

Dossier

Statistisch onderzoek

Jack van der Leden

Algemeen

Bangma, K.L., A. Bruins en D. Snel (2013)
Topsectoren: beeld en ontwikkeling. Zoetermeer: Panteia, 49 p.
Rapport schetst een beeld van de structuur en ontwikkeling van de topsectoren in Nederland. Van de negen topsectoren, die centraal staan in het bedrijvenbeleid van het kabinet, zijn zogeheten factsheets gemaakt. Eén van de topsectoren is de creatieve industrie.

Cebeon (2013)
Uitgaven cultuur door de G35 en de provincies 2011-2013. Amsterdam: Cebeon, 37 p.
Onderzoek in opdracht van de Directie Kunsten van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) naar de uitgaven aan cultuur van de G35 en de provincies in de jaren 2011-2013. De G35 zijn de 35 gemeenten die deelnemen aan de Regeling Cultuurparticipatie voor gemeenten en provincies 2009-2012 en per 2013 aan het programma Cultuureducatie met kwaliteit in het primair onderwijs. Het onderzoek verscheen als bijlage bij *Cultuur in Beeld 2013* (zie Monitoren).

Douw&Koren (2013)
Crowdfunding in Nederland 2012: crowdfunding in 2012: de cijfers. (S.l.): Douw&Koren.
In 2012 werd in Nederland voor 14 miljoen euro via crowdfunding gefinancierd. Dat is veel meer dan in 2011 en 2010, toen respectievelijk 2,5 miljoen en 0,5 miljoen euro werd opgehaald. In de creatieve sector is op deze manier 1,9 miljoen euro opgehaald in 2012, een half miljoen meer dan in 2011.

Oers, F. van (2013)
Bezuinigingen gemeenten op kunst en cultuur worden zichtbaar. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek, ongepag.
In 2013 verwachten de gemeenten gezamenlijk bijna 1,7 miljard euro uit te geven aan kunst en cultuur, 3,7 procent minder dan in 2012. Het bedrag dat besteed wordt per inwoner neemt af van 103 euro tot 98 euro.

Berg, E. van den, P. van Houwelingen en J. de Hart (red.) (2011)
Informeel groepen: verkenningen van eigentijdse bronnen van sociale cohesie. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 307 p.
Onderzoek naar informele groepen oftewel kleine groepen mensen die regelmatig samenkomen om een bepaald doel te bejiveren of een liefhebberij uit te oefenen. Met onder andere een hoofdstuk over amateurkunst. Circa 16 procent van de kunstbeoefenaars van 16 jaar en ouder beoefent zijn of haar hobby in informeel verband. Ook aandacht voor leesgezelschappen.

Braams, N. (2011)
Onderzoeksrapportage creatieve industrie. Voorburg: Centraal Bureau voor de Statistiek, 29 p.
Na een uiteenzetting over het belang van de creatieve industrie en literatuuronderzoek maakt de auteur een vergelijking van de verschillende definities van creatieve industrie en presenteert een afbakening van het terrein.

Braams, N. en N. Urlings (2011)
Creatieve industrie in Nederland: creatieve beroepen. Voorburg: Centraal Bureau voor de Statistiek, 16 p.

In het verlengde van het rapport *Creatieve industrie in Nederland: creatieve bedrijven* (2010) bevat deze publicatie een analyse van personen met een creatief beroep. Conclusies: in Nederland zijn bijna 172 duizend personen werkzaam in een creatief beroep. De grootste groep werkt in het cluster creatieve zakelijke dienstverlening. Kenmerkend voor personen met een creatief beroep is het grote aantal zelfstandigen: bijna de helft.

Cloin, M. (et al.) (2011)
Nederland in een dag: tijdsbesteding in Nederland vergeleken met die in vijftien andere Europese landen. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 158 p.
Hoe verhoudt de tijdsbesteding van Nederlanders zich tot die van de inwoners van vijftien Europese landen? Nederlanders hebben relatief veel vrije tijd, namelijk bijna een halfuur meer dan het gemiddelde in de onderzochte Europese landen (bijna vijf en een half uur versus vijf uur per dag). Een deel van die tijd wordt gebruikt voor televisiekijken, muziek luisteren, lezen, computeren en gamen, sporten en bewegen, hobby's uitvoeren en spelletjes doen, uitrusten en deelnemen aan cultuur en vermaak.

Dam, J. van (et al.) (2011)
Nulmeting topfunctionarissen: weergave bezoldigingsniveau van topfunctionarissen in een deel van de culturele sector. (S.l.): Berenschot, 33 p.
Onderzoek naar de bezoldiging van topfunctionarissen in de culturele sector wijst uit dat in de onderzochte groep culturele instellingen geen enkele instelling de voorgestelde totale WNT-norm (niveau 2009) overschrijft.

Verbeek, D. en J. de Haan (2011) *Eropuit!: Nederlanders in hun vrije tijd buitenshuis*.

Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 110 p.

Dit rapport geeft inzicht in de uithuizige vrijetijdsbesteding van Nederlanders, waaronder museumbezoek. Auteurs onderzoeken de verschillen tussen groepen Nederlanders in de frequentie waarmee zij musea bezoeken. Ook is er aandacht voor de vraag hoe vrijetijdsrepertoires per levensfase verschillen. Ten slotte brengt het rapport de vrijetijdsmobiliteit in kaart: de afstanden die mensen afleggen ten behoeve van de vrije tijd en de vervoermiddelen die zij gebruiken.

Braams, N. en N. Urlings (2010) *Creative industrie in Nederland: creatieve bedrijven*.

Voorburg: Centraal Bureau voor de Statistiek, 9 p.

In Nederland zijn ruim 43 duizend bedrijven actief in de creatieve industrie. Hiermee heeft de creatieve industrie een aandeel van 5 procent in het Nederlandse bedrijfsleven. De groei van de creatieve industrie is ruim 19 procent in de periode 2006-2009.

Tepaske, E. (et al.) (2010)

Betekenis van kunst en cultuur in het dagelijks leven: definitief rapport. Amsterdam: Cultuur-Ondernemen, 83 p.

Uit onderzoek van Motivaction komt naar voren dat het draagvlak voor kunst en cultuur onder het Nederlandse publiek groter is dan algemeen wordt aangenomen. Een overgrote meerderheid van de Nederlanders vindt dat kunst en cultuur voor iedereen van belang is. Bijna iedereen vindt het belangrijk dat kinderen daarmee in aanraking komen. 71 procent is bovendien van

mening dat de overheidsuitgaven aan kunst en cultuur niet te hoog zijn.

Kunsten

Broek, A. van den (2013)

Kunstminnend Nederland?: interesse en bezoek, drempels en ervaringen

Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 152 p.

Signatuur bibliotheek: 13-069

Hoe kunstminnend is de Nederlandse bevolking? Hoeveel mensen zijn in kunst geïnteresseerd en welk deel van die geïnteresseerden bezoekt kunstuitingen? Interesse in de diverse kunstvormen kent twee dimensies: interesse in gecanoniseerde kunst, zoals klassieke muziek, en interesse in populaire kunst, zoals popmuziek. Er zijn meer mensen in populaire, dan in gecanoniseerde kunst geïnteresseerd. Circa tweederde van de geïnteresseerden gaat niet over tot bezoek. 'Het kwam er gewoon niet van' is de meest genoemde reden. Een sterke interesse vergroot de kans op bezoek en verhoogt de bezoekfrequentie.

Windhorst, M. en P. van der Zant (2012)

Bezoekers van woord en beeld: eindrapport over een onderzoek naar het publieksbereik van amateurkunstuitingen in de disciplines schrijven, beeldende kunst, en fotografie.

Gouda: Bureau Advies Research Training, 47 p.

Onderzoek naar het publieksbereik van amateurkunstuitingen in de disciplines die niet tot de podiumkunsten worden gerekend: beeldende kunst, fotografie en schrijven.

Noordman, Th.B.J. (et al.) (2011) *Amateurkunst & publiek*.

Utrecht: Adviesbureau cultuurtoerisme, 85 p.

In 2010 gaven amateurs meer dan 134 duizend voorstellingen op 16 duizend verschillende locaties. Dagelijks werden gemiddeld 367 optredens verzorgd die 20 miljoen bezoeken opleverden. In tegenstelling tot wat vaak aangenomen wordt, bestaat maar 40 procent van het publiek uit familie en vrienden.

Schild-Mol, T. van (et al.) (2011)

Muziekeducatie in het primair onderwijs: een kwantitatieve en kwalitatieve verkenning van de stand van zaken.

Tilburg: IVA Beleidsonderzoek en Advies, 66 p.

Het doel van de twee onderzoeken is tweeledig: inzicht verkrijgen in de mate waarin muziekeducatie gegeven wordt op scholen voor primair onderwijs en informatie verzamelen over de wijze waarop muziekeducatie op scholen daadwerkelijk vorm krijgt.

Schreven, L. en A. de Rijk (2011) *Kunstenaars in breder perspectief: kunstenaars, kunstopleiding en arbeidsmarkt*.

Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek, 134 p.

Doel van dit onderzoek is om voortbouwend op het onderzoek naar *Kunstenaars in Nederland* uit 2007 een genuanceerd beeld te schetsen van kunstenaars en personen met een kunstopleiding en hun positie op de arbeidsmarkt in Nederland.

Broek, A. van den (red.) (2010) *Mogelijkheden tot kunstbeoefening in de vrije tijd*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 377 p. Signatuur bibliotheek: 10-287, 10-288, 10-289

Bijna de helft van de bevolking doet in de vrije tijd iets kunstzinnigs. In drie studies is uitgezocht wie wat doet en hoe, welke mogelijkheden er zijn en hoe de kunstbeoefening in de vrije tijd er in 2030 voor zal staan. In bovengenoemde publicatie wordt beschreven welke mogelijkheden tot kunstbeoefening in de vrije tijd liefhebbers hebben dan wel creëren. Verenigingen, onderwijs, instellingen, particuliere aanbieders en informele groepen passeren de revue, evenals de rol van de overheden in het ondersteunen van de kunstbeoefening. In *FAQs over kunstbeoefening in de vrije tijd* is beschreven wie wat doet, hoe vaak, of dat in georganiseerd verband is, of men les heeft of heeft gehad, welke ambities men koestert en motivaties men heeft (SCP, 123 p.). In *Toekomstverkenning kunstbeoefening: een essay over de mogelijke betekenis van sociaal-culturele ontwikkelingen voor volume, voorkeuren en vormgeving van kunstbeoefening in de vrije tijd* is nagegaan hoe de kunstbeoefening er over twee decennia uit zou kunnen zien, beredeneerd vanuit het perspectief van de liefhebber (SCP, 74 p.).

Fuhr, S. von der (et al.) (2010) *Spelen voor de kost: werk en inkomsten van acteurs in Nederland*. Tilburg: IVA Beleidsonderzoek en Advies, 40 p. Resultaten van een enquête onder 670 acteurs, ongeveer eenvijfde van het totaal aantal professionele acteurs dat volgens het rapport in

Nederland woont. Eén van de conclusies is dat de meeste acteurs niet kunnen rondkomen en noodgedwongen via ander werk moeten bijverdienen.

Valk, W.D.M. van der (2010) *Galleries in hedendaagse beeldende kunst 2010*. Zoetermeer: EIM, 39 p. Structuuronderzoek naar galleries in hedendaagse beeldende kunst 2010, uitgevoerd in opdracht van de Nederlandse Galerie Associatie (NGA). Zie ook het rapport *Herhalingsonderzoek vraagzijde beeldende kunst in Nederland*, onderzoek onder kunstkopers naar de vraag naar beeldende kunst en de rol van galleries daarin (Amsterdam: Nederlandse Galerie Associatie, 2010).

Vessum, I. van (2010) *Facts & figures 2005-2008: dans, orkesten, theater*. Amsterdam: Nederlandse Associatie voor Podiumkunsten, 85 p. Signatuur bibliotheek: N12-001

Cijfers over publieksbereik, spreiding en financiën over de periode van de cultuurnota 2005 tot en met 2008 van de sector dans, orkesten en theater.

Erfgoed

Berbers, T. en M. Krabshuis (samenst.) (2012) *Museumcijfers 2011*. Amsterdam: Stichting Museana, 32 p. Hoeveel musea zijn er in Nederland? Hoeveel mensen gaan er naartoe? Hoeveel mensen werken er? Wat doet een museum zoal? Wat voor soorten musea zijn er? En wat kosten ze? Deze publicatie bevat antwoorden op deze en

andere vragen, samengesteld uit de gegevens die zijn verzameld in Museana, een gegevensbank waarin in 2011 een kleine 250 musea hun kerngegevens hebben opgeslagen. Deze zijn geëxtrapoleerd naar de totale onderzoeksgroep van 422 musea.

Nederlandse Museumvereniging (2012) *De gevolgen van de bezuinigingen op musea*. Amsterdam: Nederlandse Museumvereniging, 26 p. Tussen half juli en 1 september 2011 heeft de Nederlandse Museumvereniging haar leden benaderd met de vraag hoe ze verwachten dat hun diverse financiers de komende tijd zullen omgaan met de financiering van hun museum. Van de respondenten verwacht 8 procent in de komende jaren te moeten sluiten. De bezuinigingen gaan ten koste van de professionele staf en van de educatieve activiteiten.

Marlet, G., J. Poort en C. van Woerkens (2011) *De schat van de stad: welvaarts-effecten van de Nederlandse musea*. Utrecht: Atlas voor Gemeenten, 73 p. Uit onderzoek naar de bijdrage van de Nederlandse musea aan de Nederlandse welvaart blijkt onder andere dat de Nederlandse musea in totaal maximaal 6,4 miljard waard zijn, wat overeenkomt met een jaarlijkse welvaartswinst van ongeveer 370 miljoen. Tegenover die bijdrage aan de welvaart staat op dit moment een jaarlijkse subsidie van ongeveer hetzelfde bedrag.

Röst, L. (2010) *Onderzoek gemeentelijke bezuinigingen*. (S.l.): Vereniging van Openbare Bibliotheken, ongep.

Ruim 93 procent van de bibliotheken kreeg over de periode 2010-2013 met gemeentelijke bezuinigingen te maken. De effecten hiervan zijn op hoofdlijnen: minder personeel in directe dienstverlening en in de ondersteunende taken, kleinere collectie, minder activiteiten, minder openingsuren, minder vestigingen.

Media

Huysmans, F. (2013)

Van woordjes naar wereldliteratuur: de leeswereld van kinderen van 7-15 jaar.

Amsterdam: Stichting Lezen/KVB/SIOB, 79 p.

Onderzoek door marktonderzoeksbureau Intomart GfK naar het leesgedrag van kinderen van 7-15 jaar met gegevens over het gebruik van gedrukte, audiovisuele en digitale media, het bezoeken van boekhandels en het aanschaffen van boeken, bibliotheekbezoek en het lenen van boeken, leesbevorderingscampagnes en leessocialisatie. Voor deze analyse is gebruikgemaakt van de dataverzameling van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB).

Sonck, N. en J. de Haan (2012)

De virtuele kunstkar: cultuurdeelname via oude en nieuwe media. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 96 p.

Dit rapport geeft inzicht in de cultuurparticipatie via media (gedrukte media, radio, televisie en internet) onder Nederlanders van achttien jaar en ouder, op basis van bevolkingsonderzoek uit 2009. Hoeveel volwassenen raadplegen media om culturele informatie op te zoeken, opnames te bekijken of kaartjes te kopen? In hoeverre communiceren zij over cultuur via

media en verspreiden ze langs deze weg bijvoorbeeld zelfgemaakte foto's, films, muziek en teksten? Zijn er op cultureel gebied verschillen in het gebruik van oude en nieuwe media, en hoe zijn deze te verklaren?

Poort, J. (et al.) (2011)

Digitaal gebonden: onderzoek naar de functionaliteit van een vaste prijs voor het e-boek.

Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek/IViR Instituut voor Informatierecht, 106 p.

Dit rapport onderzoekt de haalbaarheid en handhaafbaarheid van een vaste prijs voor het e-book (vbp-e). Ook is de functionaliteit geanalyseerd ten aanzien van de pluriformiteit en brede beschikbaarheid van het aanbod, de marktstructuur van het boekenvak en de diversiteit en beschikbaarheid van gedrukte boeken.

Maas, J.W. en P. Geluk (2011)

Efficiëntieonderzoek landelijke publieke omroep: tussenrapportage. Hilversum: Boston Consulting Group, 120 p.

Onderzoek naar mogelijke besparingen bij de publieke omroep. In het bijzonder gaat het om het potentieel van efficiënter werken, minder bureaucratie bij de Raad van Bestuur (bestuursorganisatie NPO) en fusies van omroepen.

Huysmans, F. en J. de Haan (2010)

Alle kanalen staan open: de digitalisering van mediagebruik. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 205 p.

Onderzoek naar hoe de veranderingen in aanbod en distributie van informatie hand in hand zijn gegaan met veranderingen aan de gebruikerszijde. Centrale vraag in het onderzoek is: in hoeverre zijn in

Nederland het mediagebruik, het zoeken naar informatie en de onderlinge communicatie van gedaante veranderd sinds 1975? Uit de studie blijkt onder andere dat Nederlanders van rond de 20 jaar een kwart van de totale tijd die ze besteden aan media, met nieuwe (digitale) media bezig zijn. Voor mensen van boven de 45 is dat een tiende van de totale tijd.

Poort, J., E. Scavenius en K. Janssen (2010)

De publieke omroep en de creatieve sector.

Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek, 21 p.

Analyse van vijftig programmabegrotingen, verdeeld over verschillende omroepen, genres en met uiteenlopende productiebudgetten. Welke bijdrage levert de landelijke publieke omroep (LPO) aan de creatieve sector in Nederland en hoe verhoudt die zich tot de inkomsten van de LPO? Het onderzoek richt zich op televisie, radio, en de zogeheten neventaken, te weten internet en themakanalen.

Entertainment

Oxford Economics (2013)

Economic contribution of the Dutch film and audio-visual industry. Oxford: Oxford Economics, 59 p.

De werkgelegenheid in de gehele Nederlandse film- en audiovisuele sector is tussen 1998 en 2011 teruggelopen met 16,7 procent. Dit wijkt af van de Europese trend, waar een groei van 11,5 procent werd gerealiseerd. De afname van overheidsbijdragen en het ontbreken van economische of fiscale regeling om internationale productieactiviteit aan te trekken zijn daar debet aan.

Jack van der Ledenis redacteur van *Boekman*

Scholten, J. en P. Verstraeten (2013) *Het publiek en de Nederlandse speelfilm: een verkenning van de nationale markt.*

Amsterdam: Stichting Filmonderzoek/Filmtest, 168 p. + bijl. De Nederlandse filmproductie heeft zijn positie op de markt en bij het publiek in de afgelopen jaren versterkt. Desondanks blijft de groei bij bepaalde publieksegmenten achter. De vraag is of de huidige Nederlandse filmproductie de markt voldoende benut en of er kansen zijn om het marktaandeel structureel te consolideren en liever zelfs te verhogen. Het onderzoek geeft onder andere inzicht in de verhouding van die publieksegmenten tot de verschillende typen Nederlandse films.

Berden, C., J. Weda en R. van der Noll (2012) *Economische kerngegevens Nederlandse film: quick scan.* Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek, 44 p. Aandacht voor het economische belang van de Nederlandse filmsector aan de hand van een selectie van relevante kengetallen op het gebied van productie, distributie, capaciteit, publiek, financiering en inkomsten.

EVAR Advisory Services (2012) *Dance-onomics: the economic significance of EDM for the Netherlands.* Hoofddorp: EVAR Advisory Services, 20 p. De grote internationale successen van de Nederlandse dj's en de dancescene zijn van grote economische betekenis voor Nederland. Jaarlijks gaat het in Nederland om ruim een half miljard euro.

Grootjans, J. en D. Lahaut (2012) *Filmtheaterbezoekers uitgelicht: een uitgebreide profielbeschrijving van filmtheaterbezoekers in Nederland aan de hand van gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek.* Utrecht: Stichting Filmonderzoek, 31 p.

In dit onderzoek worden verschillende achtergrondkenmerken van filmtheaterbezoekers belicht. Dit profiel van de gemiddelde filmtheaterbezoeker is gebaseerd op twee verschillende enquêtes: het Aanvullend Voorzieningsgebruik Onderzoek (AVO) van het Centraal Bureau voor de Statistiek en een marktonderzoek van onderzoeksbureau Experian.

Stichting Filmonderzoek (2011) *Quickscan economische kerncijfers Nederlandse filmsector en filmproductie.* Utrecht/Amsterdam: Stichting Filmonderzoek i.s.m. Paul Verstraeten Communicatie, 17 p. Uit quickscan van het economische belang van de Nederlandse filmproductie blijkt dat circa 90 procent van de Nederlandse filmproducties tot stand komt met een bijdrage van het Filmfonds. Een filmfondsinvestering van 1 euro genereert het drievoudige aan productieinvesteringen en levert daarbij tevens 3,20 euro aan inkomsten op.

Creatieve zakelijke dienstverlening

Deloitte & Touche (2011) *Dutch games industry: ready for growth.* (S.l.): Deloitte & Touche, 2 p. De Nederlandse game-industrie kent sinds 2000 een significante groei. Meer dan de helft van de huidige 160 bedrijven ging na 2005 van start.

Eikelenboom, T. en M. Langendijk (2011) *Sectoranalyse e-cultuur.* Amsterdam: Virtueel platform, 36 p. Sectoranalyse geeft beeld van de omvang en karakteristieken van de relatief jonge maar snelgroeiende e-cultuursector. Aandacht voor ontwikkeling/educatie, productie en afname. De Nederlandse digitale kunstsector (medialabs, kunstenaars, gamebedrijven, festivals, presentatieplekken en media- en kunstopleidingen) heeft een jaaromzet van 400 miljoen euro en geeft werk aan ruim 10.000 mensen. Veldonderzoek is verricht door Joep Wils, Veldkamp TNS/NIPO.

Koops, O., W. Manshanden en F. van der Zee (2011) *Vormgeving verder op de kaart: de positie en het economisch belang van de creatieve industrie en vormgeving in Nederland.* Amsterdam: Premisela, 68 p. Kwalitatief en kwantitatief onderzoek van TNO naar de positie en het economisch belang van de creatieve industrie en vormgeving in Nederland.