepalen, weloverwogen, bevinden zich in overgangsfase in hun leven.	Weinig verplichtingen, weinig zekerheden, algemeen ontwikkeld
Leeftijd	55-65+	> 55 jaar	45+, merendeel 50+	35-64 jaar	> 65 jaar	< 34	25-34
Gezinsituatie	Echtparen zonder thuiswonende kinderen	Alleenstaand	Echtparen, kinderen de deur uit	> gezin met kinderen van 6-16 jaar	Vaak echtparen	Alleenstaand of op het punt om samen te gaan wonen	alleenstaand
Opleiding	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog	Middelbaar tot hoog
Inkomen	Topsalaris	Ver boven modaal	Ver boven modaal	Boven modaal	Boven modaal	(nog) laag	Laag
Werksituatie	Groot gedeelte met pensioen, of hogere functies	Hoge functies of eigen bedrijf	Goede baan of eigen bedrijf	Hogere functies of vrije beroepen vanaf huis	Gepensioneerd (vroeger hogere functies)	Begin van carrière of nog studierend	Geen vaste baan, seizoenswerk
Interesses en hobby's	Antiek en kunst, wijn, cultuur, architectuur	Politiek, antiek, kunst en cultuur, literatuur, beleggen	Tuinieren, beleggen	Beurs en beleggen	Politiek, actualiteiten en cultuur in Nederland en andere landen	Maatschappelijke onderwerpen, andere culturen, literatuur	Politiek en maatschappij, andere culturen
Vrije tijd	Winkelen, antiekbeurzen, vakantie, tweede huis	Reizen, klassieke muziek, jazz en blues	Veel reizen	Veel op vakantie	Verre reizen	Verre reizen, gebruiken Internet voor uitgaansinfo	Verre reizen, stedentrips

In de rest van Nederland zijn de meer stedelijke typen oververtegenwoordigd. Ook hier gaat het om mensen van middelbare leeftijd zonder thuiswonende kinderen en zijn ook hoog opgeleide starters vertegenwoordigd. Er is potentie om ook de wat meer landelijke typen te bereiken:

Tabel 4.9 Kenmerken potentiële doelgroepen

Potentiële doelgroepen	Welvarende Plattelanders (Oost en Zuid)	Ordelijke Dorpsgenoten (Oost en Zuid)
Levensinstelling	Leven comfortabel, in leefgemeenschap van hun dorp	Orde, regelmaat, hard werken, wars van luxe, gehoorzaamheid, plichtsgetrouw
Leeftijd	35-64, merendeel 55-64	55+
Gezinsituatie	Kinderen in pubertijd	Echtparen zonder thuiswonende Kinderen
Opleiding	Middelbaar	Laag
Inkomen	Boven modaal	Modaal tot bovenmodaal
Werksituatie	Eigen bedrijf in het dorp, behoren tot de rijksten van het dorp	Uitvoerende of ondersteunende beroepen
Interesses en hobby's	Beleggen, sportvereniging	Gericht op leefgemeenschap in dorp
Vrije tijd	Verenigingsleven in het dorp, op vakantie met caravan	

4.5 Leeftijd, levensfase en sociale klasse

In de vorige paragrafen zijn de bezoekers geanalyseerd op basis van een combinatie van gezamenlijke kenmerken, waardoor ze zijn ingedeeld in één van de 44 MOSAIC typen. Om een nog scherper beeld te krijgen zijn bepaalde variabelen er apart uitgelicht. Deze variabelen; leeftijd, levensfase, en sociale klasse zijn bepaald in samenspraak met Bureau Promotie Podiumkunsten. De volledige tabellen zijn te vinden in bijlage VI en zijn weer op dezelfde manier te lezen als de voorgaande groepen- en typentabellen.

Tabel 4.9 Specifieke kenmerken klassieke muziekbezoekers

Leeftijd hoofd huishouden en levensfase	Noord, Randstad en Zuid: alleenstaand 35+ en echtparen 55+ komen het meeste voor. Oost: alleenstaand <35 oververtegenwoordigd, alleenstaand 35+ en echtparen 55+ komen het meeste voor
Sociale Klasse	De hoogste klassen A en B1

4.6 Mediagebruik

Onderstaande tabel geeft een overzicht van het mediagebruik van de kansrijke MOSAIC typen in de regio's zoals gedefinieerd in de vorige paragrafen. De media zijn genoemd op volgorde van meest gebruikt naar minst gebruikt. Alleen de media die door meer dan 15% van de huishoudens gebruikt worden zijn genoemd in de tabel. Soms zijn de media van bepaalde typen genoemd in een regio. Wanneer dit niet het geval is, is het mediagebruik voor alle typen hetzelfde.

Tabel 4.10 Meest gebruikte media

	Noord Nederland	Noord Nederland	Rest van Nederland	Rest van Nederland
Kijkgedrag	(Chique provincialen, Weltevreden Stellen, Senioren op het platteland) RTL 4 Nederland 1 Nederland 2 Nederland 3 SBS 6 RTL 5 CNN NET 5 Yorin Eurosport	(Rest van typen) RTL 4 SBS 6 Nederland 1 Nederland 2 Nederland 3 RTL 5 Yorin NET 5 Veronica Eurosport	Nederland 1 Nederland 3 Nederland 2 RTL 4 SBS 6 NET 5 RTL 5 CNN	
Luistergedrag	(Senioren op het platteland) Regionale zenders Radio 1 Sky Radio 3 FM Radio 538	(overige typen) Sky Radio Radio 1 Regionale zenders Radio 2 Radio 538 3 FM	(Jonge Doeners) Radio 1 Regionale zenders Radio 538 Sky radio Classic FM	(overige typen) Radio 1 Sky Radio Radio 2 Classic FM Regionale zenders Radio 538 3 FM
Leesgedrag	Telegraaf Algemeen Dagblad Opzij NRC Volkskrant Parool Nouveau Top Santé Avantgarde Regionale dagbladen Libelle		Telegraaf Algemeen Dagblad Opzij Volkskrant NRC Parool Nouveau Libelle Regionale dagbladen	

Naast welke media het meest worden gebruikt, is ook gekeken welke MOSAIC profielen van kijkers, luisteraars en lezers het meest overeenkomen met het MOSAIC profiel van klassieke muziekbezoekers. Onderstaande tabellen tonen de media waarvan profielen het meest overeenkomen (op volgorde) met het profiel van klassieke muziekbezoekers.

4.11a Kijkgedrag

Noord	Oost	Randstad	Zuid
03 Nederland 3	12 CNN	12 CNN	12 CNN
01 Nederland 1	13 BBC 1	13 BBC 1	03 Nederland 3
02 Nederland 2	14 BBC 2	14 BBC 2	01 Nederland 1
17 Eurosport	01 Nederland 1	01 Nederland 1	13 BBC 1
12 CNN	03 Nederland 3	03 Nederland 3	14 BBC 2
18 CANAL Plus	02 Nederland 2	02 Nederland 2	02 Nederland 2

4.11b Luistergedrag

Noord	Oost	Randstad	Zuid
13 Classic FM	13 Classic FM	04 Radio 4	13 Classic FM
01 Radio 1	04 Radio 4	13 Classic FM	04 Radio 4
04 Radio 4	01 Radio 1	01 Radio 1	01 Radio 1
02 Radio 2	05 747 AM	05 747 AM	02 Radio 2
05 747 AM	02 Radio 2	02 Radio 2	05 747 AM
14 Regionale radiozenders	07 Yorin FM		
03 3FM			

4.11c Leesgedrag

Noord	Oost	Randstad	Zuid
89 Hockey Magazine	90 Surf Magazine	90 Surf Magazine	90 Surf Magazine
90 Surf Magazine	89 Hockey Magazine	89 Hockey Magazine	89 Hockey Magazine
55 Living	04 NRC Handelsblad	04 NRC Handelsblad	88 Ski Magazine
88 Magazine	88 Magazine	88 Magazine	04 NRC Handelsblad
91 Tennis Magazine	22 Elegance	22 Elegance	55 Living
80 Kampeer- en Caravan Kampioen	25 Opzij	64 De Groene Amsterdammer	22 Elegance
81 Waterkampioen	64 De Groene Amsterdammer	25 Opzij	91 Tennis Magazine
78 Reizen	72 VPRO-gids	72 VPRO-gids	81 Waterkampioen
26 Nouveau	65 Elsevier	65 Elsevier	65 Elsevier
22 Elegance	81 Waterkampioen	81 Waterkampioen	78 Reizen
43 Zo zit dat	55 Living	63 Vrij Nederland	25 Opzij
41 Grasduinen	63 Vrij Nederland	55 Living	26 Nouveau
04 NRC Handelsblad	78 Reizen	78 Reizen	72 VPRO-gids
65 Elsevier	91 Tennis Magazine	62 HP de Tijd	61 Intermediair
31 JM	62 HP de Tijd	91 Tennis Magazine	63 Vrij Nederland
50 Kijk	61 Intermediair	26 Nouveau	62 HP de Tijd
35 Eigen Huis & Interieur	26 Nouveau	05 Trouw	80 Kampeer- en Caravan Kampn
40 Ariadne	05 Trouw	61 Intermediair	05 Trouw
36 VT Wonen	03 De Volkskrant	03 De Volkskrant	64 De Groene Amsterdammer
05 Trouw	21 Marie Claire	21 Marie Claire	41 Grasduinen
82 Autokampioen	23 Elle	23 Elle	21 Marie Claire
61 Intermediair	41 Grasduinen	41 Grasduinen	03 De Volkskrant
28 Beter	80 Kampeer- en Caravan Kampn	80 Kampeer- en Caravan Kampn	50 Kijk
25 Opzij	50 Kijk	06 Het Parool	23 Elle
84 Autovisie	77 Rails	77 Rails	34 Tip Culinair
34 Tip Culinair	34 Tip Culinair	50 Kijk	43 Zo zit dat
49 Fancy	06 Het Parool	34 Tip Culinair	35 Eigen Huis & Interieur
70 Studio	24 Cosmopolitan	24 Cosmopolitan	36 VT Wonen
79 Kampioen	35 Eigen Huis & Interieur	35 Eigen Huis & Interieur	31 JM
38 Knip Mode	36 VT Wonen	36 VT Wonen	84 Autovisie
68 NCRV-gids	43 Zo zit dat	43 Zo zit dat	28 Beter
54 Bobo	84 Autovisie	28 Beter	24 Cosmopolitan
62 HP de Tijd	28 Beter	84 Autovisie	40 Ariadne
21 Marie Claire	02 Algemeen Dagblad	02 Algemeen Dagblad	82 Autokampioen
63 Vrij Nederland	20 Beau Monde	40 Ariadne	20 Beau Monde
29 Sante	31 JM	20 Beau Monde	02 Algemeen Dagblad
72 VPRO-gids	40 Ariadne	31 JM	79 Kampioen
08 Libelle	01 De Telegraaf	01 De Telegraaf	77 Rails
83 Autoweek	29 Sante	82 Autokampioen	29 Sante
20 Beau Monde	79 Kampioen	29 Sante	06 Het Parool
19 Avantgarde	82 Autokampioen	70 Studio	70 Studio
45 Hitkrant	19 Avantgarde	79 Kampioen	19 Avantgarde
42 Donald Duck	70 Studio	68 NCRV-gids	01 De Telegraaf
73 Visie	68 NCRV-gids	19 Avantgarde	68 NCRV-gids
07 Andere (regionale) dagbladen	49 Fancy	39 Het Beste	49 Fancy

5. Geografische spreiding

Deze genummerde kaarten in bijlage V geven een beeld van de geografische herkomst van de klassieke muziekbezoekers.

Kaart 1 geeft een overzicht van de spreiding van de bezoekers over Nederland in de vier verschillende regio's; de blokjes in de kaart geven aan in welk 4-p postcodegebied tenminste één bezoeker woont.

De aantallenkaarten 2 tot en met 6 geven meer informatie en tonen het aantal bezoekers per 4p-postcodegebied. De hoogste concentratie bezoekers zijn te vinden in de Randstad, Brabant en Gelderland, en dan vooral rondom de steden.