



VERENIGINGSMONITOR 2018

Verenigingen voor kunstbeoefening in cijfers

Muziekverenigingen, koren, schilder-, foto- en filmclubs, toneel- en dansverenigingen zijn een belangrijke voorziening voor een groot deel van de kunstbeoefenaars in Nederland. Maar we weten nog weinig over deze kunstverenigingen. Daarom zijn we een grootschalig onderzoek gestart waarin we kijken naar organisatiekracht, artistiek aanbod en maatschappelijke oriëntatie van verenigingen: de VerenigingsMonitor. In deze publicatie vind je de landelijke resultaten.





Verenigingen voor kunstbeoefening in cijfers

ORGANISATIEKRACHT

LEDEN

BESTUUR EN VRIJWILLIGERS

BETAALDE MEDEWERKERS

VOORZIENINGEN

FINANCIËN

MISSIE EN VISIE

ZICHTBAARHEID

ARTISTIEK AANBOD

REGULIER AANBOD

ARTISTIEKE BEGELEIDING

INNOVATIE VAN HET AANBOD

DOELEN

MAATSCHAPPELIJKE ORIENTATIE

SAMENWERKING MET EXTERNE PARTIJEN

BETROKKENHEID BIJ MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S

AANVULLEND AANBOD

SAMENVATTING & CONCLUSIES

ONDERZOEKSOPZET & VERANTWOORDING

DANKWOORD & COLOFON

ORGANISATIEKRACHT

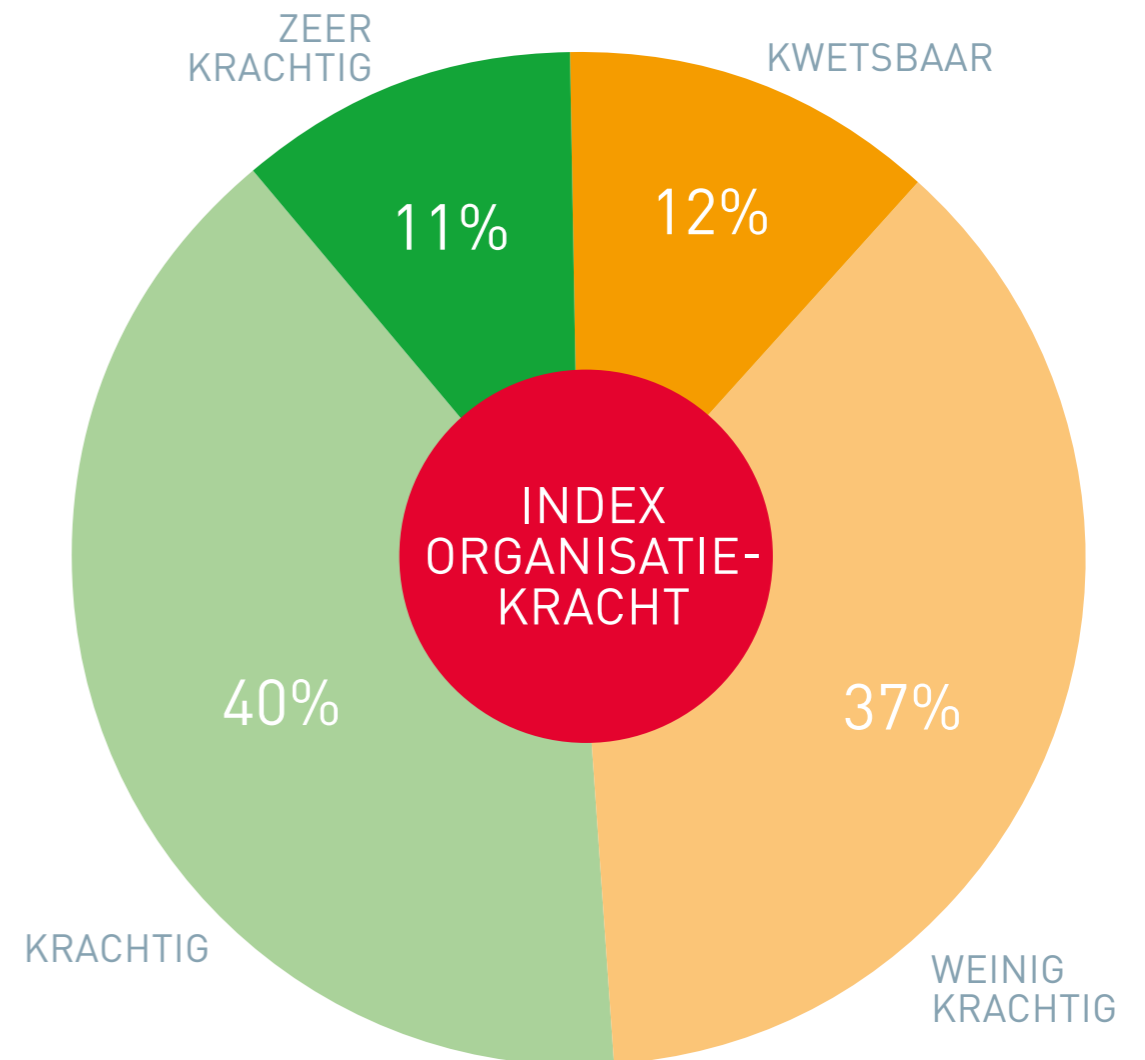
Onder organisatiekracht verstaan we de mate waarin verenigingen voor kunstbeoefening nu en in de toekomst in staat zijn om artistieke activiteiten aan te bieden aan huidige en potentiële leden.

We noemen een vereniging zeer organisatiekrachtig wanneer ze voldoet aan de meeste of alle van deze criteria:

- het aantal leden is de afgelopen drie jaar gestegen
- de vereniging werft zeer actief leden
- de vereniging vindt gemakkelijk bestuursleden en beschikt over voldoende vrijwilligers
- er zijn betaalde medewerkers (zoals een dirigent of docent) voor de vereniging actief
- de financiële positie is zeer gezond
- de hoogte van de contributie varieert per doelgroep
- de vereniging heeft minstens drie verschillende inkomstenbronnen
- de vereniging heeft een duidelijke visie en missie voor de lange termijn
- de vereniging geeft zeer actief bekendheid aan de eigen activiteiten via gedrukte, digitale en sociale media

De helft van de verenigingen is een krachtige tot zeer krachtige organisatie. Zij zijn goed in staat om artistieke activiteiten te bieden aan huidige en potentiële leden. Ruim een derde is weinig krachtig. En ruim een tiende is kwetsbaar.

Op de volgende pagina's lichten we de pijlers van organisatiekracht verder toe.



LEDEN

Gemiddeld hebben verenigingen voor kunstbeoefening 41 vaste leden. Ruim een kwart van de verenigingen heeft (ook) projectleden. Zij hebben gemiddeld 12 projectleden.

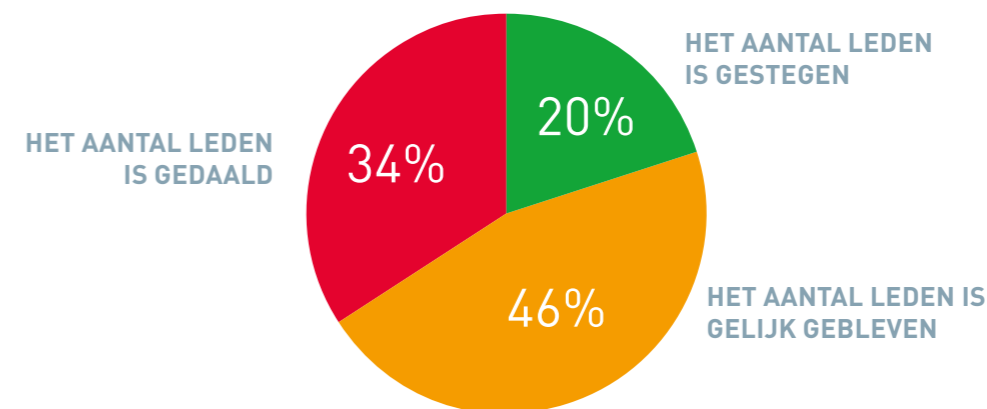
Twee derde van de verenigingen werft actief leden. Bij de meerderheid bleef het ledenaantal gelijk (46%) of steeg het (20%) de afgelopen drie jaar. Bij een derde daalde het ledenaantal. De muziekverenigingen zagen het vaakst een daling, en toneelverenigingen het vaakst een stijging van het aantal leden.

De meeste verenigingen hebben leden van 50 t/m 64 jaar (91% van de verenigingen) en 65 t/m 80 jaar (83%). Deze leeftijdscategorieën hebben gemiddeld ook het grootste aandeel in het ledenbestand. 14% heeft leden van 11 jaar of jonger. Bij verenigingen die kinderen als lid hebben, is gemiddeld een op de acht leden 11 jaar of jonger.

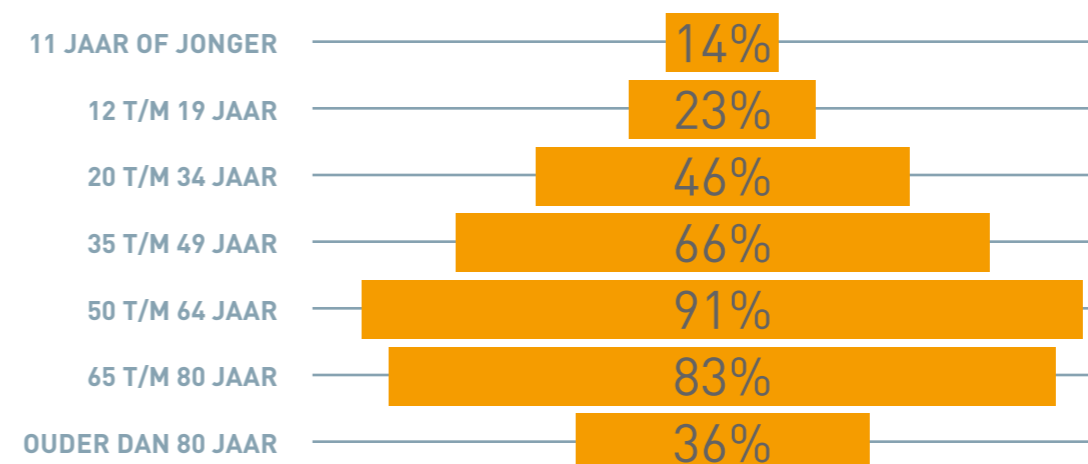
Meer dan de helft van de verenigingen 'vergrijs't. Bij de andere verenigingen bleef de verhouding tussen jong en oud stabiel (31%), of verjongde het ledenbestand (11%). Vergrijzing lijkt het sterkst te spelen bij koren. Verjonging zien we vaker bij toneelverenigingen en verenigingen in de grote steden.

De meerderheid van de verenigingen (64%) noemt vergrijzing en de geringe aanwas van nieuwe leden de belangrijkste knelpunten.

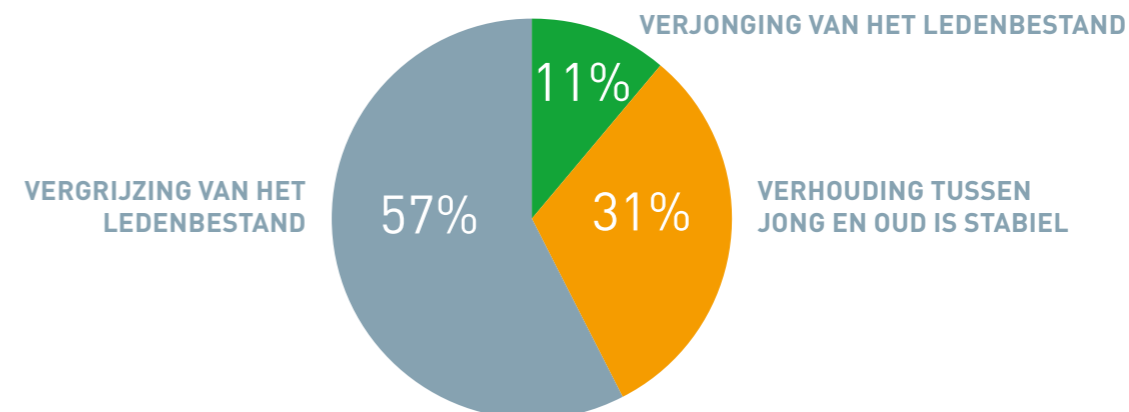
ONTWIKKELING LEDENBESTAND



PERCENTAGE VERENIGINGEN DIE LEDEN IN EEN BEPAALDE LEEFTIJDSCATEGORIE HEBBEN



VERHOUDING TUSSEN JONG EN OUD

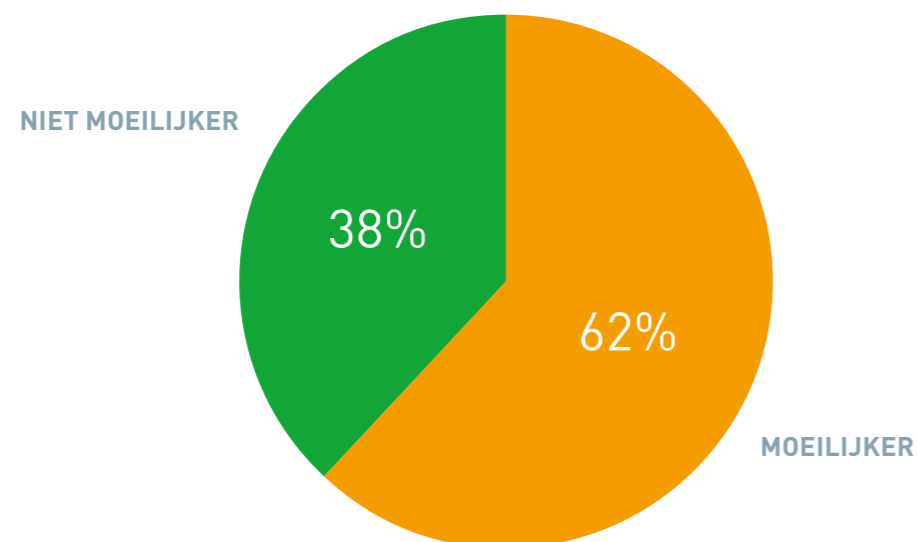


ORGANISATIEKRACHT

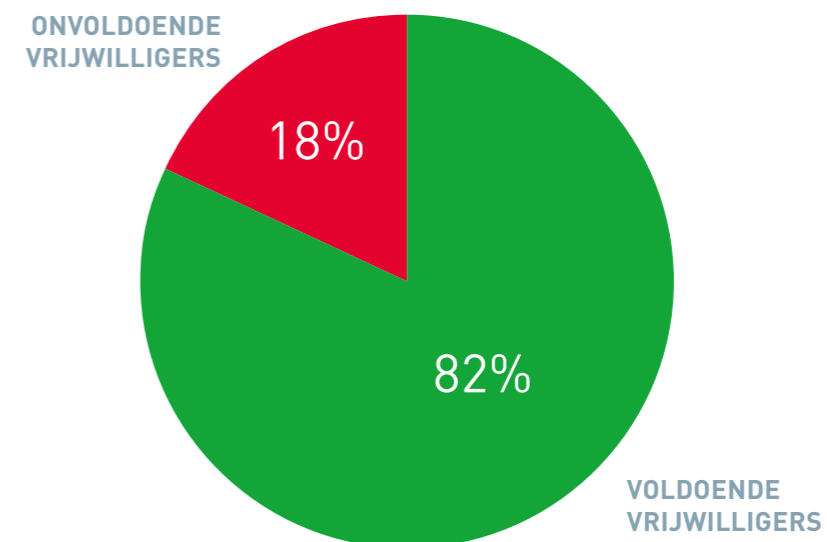
BESTUUR EN VRIJWILLIGERS

Verenigingen draaien op de inzet van bestuursleden en andere vrijwilligers. De meerderheid van de verenigingen voor kunstbeoefening (62%) – of ze nu klein zijn of groot en ongeacht kunstvorm – vindt het de afgelopen tien jaar moeilijker geworden om bestuursleden te werven. Op ledenbestand en financiën na, is dit dan ook het meest genoemde knelpunt. Toch beschikken verreweg de meeste verenigingen (82%) momenteel over voldoende vrijwilligers (inclusief bestuursleden).

WERVEN BESTUURSLEDEN



VRIJWILLIGERS

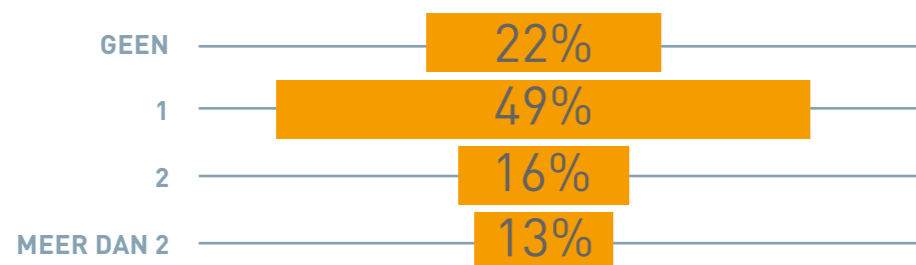


BETAALDE MEDEWERKERS

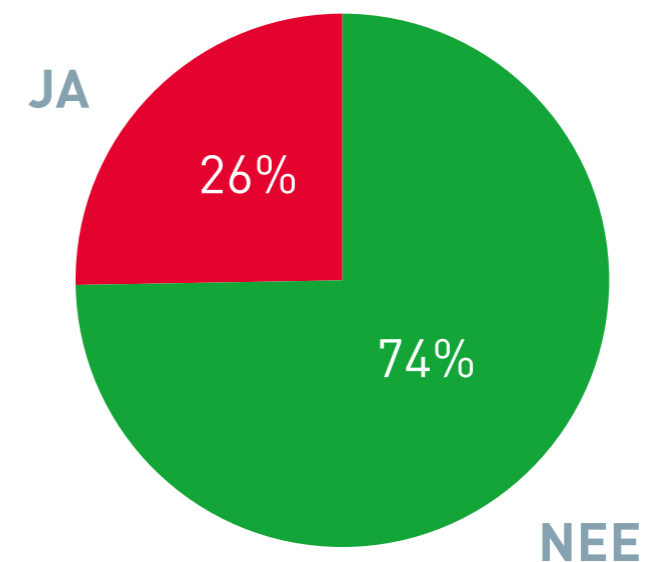
Ruim 80% van de verenigingen voor kunstbeoefening werkt met betaalde medewerkers. De meeste verenigingen (78%) hebben een artistiek begeleider in dienst, zoals een dirigent, regisseur, choreograaf of docent. Bijna een derde werkt met meer dan één artistiek begeleider. Vrijwel geen enkele vereniging heeft betaalde zakelijk leiders in dienst.

Een kwart van de verenigingen heeft de afgelopen tien jaar meer moeite om vacatures voor artistiek begeleiders op te vullen. Voor het merendeel van de verenigingen geldt dit niet. We zien hierin geen verschil tussen de kunstvormen.

PERCENTAGE VERENIGINGEN DAT GEEN OF EEN BEPAALD AANTAL ARTISTIEK BEGELEIDERS IN DIENST HEEFT



MOEILIK OM ARTISTIEK BEGELEIDERS TE VINDEN?



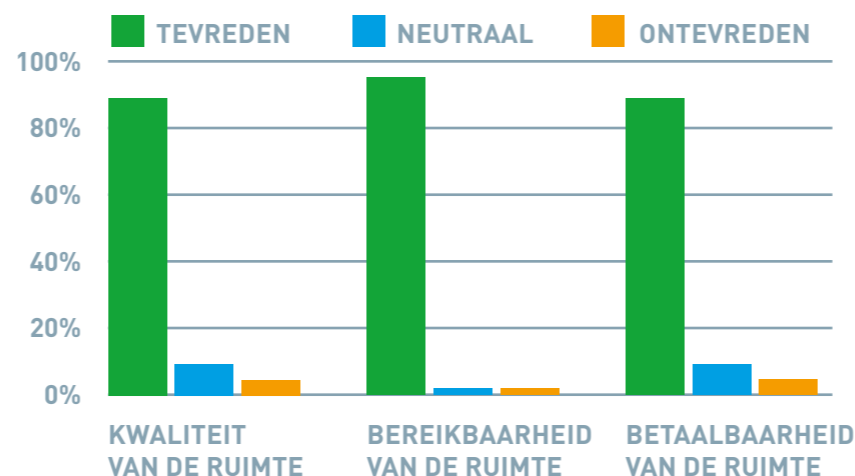
ORGANISATIEKRACHT

VOORZIENINGEN

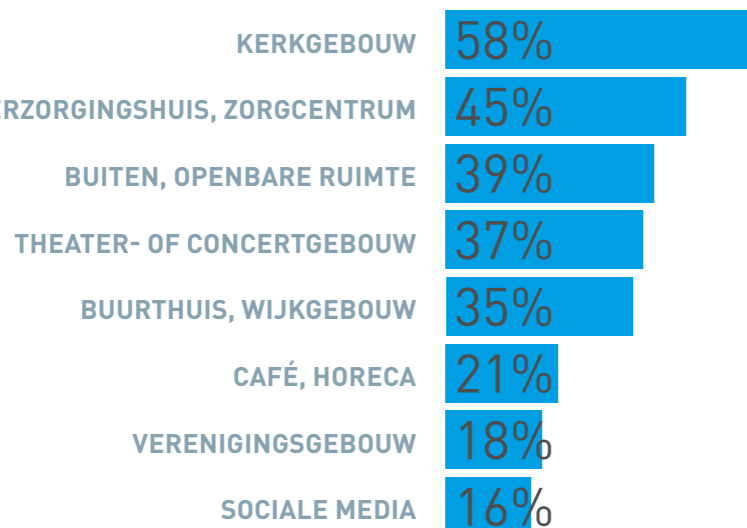
VOORZIENINGEN VOOR REPETITIES, LESSEN, GEWOON DOEN, ETC. WAAR MEER DAN 10% VAN DE VERENIGINGEN GEBRUIK VAN MAAKT



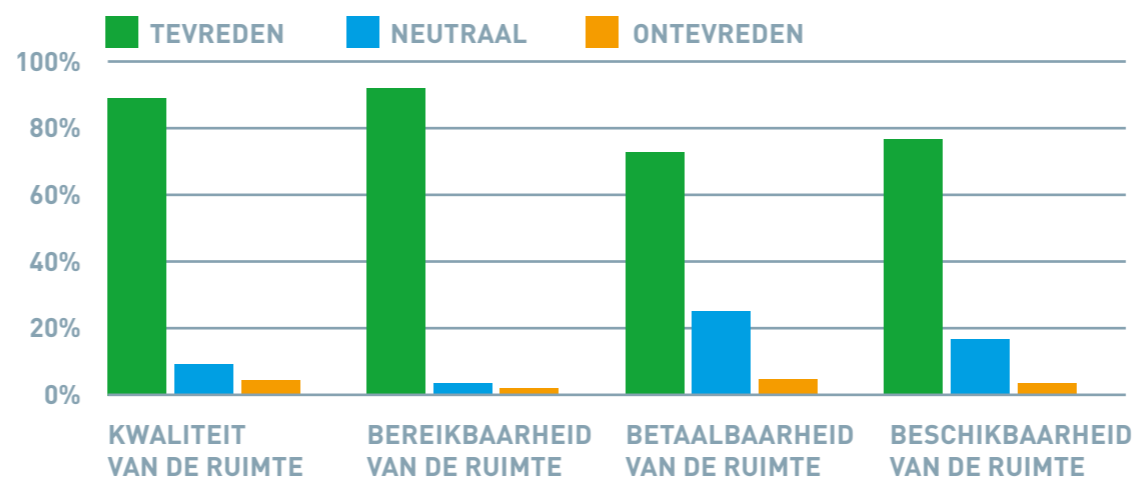
TEVREDENHEID OVER VOORZIENINGEN VOOR REPETITIES, LESSEN, GEWOON DOEN, ETC.



VOORZIENINGEN VOOR HET TONEN VAN WERK AAN PUBLIEK WAAR MEER DAN 10% VAN DE VERENIGINGEN GEBRUIK VAN MAAKT



TEVREDENHEID OVER VOORZIENINGEN VOOR HET TONEN VAN WERK



Verenigingen voor kunstbeoefening maken voor hun activiteiten gebruik van voorzieningen. Voor repetities, lessen, cursussen, oefenen en ‘gewoon dóén’ maken ze het meest gebruik van het buurthuis/wijkcentrum, een kerkgebouw, het eigen verenigingsgebouw, een school of een horecagelegenheid.

Voor het tonen van werk aan publiek maken verenigingen vooral gebruik van kerken, verzorgingshuizen of zorgcentra, de openbare ruimte, theater- of concertgebouwen, buurthuizen, horecagelegenheden, het eigen verenigingsgebouw en sociale media.

De grote meerderheid van de verenigingen is tevreden over de kwaliteit, bereikbaarheid, betaalbaarheid en beschikbaarheid van de voorzieningen. Bereikbaarheid scoort het hoogst. Betaalbaarheid het laagst, met name van voorzieningen voor optredens, voorstellingen en exposities.

FINANCIËN

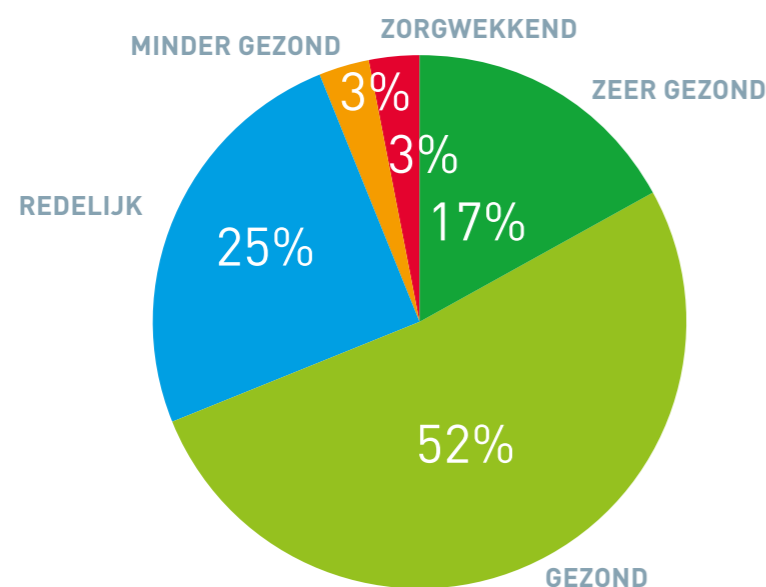
De meerderheid van de verenigingen voor kunstbeoefening noemt haar financiële positie gezond (52%) tot zeer gezond (17%). Slechts 6% kampt met een minder gezonde tot zorgwekkende financiële situatie. Dit hangt niet af van de omvang of kunstvorm van de vereniging.

Contributiebijdragen vormen de belangrijkste inkomstenbron. Gemiddeld komt de helft van de totale inkomsten uit contributie-gelden. Bij bijna een kwart van de verenigingen varieert de contributie per doelgroep: zij hanteren andere tarieven voor bijvoorbeeld kinderen, studenten of leden met een laag inkomen.

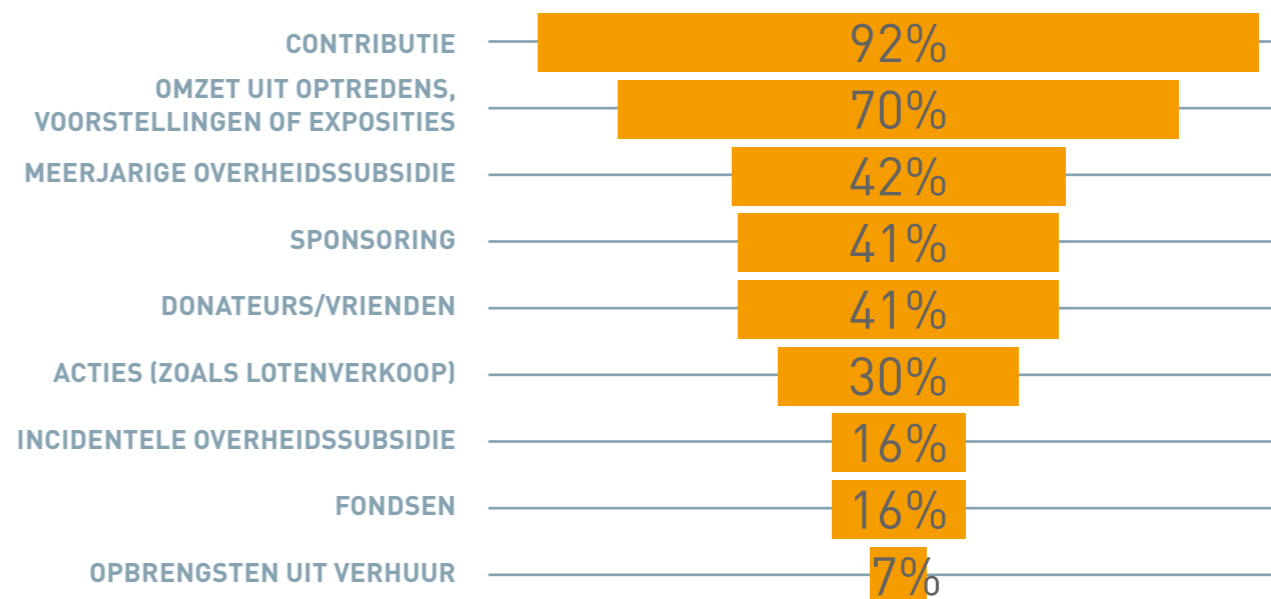
Een andere belangrijke inkomstenbron is de omzet uit optredens, voorstellingen of tentoonstellingen, gevolgd door meerjarige overheidssubsidie, sponsoring en bijdragen van donateurs of vrienden. Bijna twee derde van de verenigingen heeft inkomsten uit minimaal vier verschillende bronnen. Er zijn bijna geen verenigingen die inkomsten genereren via crowdfunding.

Een kwart van de verenigingen noemt financiën als knelpunt. Hierbij gaat het vooral om minder subsidie-inkomsten, dalende inkomsten uit contributies (vanwege minder leden) en moeite met het vinden van sponsoren.

FINANCIËLE POSITIE



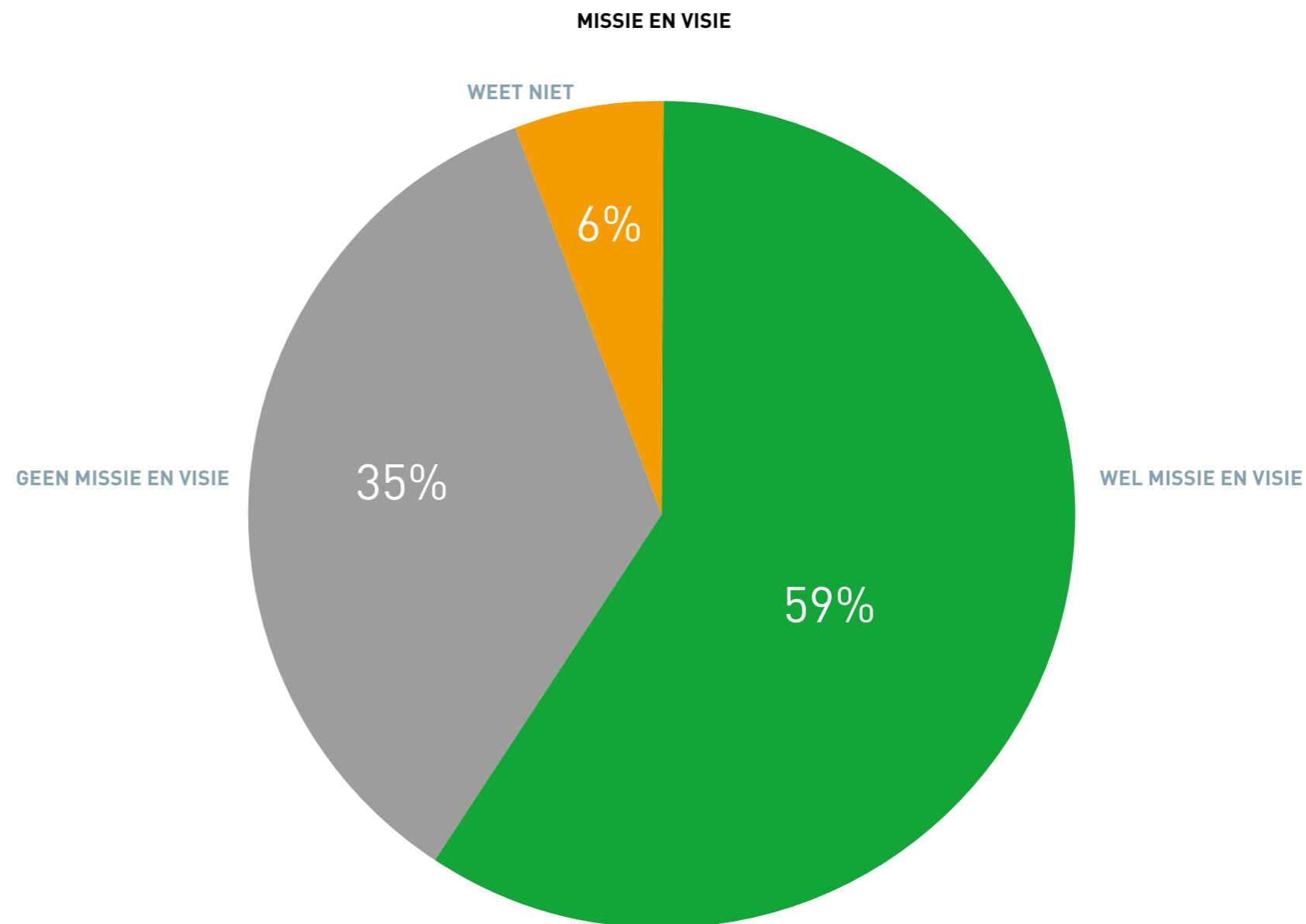
PERCENTAGE VERENIGINGEN DAT INKOMSTEN UIT EEN BEPAALDE BRON HEEFT



ORGANISATIEKRACHT

▶ MISSIE EN VISIE

De meerderheid (59%) van de verenigingen voor kunstbeoefening beschikt over een duidelijke missie en visie voor de langere termijn. Grote verenigingen (meer dan 60 leden) hebben vaker een missie en visie dan middelgrote en kleine verenigingen.

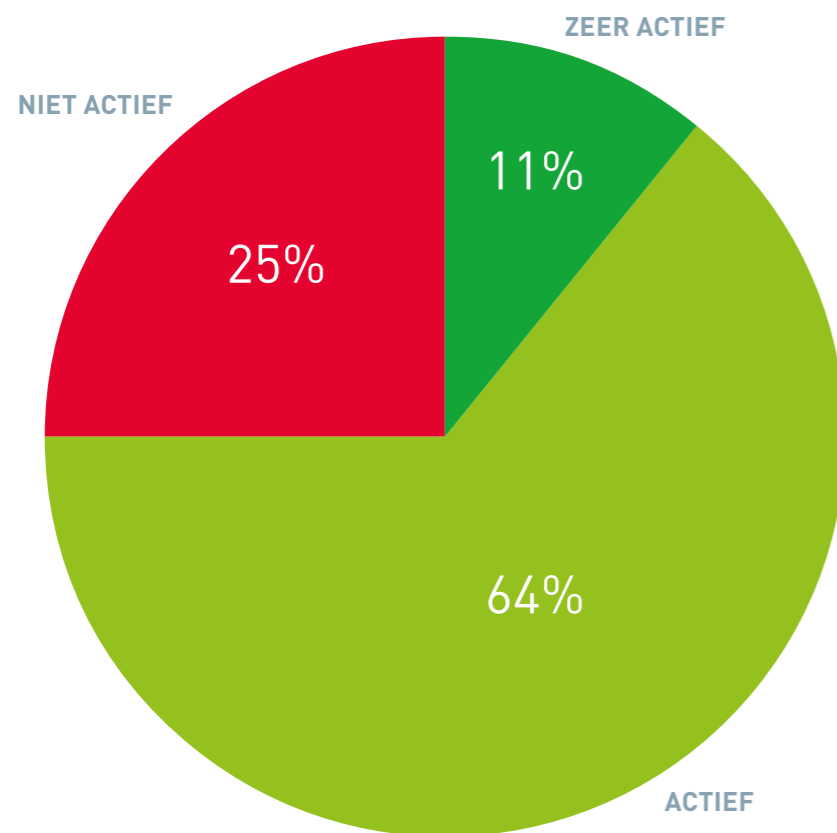


ZICHTBAARHEID

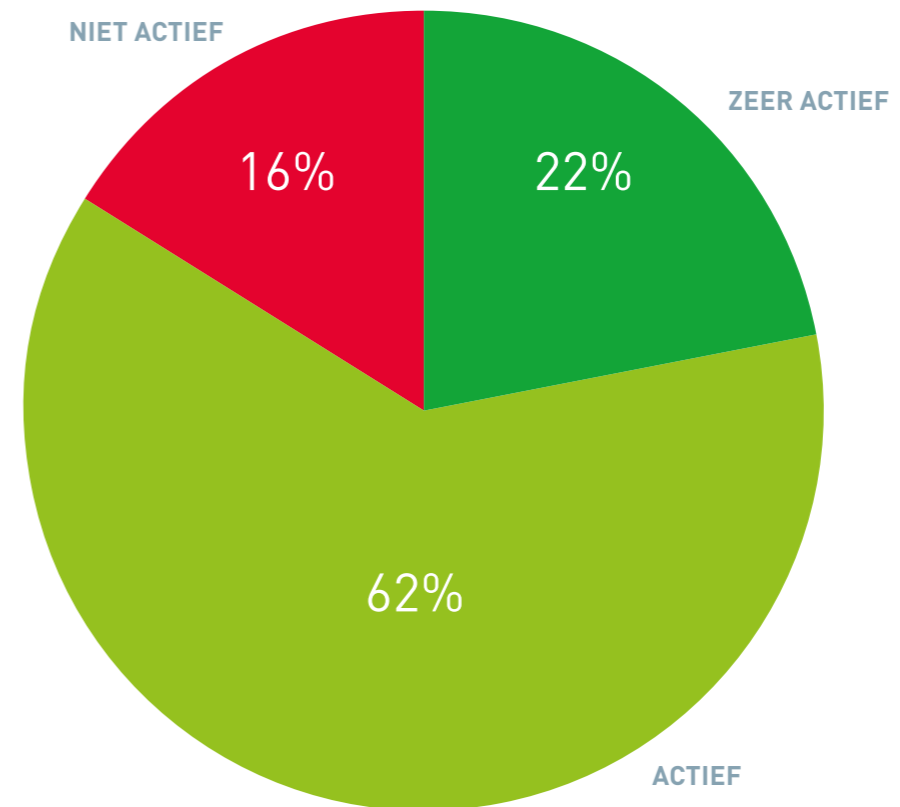
De meeste verenigingen voor kunstbeoefening maken hun activiteiten bekend via gedrukte, digitale en sociale media. Drie kwart van alle verenigingen gebruikt gedrukte media, terwijl 84% actief is met PR via digitale en sociale media.

We zien dat grote verenigingen (meer dan 60 leden) actiever aan PR doen dan middelgrote en kleine verenigingen. Ook lijken toneelverenigingen, gevolgd door muziekverenigingen, actiever met PR dan andere soorten verenigingen.

PR VIA GEDRUKTE MEDIA



PR VIA DIGITALE EN SOCIALE MEDIA



ARTISTIEK AANBOD

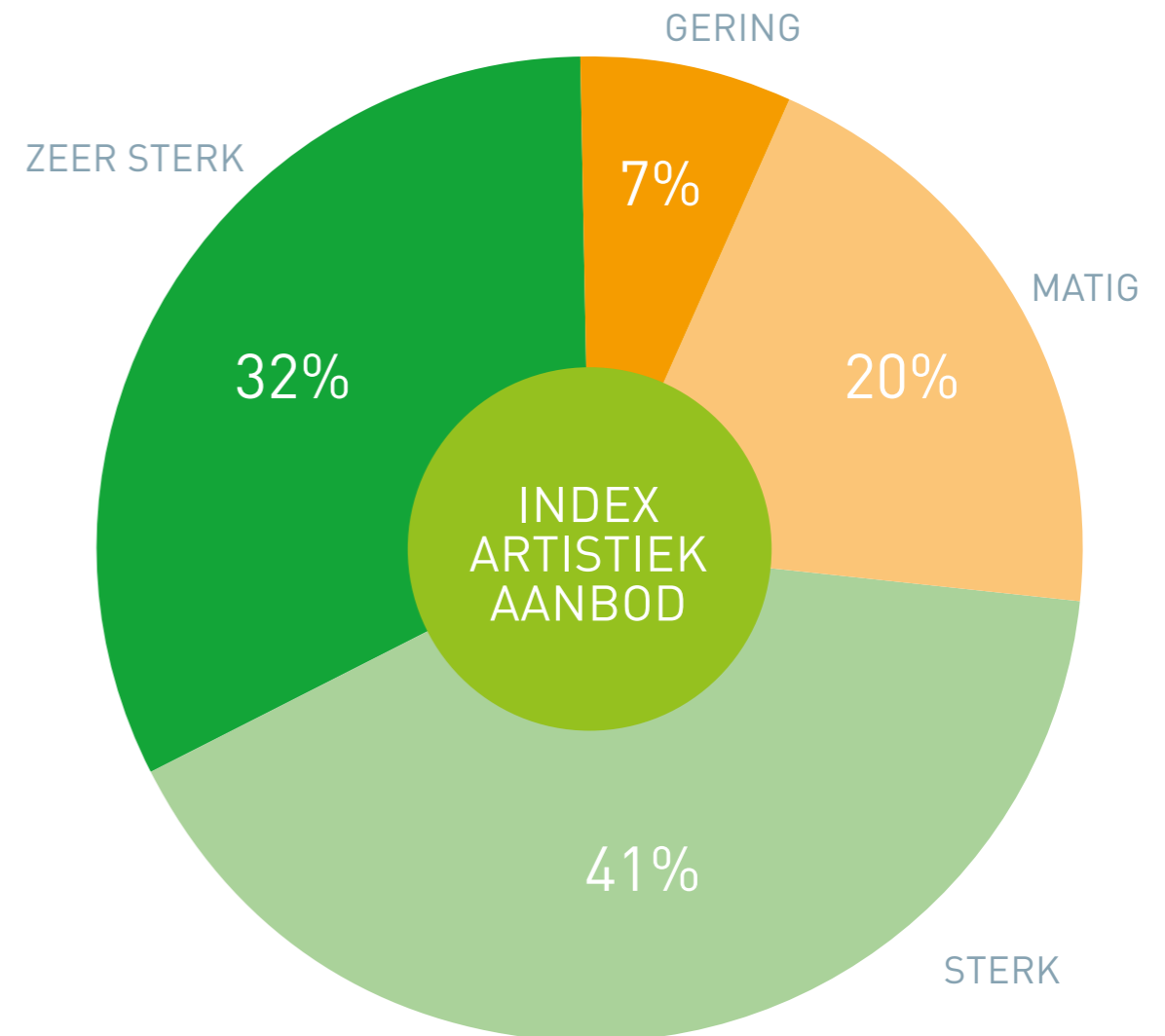
Onder artistiek aanbod verstaan we de mate waarin verenigingen voor kunstbeoefening hun leden de mogelijkheid bieden hun kunstzinnige activiteiten te beoefenen en te verbeteren.

We noemen een vereniging zeer sterk in haar aanbod wanneer ze voldoet aan de meeste of alle van deze criteria:

- de vereniging biedt de mogelijkheid om minimaal een keer per jaar werk te tonen aan het publiek via voorstellingen, optredens of exposities en biedt daarnaast minimaal twee van de volgende activiteiten aan:
 - Lessen
 - Masterclasses, cursussen, workshops
 - Repetities/oefenen
 - Gewoon dóén: gezamenlijk zonder begeleiding de kunstzinnige en creatieve activiteit uitvoeren
- de artistiek begeleider heeft een hbo-opleiding tot professioneel dirigent, regisseur, acteur, kunstenaar, musicus, choreograaf of docent gevolgd of een één- of meerjarige opleiding voor amateur-dirigent, amateurregisseur, amateuracteur, amateurmusicus, amateurchoreograaf, amateurdocent
- de vereniging vernieuwt voortdurend haar activiteiten

Bijna drie kwart van de verenigingen heeft een sterk tot zeer sterk artistiek aanbod. Zij bieden de leden goede mogelijkheden om hun kunstzinnige activiteiten te beoefenen en te verbeteren. Bij ruim een kwart zijn die mogelijkheden minder of gering.

Op de volgende pagina's lichten we de pijlers van artistiek aanbod verder toe.



ARTISTIEK AANBOD

► REGULIER AANBOD

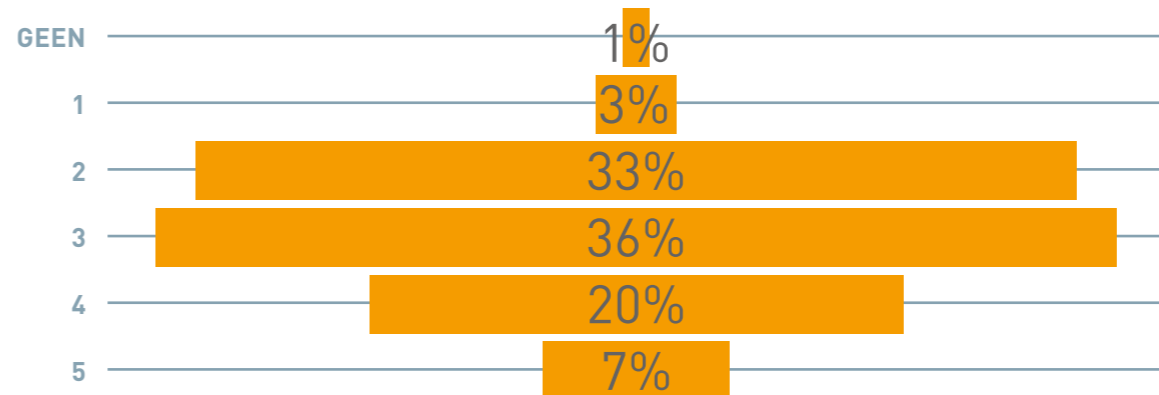
We onderscheiden de volgende artistieke activiteiten:

- Lessen
- Masterclasses, cursussen, workshops
- Repetities/oefenen
- Gewoon dóén: gezamenlijk de kunstzinnige en creatieve activiteit uitvoeren, zonder les
- Voorstellingen, optredens of exposities

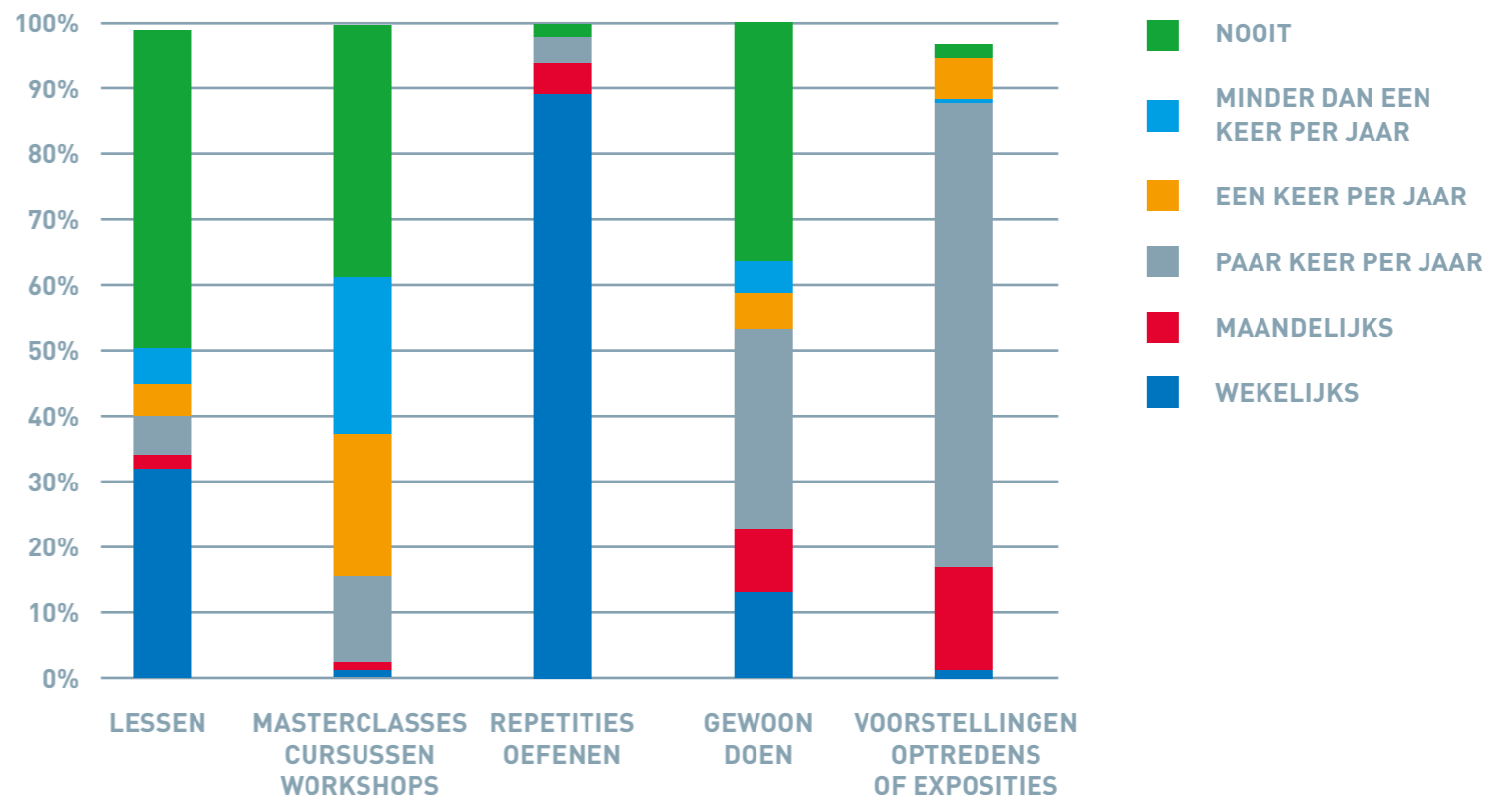
Ruim twee derde van de verenigingen biedt twee of drie van deze activiteiten aan. En de leden van een ruim een kwart van de verenigingen kunnen zelfs kiezen uit vier of vijf artistieke activiteiten. Vaak gaat het dan om grote verenigingen.

Vrijwel alle verenigingen bieden de mogelijkheid om gezamenlijk te repeteren/oefenen en om het geoefende te tonen aan het publiek. Het repeteren en oefenen gebeurt bij de meeste verenigingen elke week (90%). En het tonen via voorstellingen, optredens en exposities doen de meeste verenigingen een paar keer per jaar (72%). Lessen worden het minst aangeboden. Toch organiseert nog de helft van de verenigingen die voor hun leden. Een derde van de verenigingen doet dat zelfs wekelijks.

AANTAL ARTISTIEKE ACTIVITEITEN VOOR LEDEN



FREQUENTIE VAN ARTISTIEKE ACTIVITEITEN VAN VERENIGINGEN



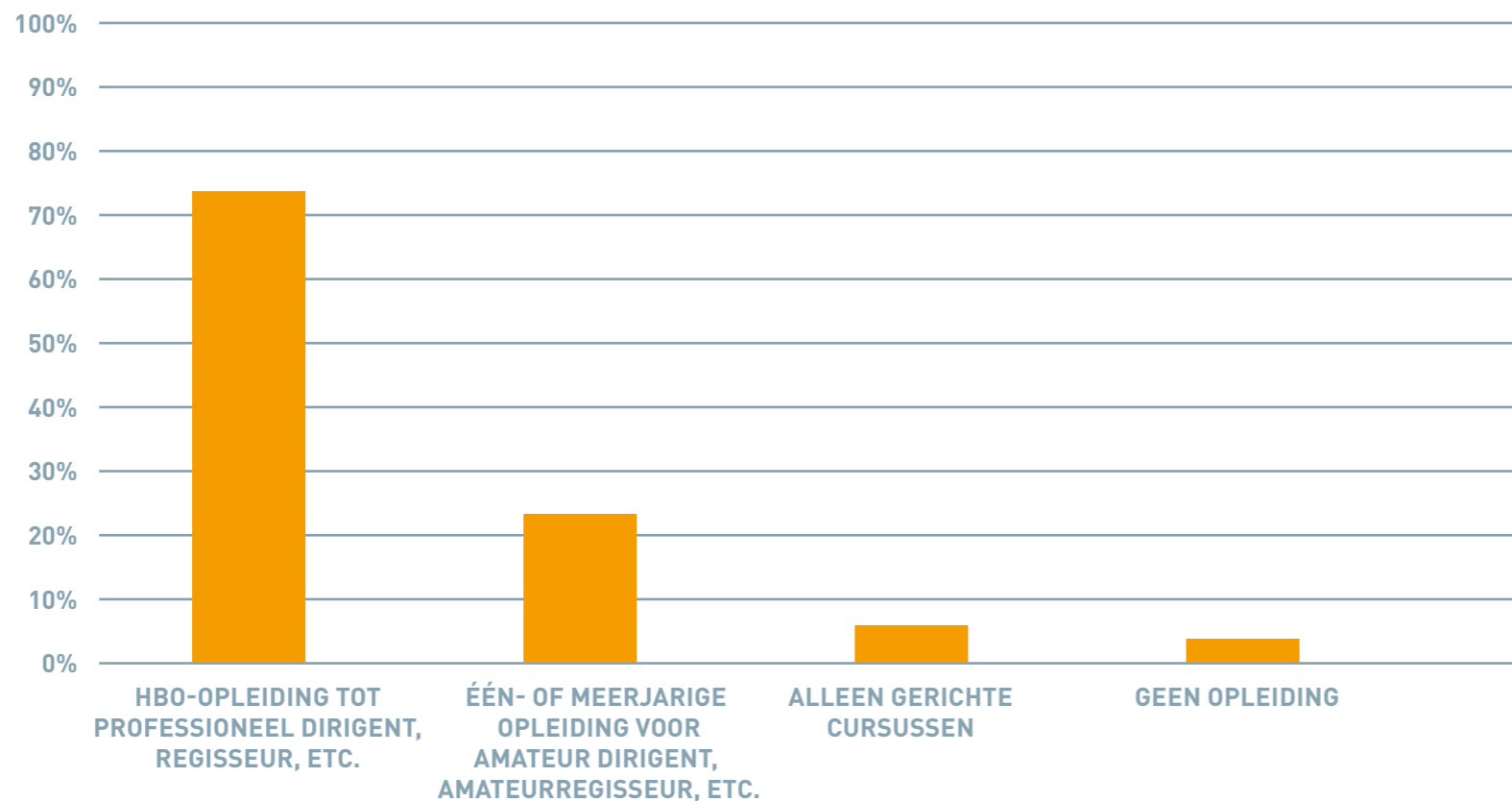
ARTISTIEK AANBOD

▶ ARTISTIEK BEGELEIDER

Ruim drie kwart van de verenigingen voor kunstbeoefening werkt met een betaalde artistiek begeleider. Ruim 70% van deze groep heeft een begeleider met een hbo-opleiding tot professioneel dirigent, regisseur, acteur, kunstenaar, musicus, choreograaf, docent, etc. En 21% maakt gebruik van een artistiek begeleider met een één- of meerjarige opleiding voor amateur-dirigent, amateurregisseur, etc. Slechts een heel kleine groep heeft een betaalde begeleider zonder artistieke opleiding.

De betaalde artistiek begeleiders met een hbo-opleiding vinden we vaker bij grote verenigingen en bij verenigingen in stedelijke regio's. Koren en muziekverenigingen werken meer met hbo-geschoolde begeleiders dan toneelverenigingen. Toneelverenigingen maken vaker gebruik van begeleiders zonder gerichte opleiding.

OPLEIDING BETAALDE ARTISTIEK BEGELEIDERS

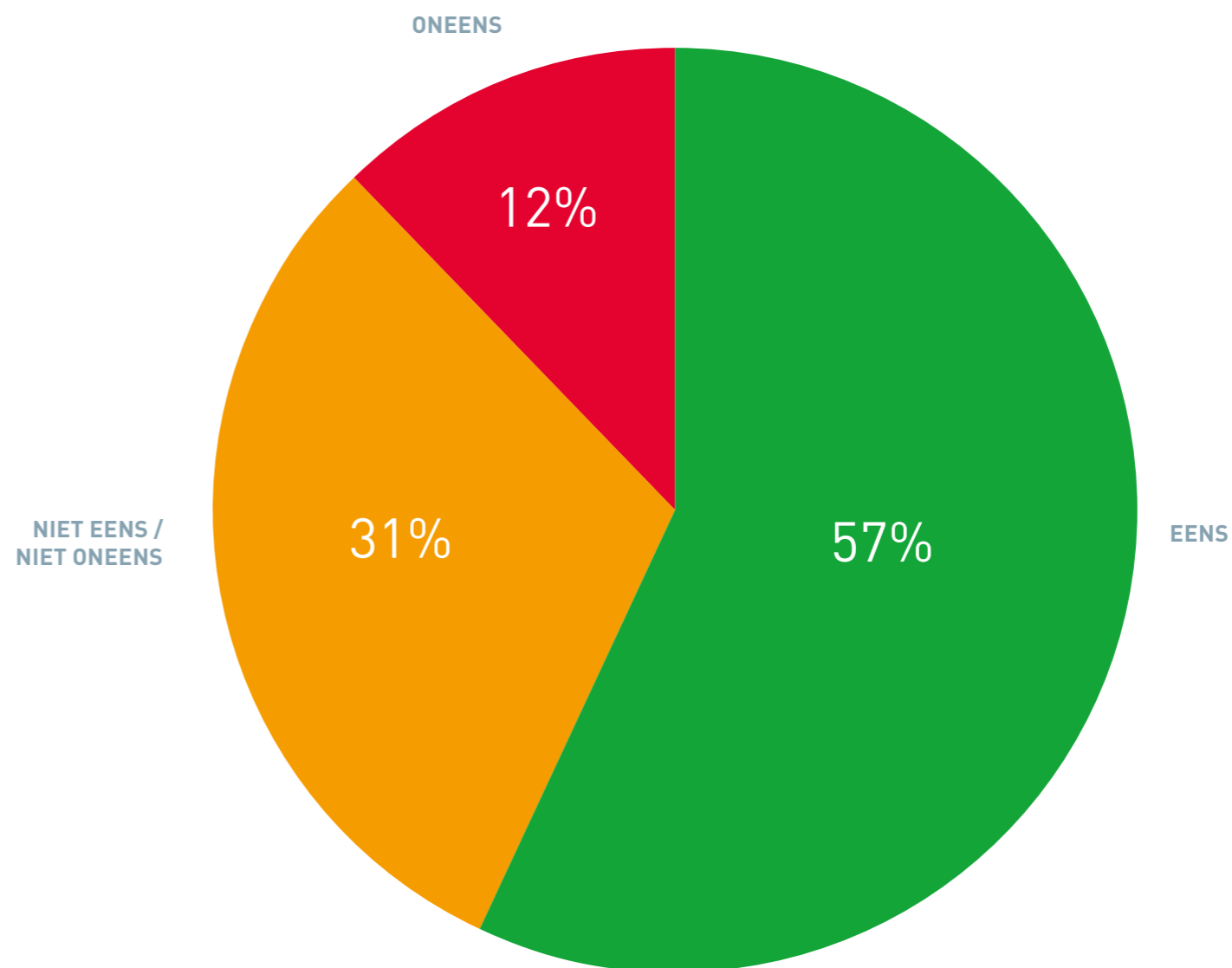


ARTISTIEK AANBOD

▶ INNOVATIE VAN HET AANBOD

De verenigingen voor kunstbeoefening gaven hun reactie op deze stelling: 'we zijn voortdurend actief met het vernieuwen van onze activiteiten'. Meer dan de helft geeft aan het hiermee (helemaal) eens te zijn. Bij een kleine groep (12%) is er niet of nauwelijks sprake van het voortdurend vernieuwen van de activiteiten.

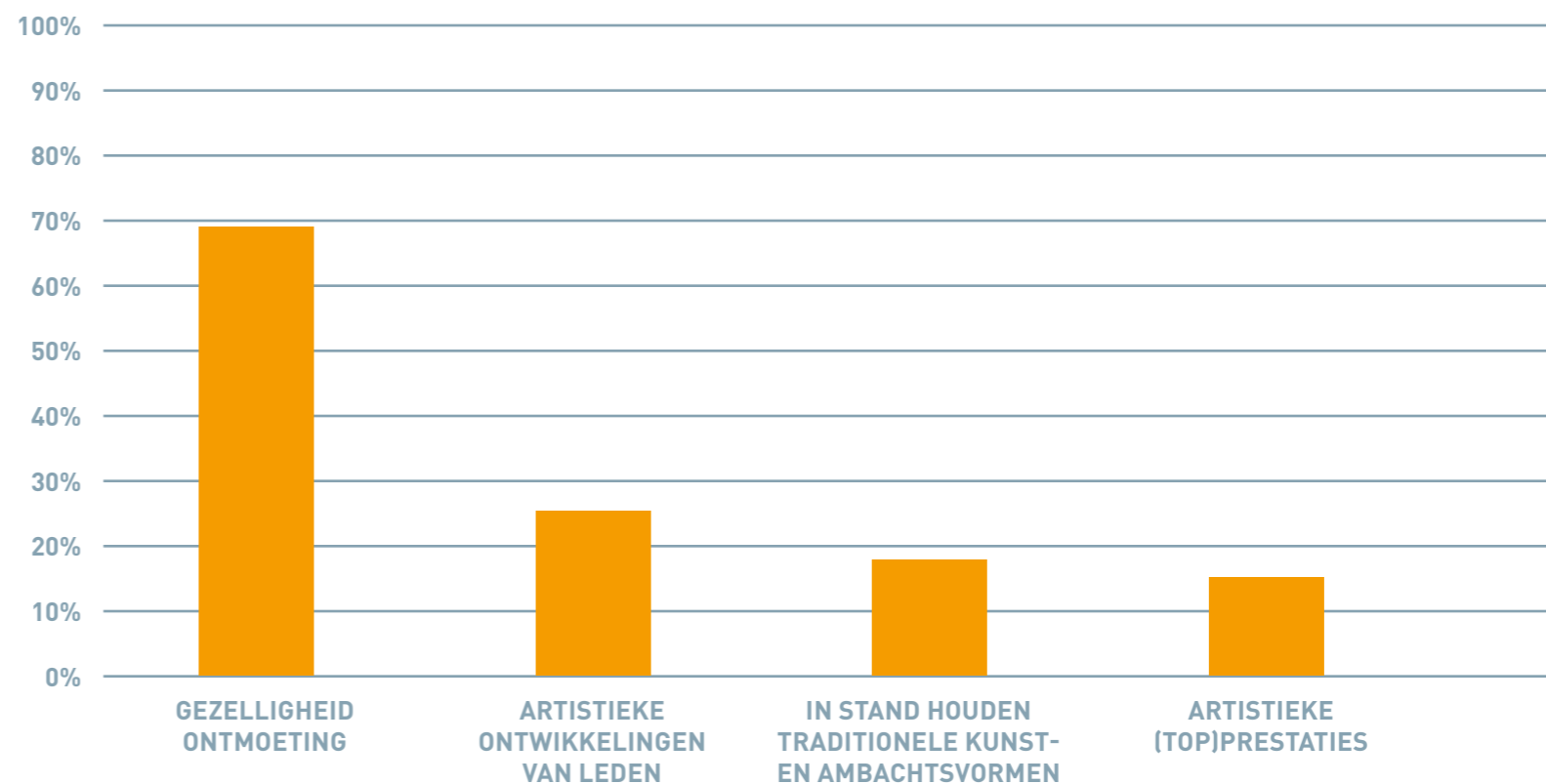
**IN HOEVERRE BENT U HET EENS MET DE STELLING:
DE VERENIGING IS VOORTDUREND ACTIEF MET HET VERNIEUWEN VAN HAAR ACTIVITEITEN.**



DOELEN

De meeste verenigingen voor kunstbeoefening hebben meerdere doelen met de activiteiten die zij organiseren. Er is wel een verschil in het belang dat zij hechten aan de verschillende doelen. Ruim twee derde van de verenigingen vindt gezelligheid en ontmoeting de belangrijkste doelstelling. De andere doelen, zoals artistieke ontwikkeling en prestaties, worden minder vaak als belangrijkste doelstelling gezien.

BELANGRIJKSTE DOEL



MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE

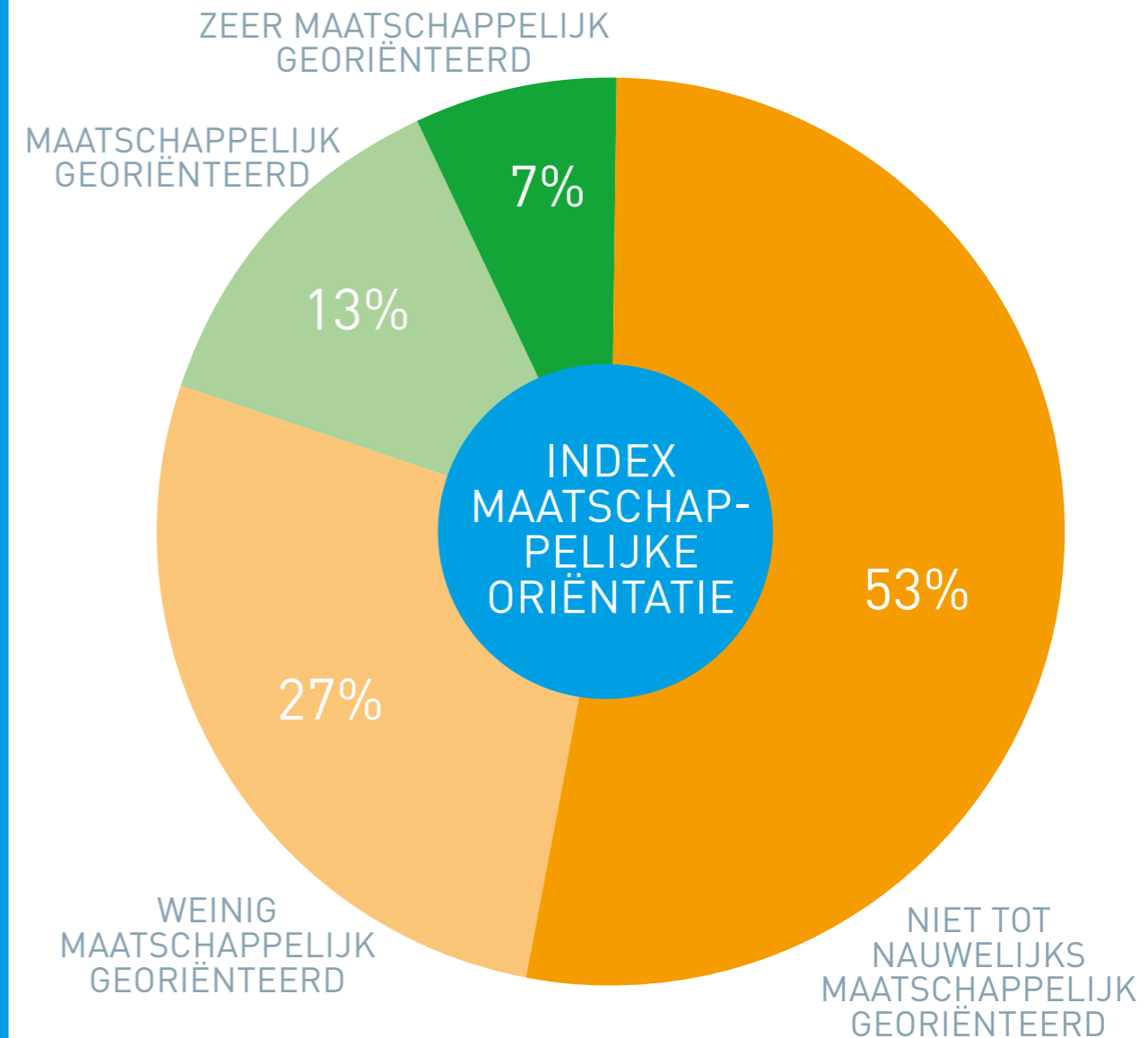
Onder maatschappelijke oriëntatie verstaan we de mate waarin verenigingen voor kunstbeoefening zich richten op maatschappelijke activiteiten of taken.

We noemen een vereniging zeer maatschappelijk georiënteerd wanneer ze voldoet aan de meeste of alle van deze criteria:

- de vereniging werkt met drie of meer partners samen, zoals scholen, buurt- en wijkorganisaties en andere culturele verenigingen of stichtingen
- de vereniging ontwikkelt voor twee of meer maatschappelijke thema's of speciale doelgroepen activiteiten, of is van plan die te ontwikkelen
- de vereniging is zeer actief met het organiseren van andere activiteiten dan het reguliere aanbod voor de leden

Meer dan de helft van de verenigingen is niet tot nauwelijks maatschappelijk georiënteerd. Een vijfde is wel (13%) tot zeer sterk maatschappelijk georiënteerd (7%).

Op de volgende pagina's lichten we de pijlers van maatschappelijke oriëntatie verder toe.



MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE

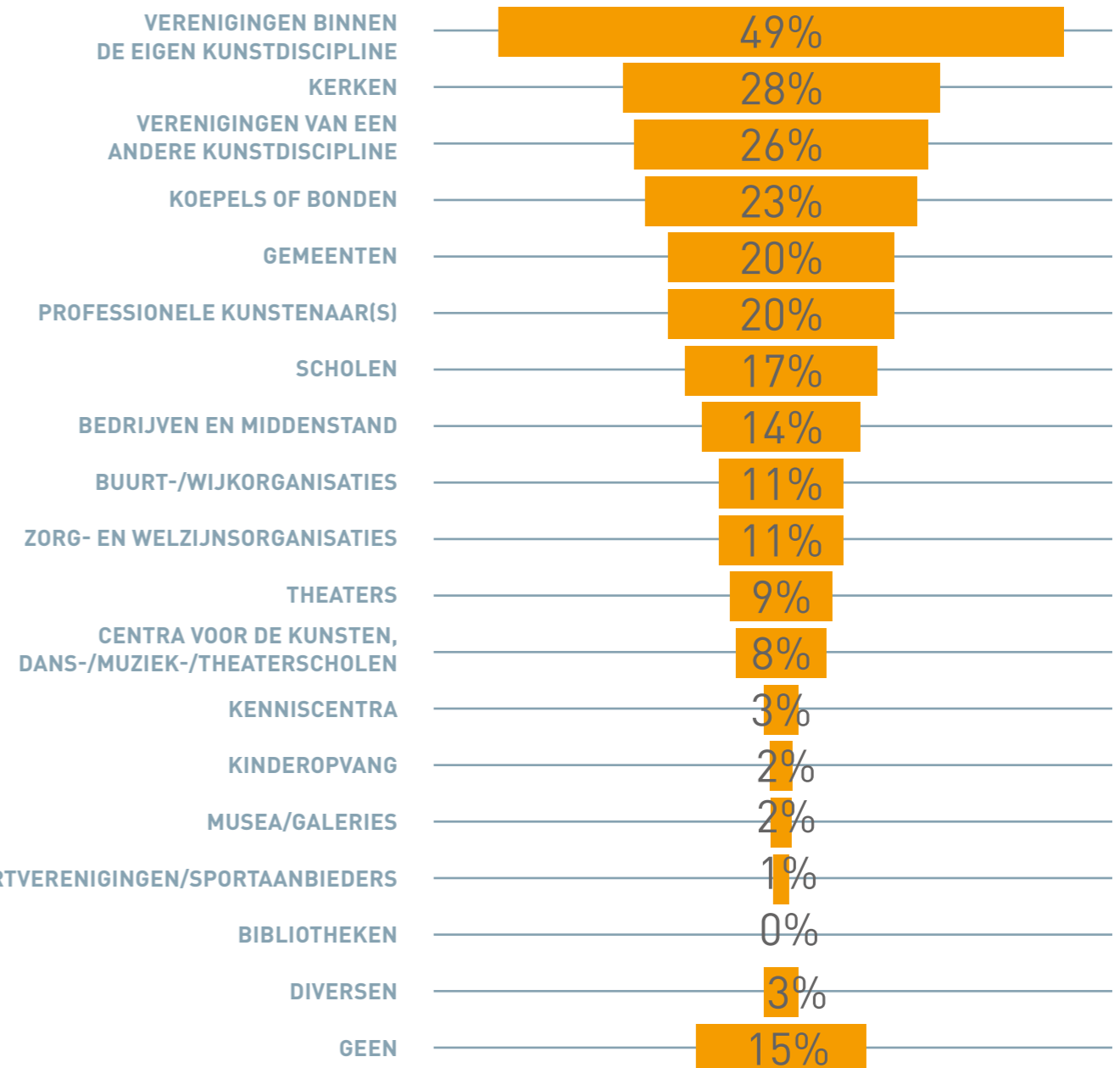
SAMENWERKING MET EXTERNE PARTIJEN

Een grote meerderheid van de verenigingen voor kunstbeoefening werkt samen met andere partijen. Slechts 15% doet dat helemaal niet. En 44% werkt zelfs samen met drie of meer partijen. We verstaan onder samenwerking het zich gezamenlijk en gelijkwaardig inzetten voor een bepaald doel.

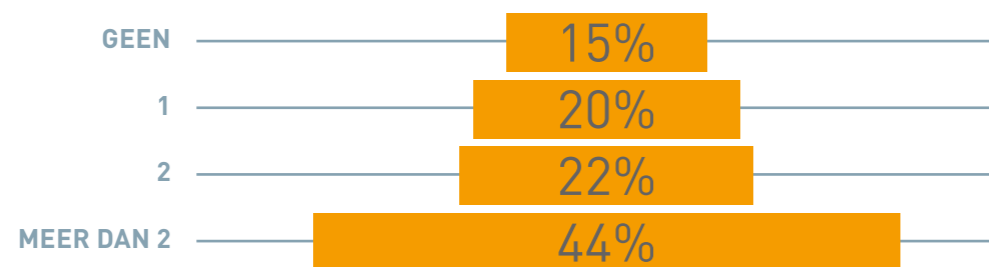
Verenigingen binnen de eigen kunstvorm worden het meest genoemd als partner. De helft van de verenigingen werkt hiermee samen. Andere veelgenoemde partijen zijn kerken (28%), verenigingen en stichtingen uit een andere kunstvorm (27%), koepels of bonden (23%), gemeenten (20%) en professionele kunstenaars (20%).

Hoe groter de vereniging, hoe groter het aantal externe partners. Ook zien we verschillen per kunstvorm. Zo lijken toneelverenigingen met minder partijen samen te werken dan de koren en muziekverenigingen. Met name de samenwerking tussen toneelverenigingen onderling gebeurt veel minder. Het samenwerken met scholen doen bijna alleen muziekverenigingen. Samenwerken met kerken, synagogen en moskeeën doen vooral koren en muziekverenigingen.

PERCENTAGE VERENIGINGEN DAT SAMENWERKT MET PARTNERS, PER PARTNER



AANTAL EXTERNE PARTIJEN WAARMEE VERENIGINGEN SAMENWERKEN

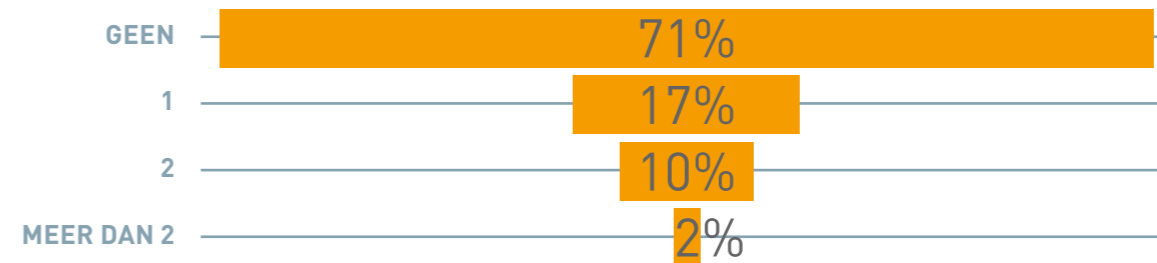


MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE

Een kleine 30% van de verenigingen voor kunstbeoefening organiseert gerichte activiteiten voor speciale doelgroepen of maatschappelijke thema's. Dan gaat het vooral om activiteiten voor of met ouderen (22% van de verenigingen doet dit), mensen met een beperking (9%) en mensen met een laag inkomen (5%).

BETROKKENHEID BIJ MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S

AANTAL MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S OF SPECIALE DOELGROEPEN
WAARVOOR VERENIGINGEN ACTIVITEITEN ONTWIKKELEN

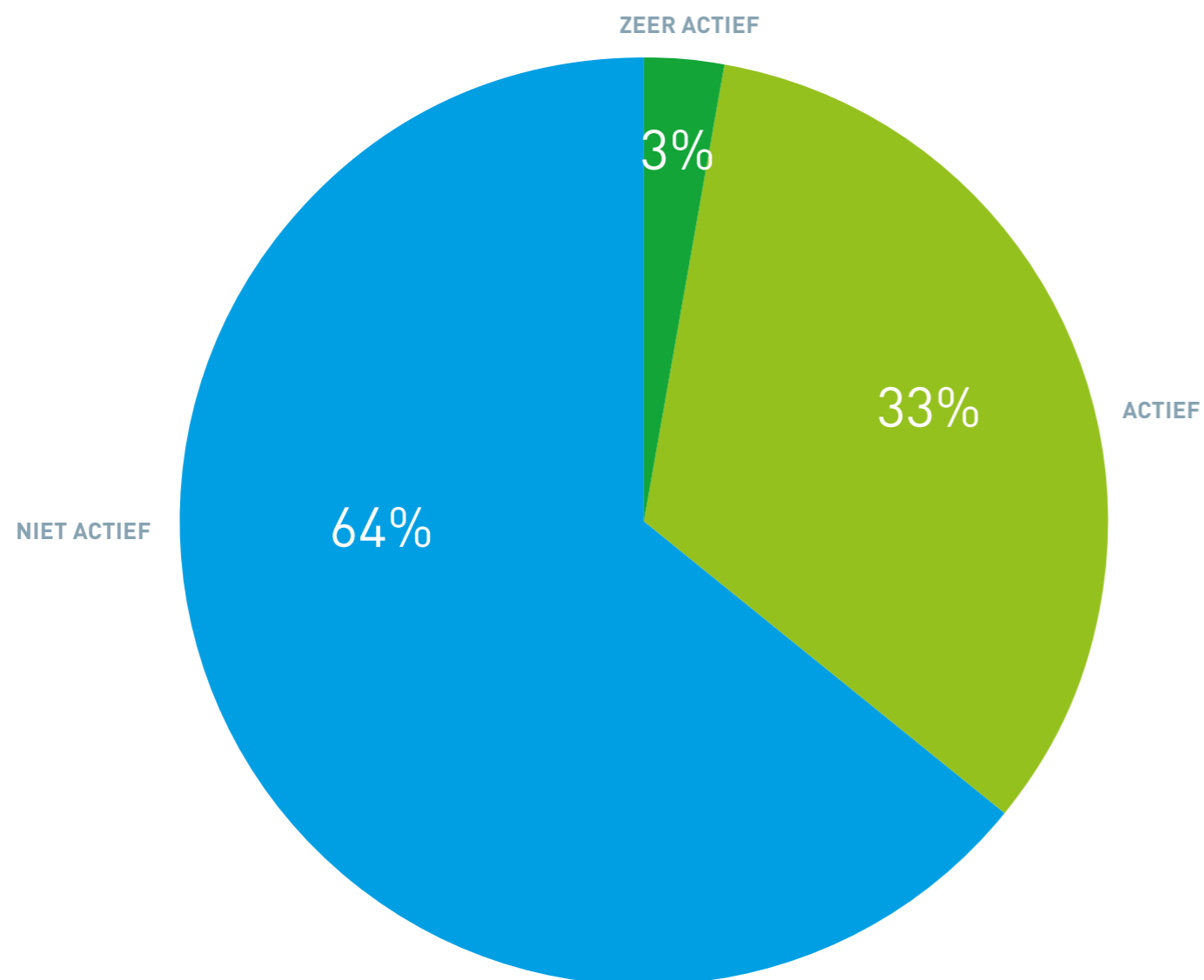


PERCENTAGE VERENIGINGEN DAT ACTIVITEITEN ONTWIKKELT VOOR
MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S OF SPECIALE DOELGROEPEN, PER THEMA
OF DOELGROEP



▶ AANVULLEND AANBOD

PERCENTAGE VAN VERENIGINGEN DAT ACTIEF IS MET HET ORGANISEREN
VAN EXTRA ACTIVITEITEN VOOR LEDEN



Verenigingen voor kunstbeoefening organiseren in eerste instantie de reguliere artistieke activiteiten voor hun leden, zoals repetities en optredens. Maar daarnaast organiseert ruim een derde extra activiteiten, zoals kampen, bingoavonden, ouder-kind-activiteiten en andere evenementen. Hoe groter de vereniging, hoe actiever in het organiseren van zulke aanvullende activiteiten.

SAMENVATTING EN CONCLUSIES

Verenigingen en stichtingen voor kunstbeoefening zijn een belangrijke voorziening voor de leden zelf, maar ook voor de bredere gemeenschap. De vele optredens, voorstellingen en exposities dragen bij aan de leefbaarheid van dorpen, wijken en steden. Ondanks de overtuiging van het belang ontbrak het aan onafhankelijke kennis over deze verenigingen in Nederland. En juist die kennis kan helpen om verenigingen te behouden en versterken. Op basis van de gegevens uit de VerenigingsMonitor 2018 trekken we drie conclusies:

- 1** De helft van de verenigingen is wat organisatiekracht betreft krachtig tot zeer krachtig. Zij zijn goed in staat om nu en in de toekomst artistieke activiteiten aan te bieden aan huidige en potentiële leden. Ruim een derde is weinig krachtig en 12% is kwetsbaar. De grootste knelpunten hebben alle te maken met organisatiekracht: geringe aanwas en vergrijzing van leden, afname van inkomsten uit subsidie, contributies en sponsoring, en moeite om geschikte bestuursleden te vinden.
- 2** Hoewel gezelligheid voor de meeste verenigingen de belangrijkste doelstelling is, is hun artistieke aanbod vaak ook sterk. Ze bieden de leden veel mogelijkheden om hun kunstzinnige activiteiten te beoefenen en zich daarin te ontwikkelen, vaak onder begeleiding van een hbo-opgeleide artistiek begeleider.
- 3** Een vijfde van de verenigingen richt zich op maatschappelijke activiteiten of taken. Zij werken veel samen met andere partners, ontwikkelen activiteiten rond maatschappelijke thema's of voor speciale doelgroepen, en organiseren andere activiteiten dan het reguliere aanbod. Maar de meeste verenigingen zijn niet tot weinig maatschappelijk georiënteerd.

Veel kunstbeoefenaars vinden bij de vereniging een plek om zich samen met anderen artistiek te ontwikkelen. Het beeld is dat deze voorziening de afgelopen jaren onder druk heeft gestaan, onder meer door

gemeentelijke bezuinigingen op de budgetten voor amateurkunst en door het dalen van de ledenaantallen. Voor een kwart van de verenigingen is financiën inderdaad een probleem. Uit dit onderzoek blijkt dat een daling van het ledenaantal bij een derde van de verenigingen het geval is. Wel geeft de meerderheid van de verenigingen (twee derde) aan dat een geringe aanwas en vergrijzing van leden een voortdurende zorg is. We zien dan ook dat verenigingen heel actief zijn in het werven van leden en in het vergroten van hun zichtbaarheid.

Een sterkere maatschappelijke oriëntatie biedt kansen voor verenigingen, zowel om de eigen positie te versterken (bijvoorbeeld richting subsidieverstrekkers, sponsors of fondsen), als om nieuwe leden te werven. Muziekverenigingen die bijvoorbeeld via de Impuls Muziekonderwijs samenwerken met een basisschool, genereren daarmee niet alleen inkomsten, maar ook nieuwe jonge leden. Vergrijzing van verenigingen, en van de samenleving, is een feit, maar uit de Monitor Amateurkunst blijkt tegelijkertijd dat juist kinderen steeds actiever worden op kunstzinnig en creatief gebied. Om die groep aan te spreken is het van belang het aanbod te blijven vernieuwen, iets wat ruim de helft van de verenigingen ook doet. Ook het organiseren van aanvullende activiteiten kan helpen om de vereniging interessant te maken voor nieuwe leden.

Veel verenigingen bestaan al lang – veruit de meeste langer dan 20 jaar – en tonen zich daarmee een duurzame en bestendige voorziening voor kunstbeoefening. Een voorziening die zich elke keer aanpast aan veranderende wensen van beoefenaars. Door dit monitoronderzoek elke drie jaar uit te voeren willen we een beeld schetsen over een langere periode en zo beter zicht krijgen op ontwikkelingen in deze sector. Deze informatie en trends helpen gemeenten, koepelorganisaties en ondersteunende instellingen bij het maken van nieuw beleid voor amateurkunst, zodat de vereniging ook in de toekomst een belangrijke voorziening voor kunstbeoefening blijft.

ONDERZOEKSOPZET EN VERANTWOORDING

Dit rapport bevat resultaten van de enquête die we in juni en juli 2018 hielden onder vrijwillige bestuursleden van verenigingen en stichtingen voor kunstbeoefening in Nederland. Overal in deze publicatie waar we het woord 'verenigingen' gebruiken, bedoelen we verenigingen én stichtingen voor actieve kunstbeoefening. In dit hoofdstuk leggen we uit hoe we het onderzoek hebben uitgevoerd.

Ontwikkeling van de vragenlijst

We hebben bij het ontwikkelen van de VerenigingsMonitor gebruik mogen maken van de vragenlijsten van de (sport)verenigingsmonitor van het Mulier Instituut, van de cultuurverenigingsmonitor van Keunstwurk en het Fries Sociaal Planbureau, en van de monitor vitaliteit amateurkunstorganisaties van Kunstloc Brabant en Pyrrhula Research Consultants. Cultuur Concreet, Cultuurmij Oost, Huis voor de Kunsten Limburg, Kunstloc Brabant, Platform Theater, Koornetwerk Nederland en de Koninklijke Nederlandse Muziek Organisatie (KNMO) hebben kritisch meegelezen met de vragenlijst.

De vragenlijst bevat voornamelijk gesloten vragen. Deze zijn geordend aan de hand van drie hoofdonderwerpen, waarvan de eerste twee corresponderen met de (sport)verenigingsmonitor van het Mulier instituut: organisatiekracht, maatschappelijke oriëntatie en artistiek aanbod.

Doelgroep en steekproef

De vragenlijst is uitgezet onder vrijwillige bestuursleden van verenigingen of stichtingen die mensen laten samenkomen om in hun vrije tijd kunstzinnig, creatief of muzikaal actief te zijn. Het gaat hierbij om het 'zelf maken' van kunst (dus zelf musiceren, toneel spelen, schilderen, schrijven, etc.). Het onderzoek richt zich niet op verenigingen waarin kunst uitsluitend 'ervaren' en/of besproken wordt, zoals leesclubs. Het richt zich ook niet op erfgoed- of gezelligheidsverenigingen, zoals de

historische kring of de carnavalsvereniging. En evenmin op informele groepen zonder rechtsvorm.

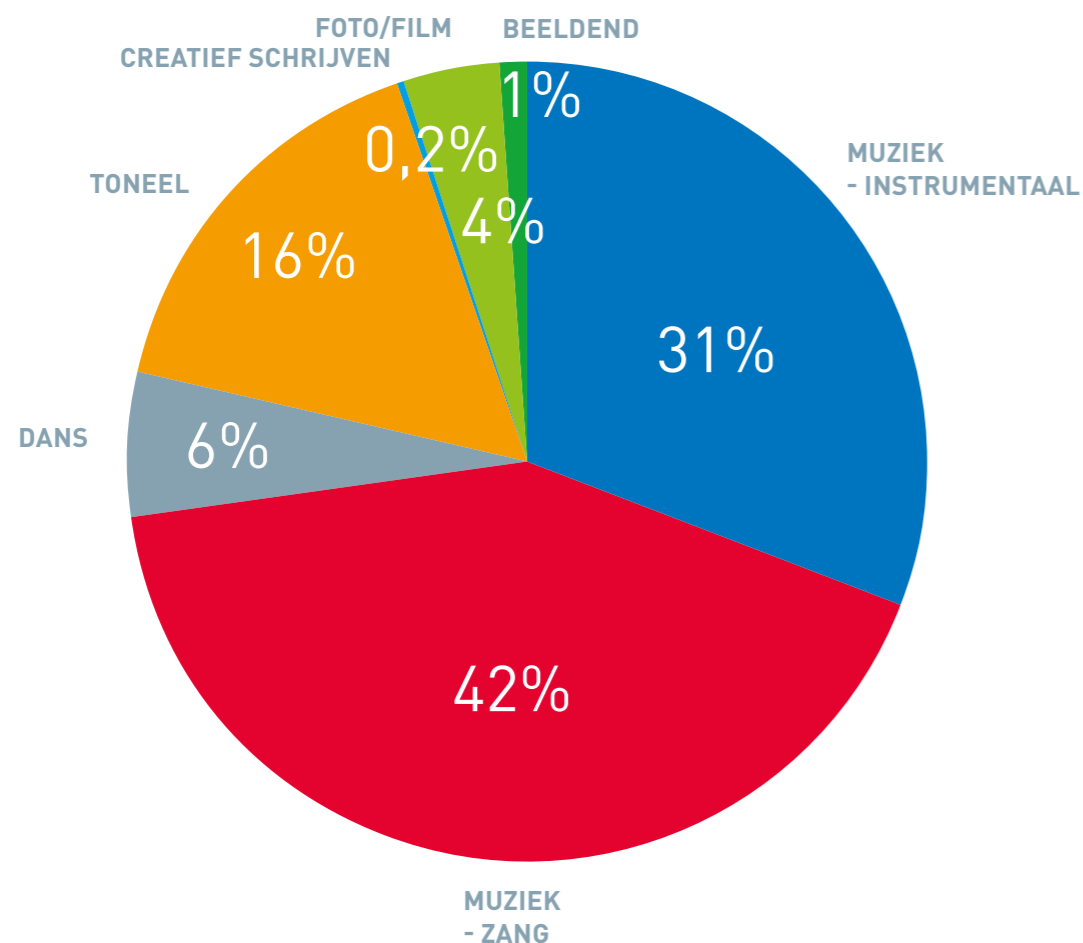
We hebben bestuursleden via twee kanalen uitgenodigd om aan het onderzoek deel te nemen: via een directe uitnodiging per brief en een open online oproep. Als incentive verlootten we onder alle deelnemende verenigingen en stichtingen twaalf Advies op Maattrajecten van de SESAM academie, per provincie een. De dataverzameling werd uitgevoerd door Kantar Public.

De uitnodigingen per brief hebben we verstuurd aan een steekproef uit het register van de Kamer van Koophandel. Het gaat om een registerbestand van verenigingen en stichtingen die zijn ingeschreven onder de SBI-codes 90011 (beoefening van podiumkunst), 9003 (schrijven en overige scheppende kunsten) en 94992 (hobbyclubs). Dit bestand bevat bijna 23.000 inschrijvingen, waarvan niet alle tot de doelgroep van dit onderzoek behoren. Nadat we deze uit het bestand hadden verwijderd, hielden we een kleine 10.000 verenigingen en stichtingen over. Deze verenigingen hebben we geordend naar provincie en kunstvorm (voor zover we dat konden achterhalen). Dit leidde tot de volgende schatting van de spreiding van het totaal aantal geregistreerde verenigingen en stichtingen over de provincies en kunstvormen.

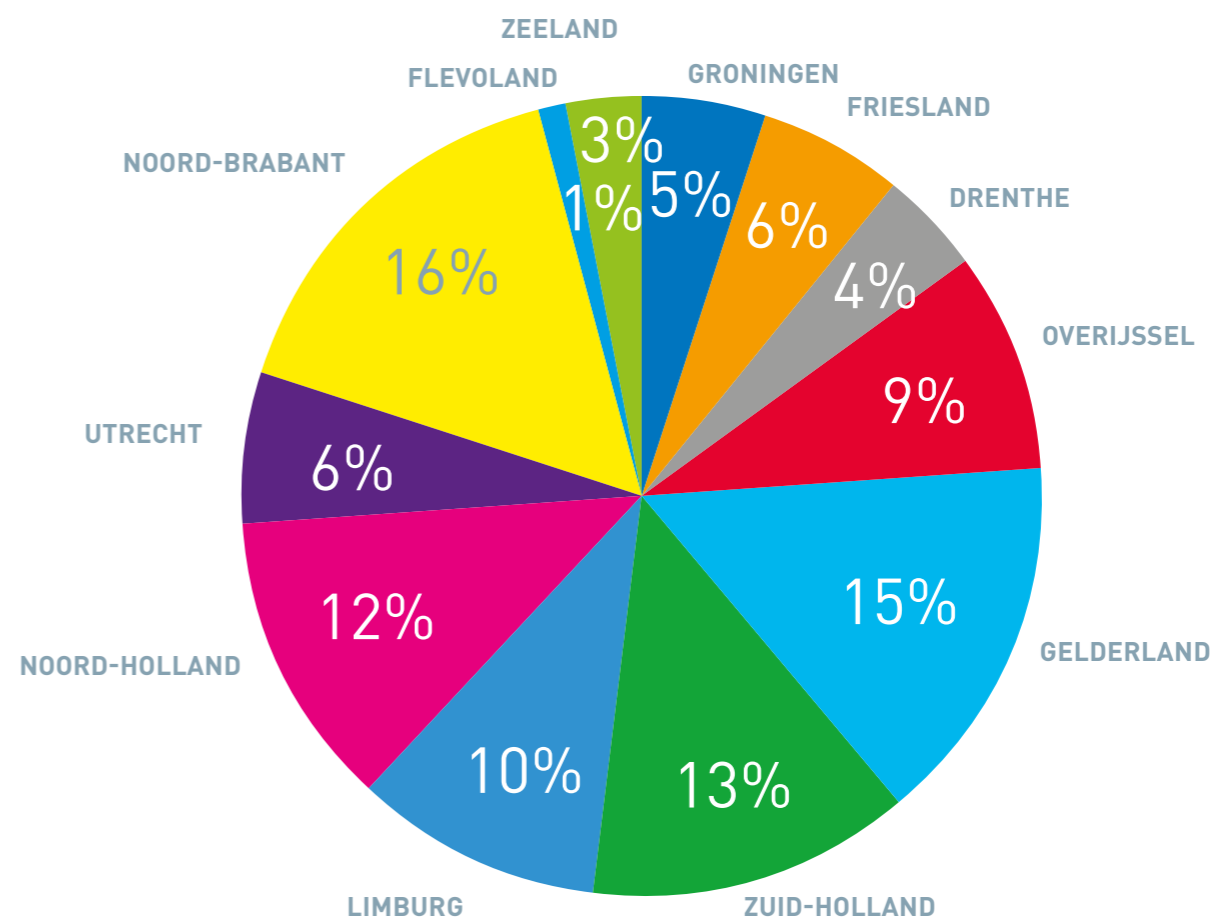
Zie de volgende pagina voor de grafieken hierover. >

ONDERZOEKSOPZET EN VERANTWOORDING

SCHATTING VERDELING VERENIGINGEN
OVER DE KUNSTVORMEN



SCHATTING VERDELING VERENIGINGEN
OVER DE PROVINCIES



ONDERZOEKSOPZET EN VERANTWOORDING

Op basis van deze schattingen van de verdeling van de verenigingen over kunstvormen en provincies hebben we een steekproef van 2.000 verenigingen getrokken die eenzelfde opbouw heeft. Omdat het KvK-bestand alleen postadressen bevat, hebben we deze 2.000 verenigingen per brief uitgenodigd om de vragenlijst – een bijgeleverde papieren versie of digitaal via de persoonlijke link – in te vullen. We zijn ons ervan bewust dat niet alle verenigingen staan ingeschreven bij de KvK, en dat we die niet via deze manier voor het onderzoek hebben kunnen uitnodigen. Daarnaast hebben we verenigingen en stichtingen via een open online oproep uitgenodigd om aan het onderzoek deel te nemen. Deze oproep is verspreid via websites, sociale media en nieuwsbrieven van onszelf en partners in het onderzoek.

Respons

In totaal hebben 850 verenigingen en stichtingen aan het onderzoek deelgenomen. Daarvan bleken 21 vragenlijsten niet bruikbaar, omdat de respondent niet tot de doelgroep behoorde of omdat er onvoldoende vragen waren beantwoord. Ervan uitgaande dat de populatie zo'n 10.000 geregistreerde verenigingen en stichtingen omvat, berekenden we dat we bij een foutenmarge van 5% en een betrouwbaarheidsniveau van 95% een respons van 400 verenigingen moesten behalen om een representatief beeld te kunnen geven van de sector. Die respons hebben we alleen al via de gerichte uitnodiging verkregen (N (netto)=427). De open oproep leverde nog eens 402 bruikbare ingevulde vragenlijsten op. De respons die via de gerichte uitnodiging is verkregen vertoont een goede spreiding over kunstvormen en provincies, de respons via de open oproep minder. Bovendien zien we dat verenigingen die via de open oproep hebben gereageerd (positief) afwijken van het gemiddelde van de steekproef: zij lijken op veel vlakken actiever. We hebben ervoor gekozen om de data die via de steekproef zijn verkregen te gebruiken voor deze publicatie, omdat die ons in staat stellen een representatief beeld van de sector te geven.

Die respons is echter te laag om uitsplitsingen te maken naar kunstvorm en provincie. We kunnen wel een beeld geven, met name voor muziek-, toneelverenigingen en koren omdat de respons daarvoor redelijk is (N=70 of hoger), maar claimen niet dat onze data voor deze kenmerken representatief zijn. Voor aanvullende analyses per provincie en kunstvorm, die we op maat voor belanghebbenden zullen maken, vullen we de data uit de steekproef voor de betreffende deelpopulatie aan met de data die we verkregen via de open oproep.

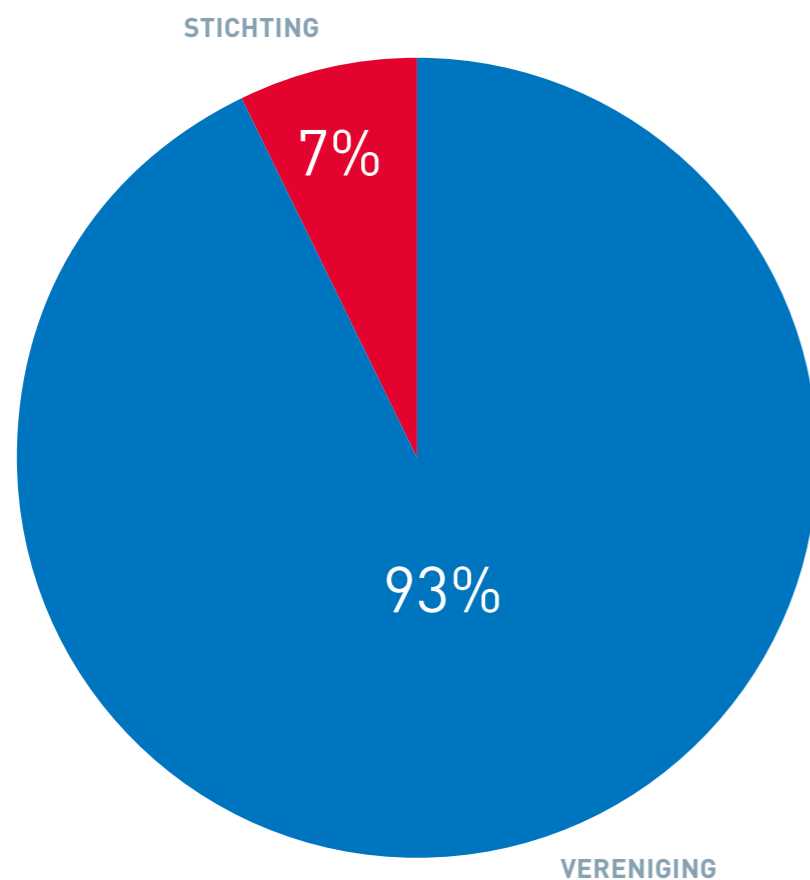
Zie de volgende pagina voor de responsgrafieken. >



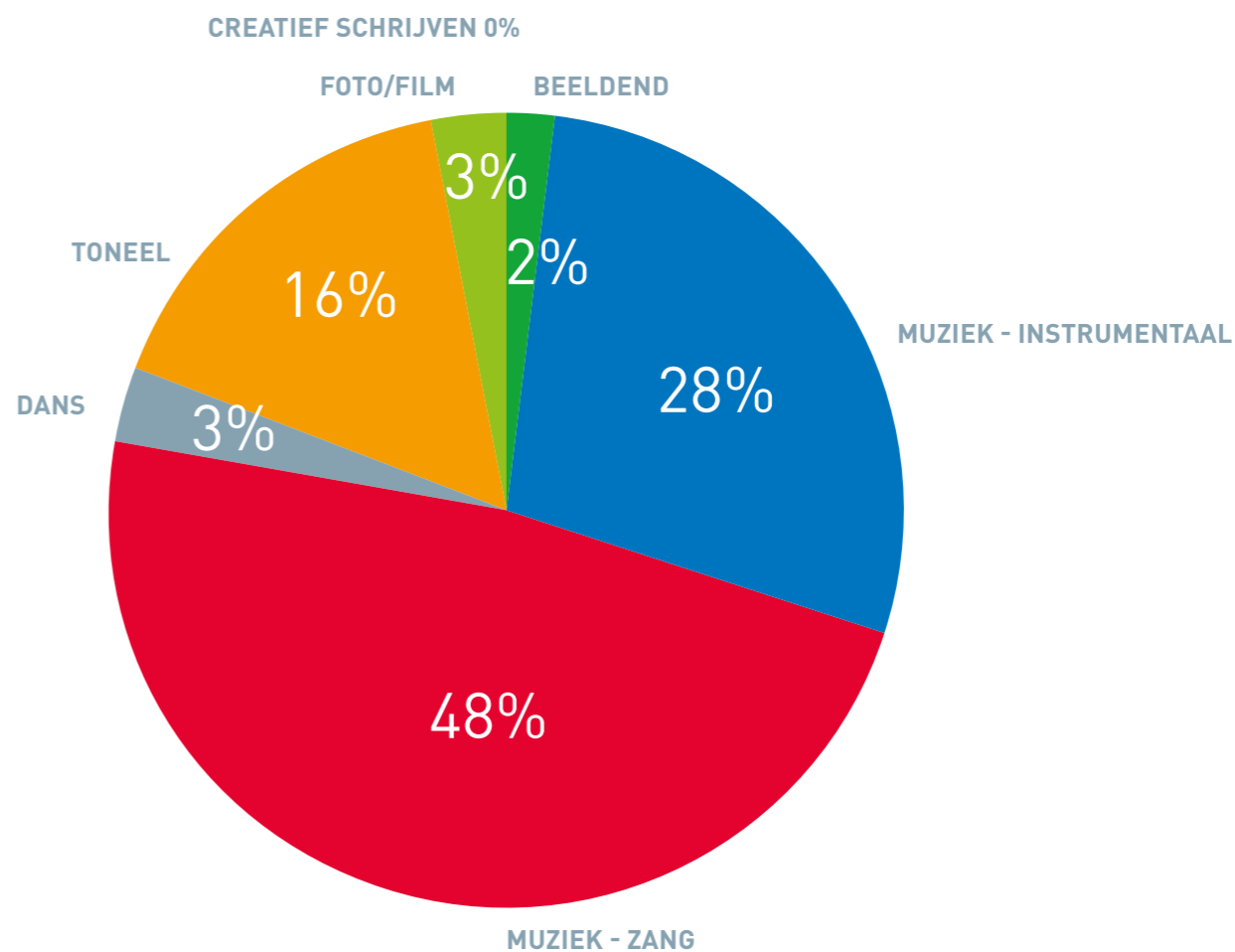
ONDERZOEKSOPZET EN VERANTWOORDING

DE RESPONS DIE WE VOOR DEZE PUBLICATIE HEBBEN GEBRUIKT
(N=427) IS ALS VOLGT OPGEBOUWD:

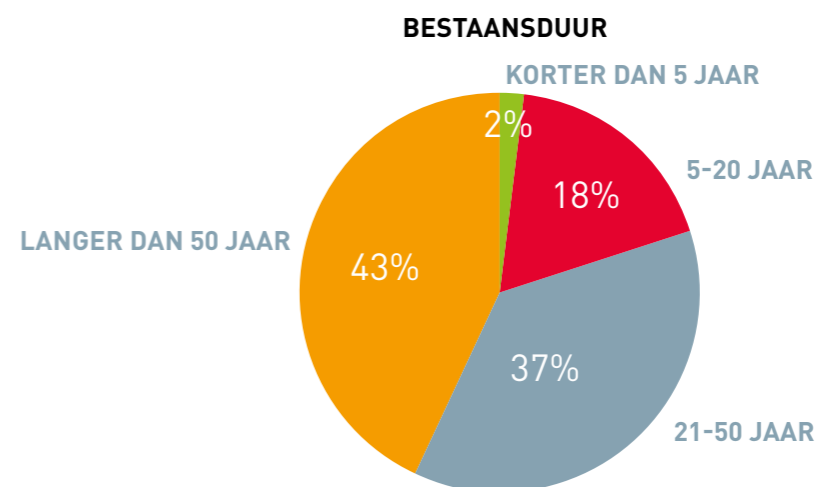
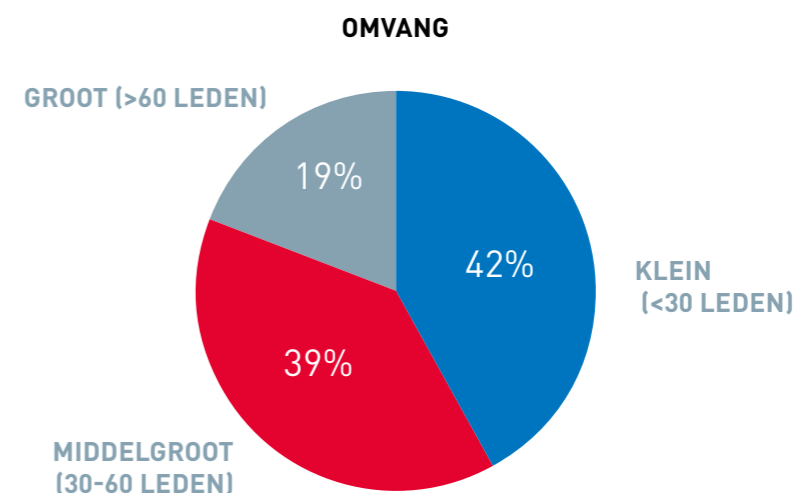
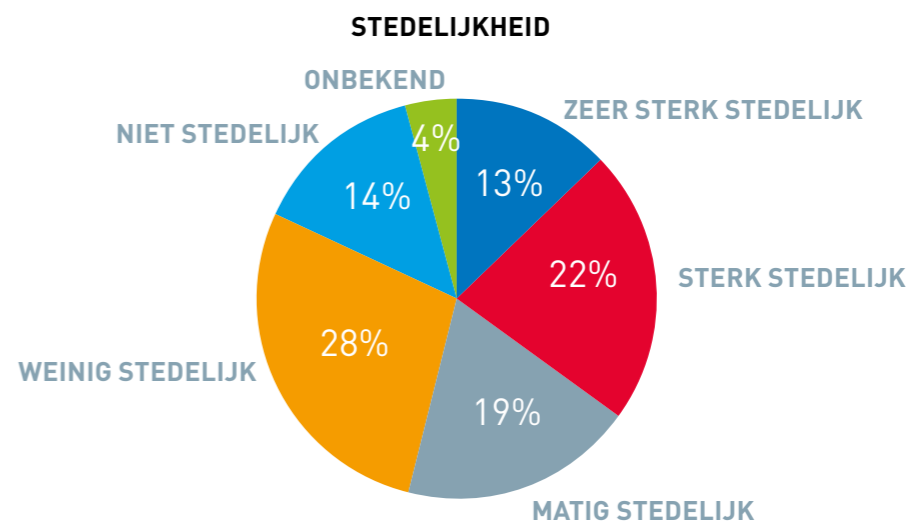
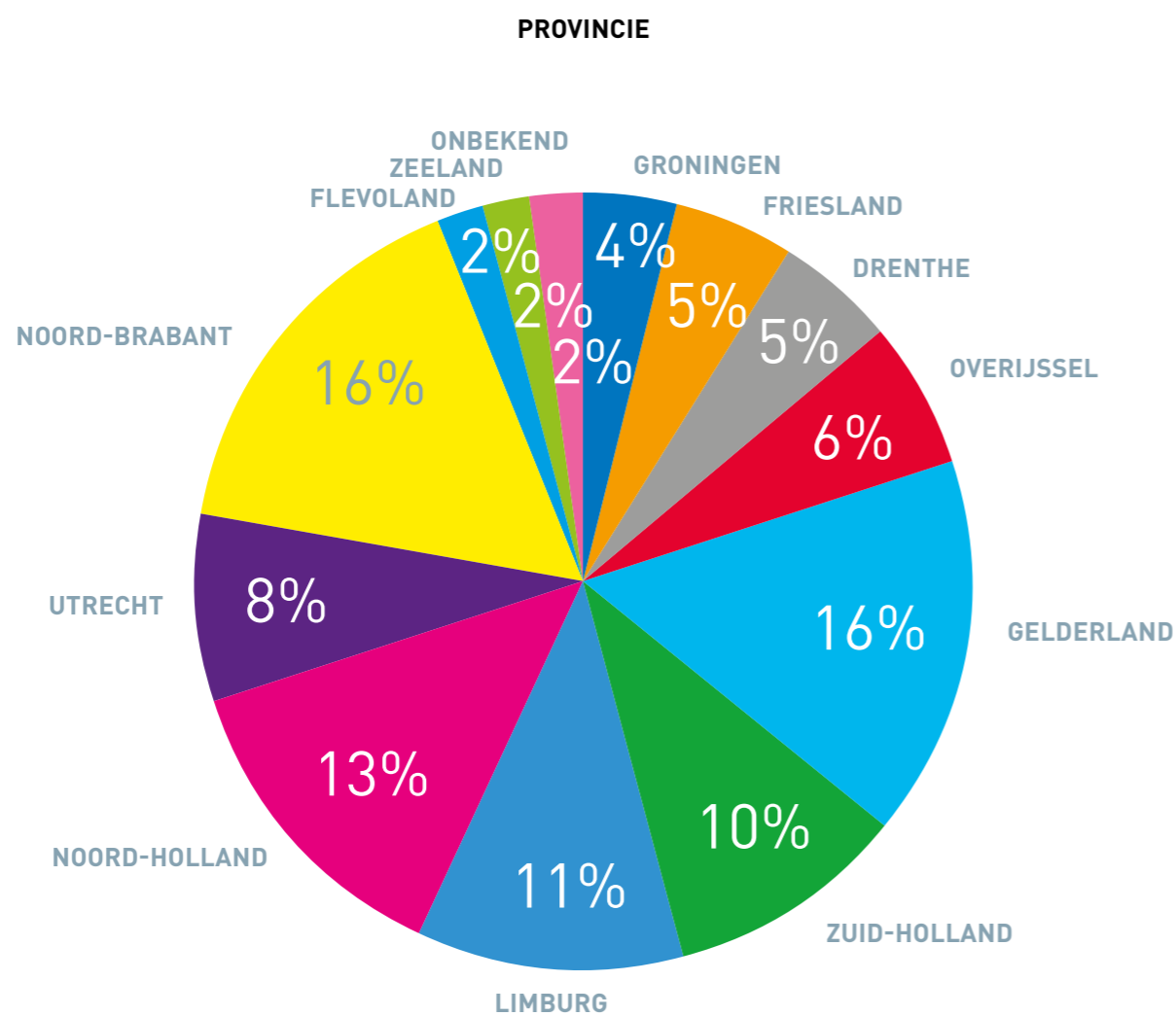
STICHTING OF VERENIGING



KUNSTVORM



ONDERZOEKSOPZET EN VERANTWOORDING



ONDERZOEKSOPZET EN VERANTWOORDING

Analyse

De analyse die we hebben uitgevoerd voor deze publicatie is beschrijvend van aard. In het geval van verschillen hebben we middels Chi-kwadraattoetsen geanalyseerd of die significant zijn. We vermelden alleen significante verschillen. Wanneer we verschillen tussen kunstvormen analyseerden, voegden we verenigingen voor beeldende activiteiten, dans, foto en film samen in de categorie 'overige', omdat de respons voor deze soorten verenigingen te laag was. In dit onderzoek gingen we uit van een significante uitkomst als de kans op toeval kleiner is dan vijf procent ($p < .05$).

Voor de indexen organisatiekracht, artistiek aanbod en maatschappelijke oriëntatie hebben we een berekeningswijze ontwikkeld, vergelijkbaar met die van de (sport)verenigingsmonitor van het Mulier instituut, die verenigingen per thema in vier categorieën indeelt:

Organisatiekracht	Artistiek aanbod	Maatschappelijke oriëntatie	Aantal punten
Kwetsbaar	Gering	Niet tot nauwelijks maatschappelijk georiënteerd	0-40
Weinig krachtig	Matig	Weinig maatschappelijk georiënteerd	41-59
Krachtig	Sterk	Maatschappelijk georiënteerd	60-79
Zeer krachtig	Zeer sterk	Zeer maatschappelijk georiënteerd	80-100

De drie indexen zijn gekoppeld aan vragen (zoals beschreven in de hoofdstukken 'organisatiekracht', 'artistiek aanbod' en 'maatschappelijke oriëntatie'). De antwoordcategorieën van die vragen hebben we gekoppeld aan scores. Per index kon een vereniging maximaal 100 punten scoren.

Vervolg

De intentie is om dit monitoronderzoek herhaaldelijk, om de drie jaar, uit te voeren, zodat we beter zicht krijgen op ontwikkelingen in deze sector.



DANKWOORD

We hebben de VerenigingsMonitor uitgevoerd in samenwerking met Vrijdag, Keunstwurk, Stichting Kunst & Cultuur, De Kubus/CAF, Cultuurmij Oost, Zimihc, CultuurSchakel, Cultuur Concreet, Kunstloc Brabant, Huis voor de Kunsten Limburg, de Nederlandse Organisatie van Audiovisuele Amateurs, Platform Theater, het Nederlands Verbond van Mandoline Orkesten, het Landelijk Overleg Studenten Theaterverenigingen, Koornetwerk Nederland en de Koninklijke Nederlandse Muziek Organisatie.

We hebben bij het ontwikkelen van de VerenigingsMonitor gebruik mogen maken van de vragenlijsten van de verenigingsmonitor van het Mulier Instituut, van de cultuurverenigingsmonitor van Keunstwurk en het Fries Sociaal Planbureau, en van de monitor vitaliteit amateurkunstorganisaties van Kunstloc Brabant en Pyrrhula Research Consultants. Hans Mariën (IVAdata) dacht mee over de methodologie. Kantar Public voerde het veldwerk uit. Meer dan 800 vrijwillige bestuursleden van verenigingen en stichtingen hebben de moeite genomen om de vragenlijst in te vullen. In samenwerking met de SESAM academie hebben we onder de deelnemers twaalf Advies op Maattrajecten verloot.

We willen deze partners en alle verenigingen en stichtingen die hebben deelgenomen aan het onderzoek heel hartelijk bedanken.

Arno Neele en Zoë Zernitz
LKCA

COLOFON

Verenigingen voor kunstbeoefening in cijfers. *VerenigingsMonitor 2018*

Heb je vragen of opmerkingen? Wil je in gesprek over de resultaten van de VerenigingsMonitor? Wil je een presentatie van de resultaten in jouw organisatie of netwerk? Neem gerust contact op.

Auteurs

Arno Neele – ArnoNeele@lkca.nl

Zoë Zernitz – ZoeZernitz@lkca.nl

Eindredactie

Ralf Steenbeek

Productiebegeleiding

Miriam Schout

Vormgeving

Taluut

Uitgever

Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst (LKCA)

Lange Viestraat 365

Postbus 452

3500 AL Utrecht

030 711 51 00

info@lkca.nl

www.lkca.nl

© LKCA Utrecht, januari 2019