

# Publiek reist beperkt naar de podiumkunsten

De overheid bezuinigt de komende jaren 200 miljoen euro op de podiumkunsten. Het ligt in de verwachting dat het aantal gesubsidieerde gezelschappen door opheffing of fusies krimpt, de omvang per gezelschap afneemt of dat de gezelschappen minder gaan reizen. Met minder reizen daalt het publieksbereik sterk.

**T**raditiegetrouw reizen toneel-, dans- en operagezelschappen door het land om in grote en middelgrote plaatsen op te treden. Dit in tegenstelling tot in landen in bijvoorbeeld Midden- en Oost-Europa waar schouwburgen eigen gezelschappen hebben die het gehele jaar in eigen huis voorstellingen verzorgen. Het reizen is ontstaan doordat Nederland nooit een centralistisch land is geweest waar de hoofdstad en het hof het centrum waren van de kunsten. En de korte afstanden in Nederland maken het reizen minder duur dan in grote landen. Niet elk gezelschap is gelukkig met de reisverplichting van de overheid. De bezuinigingen kunnen leiden tot afzwakking van deze verplichting die dient om cultuurspreiding in Nederland te waarborgen.

Het reizen van voorstellingen brengt transport-, op- en afbouw-, en extra marketingkosten met zich mee. Het beperkt een gezelschap in zijn technische en artistieke mogelijkheden, maar men bereikt een groter publiek. Als ergens twee regionale orkesten fuseren zal de vraag rijzen of het fusieorkest de som van steden blijft aandoen of een selectie ervan. Dezelfde vraag doet zich in allerlei varianten voor bij toneel-, opera- en dansgezelschappen. Elk goed en elke dienst heeft een eigen reikwijdte ofwel een eigen afstand die de consument bereid is te reizen (Christaller, 1933 in: Baskin, 1966). Met de centrale-plaatsentheorie van Christaller kan op basis van kennis over de reisbereidheid van publiek naar gesubsidieerde en ongesubsidieerde voorstellingen inzicht worden verkregen in de gevolgen voor publieksbereik wanneer wordt besloten gesubsidieerde podiumkunsten op minder plaatsen in het land aan te bieden. Voor producenten van ongesubsidieerde voorstellingen geven de resultaten inzicht in de vraag of het bedrijfseconomisch beter is voorstellingen op verschillende of op een enkele centrale plaats op te voeren. Aan het onderzoek naar reisbereidheid hebben zeven podia hun medewerking verleend. Dit zijn drie podia met een landelijk karakter: Koninklijk Theater Carré (Amsterdam), Het Concertgebouw (Amsterdam) en het Circustheater (Scheveningen), en vier podia met een regionaal karakter: Orpheus

(Apeldoorn), Martiniplaza (Groningen), Chassé Theater (Breda) en Luxor (Rotterdam). Beschikt kon worden over de postcodes van bijna twee miljoen bezoekers en 13.783 afstanden van postcode naar een theater of concertzaal.

## Herkomst publiek regionaal niveau

Een eerste indicatie van de reisbereidheid voor podiumkunsten wordt afgeleid uit de herkomst van het publiek in een zaal met een regionaal verzorgingsgebied. In figuur 1 is de herkomst weergegeven van publiek in het Chassé Theater in Breda van september 2009 tot en met augustus 2010. Opvallend is de kleine reikwijdte van dans, klassieke muziek, toneel en opera in verhouding tot musical. Dit terwijl in Breda veel hoogwaardige gezelschappen uit de basisinfrastructuur (BIS) optreden. Dit zijn gezelschappen die voldoen aan specifieke vereisten en doelstellingen van de rijksoverheid met betrekking tot artistieke kwaliteit, geografische spreiding, grootschalig aanbod en publieksbereik. Komt het publiek voor musical in Breda voor 75 procent uit een gebied tot circa 42 kilometer rond het theater, bij de andere genres is dit gemiddeld 17 kilometer. Eerder onderzoek (Verhoeff, 1993) toont aan dat 75 procent van het theaterpubliek binnen een straal van dertien kilometer woont. De reikwijdtes blijken voor alle genres groter dan door Verhoeff gevonden. Het is aannemelijk dat andersoortige voorstellingen in beide onderzoeken en de toename van de mobiliteit van de bevolking in de afgelopen twintig jaar hieraan ten grondslag liggen. In absolute termen wijzen beide onderzoeken uit dat bezoekers geen grote afstanden afleggen voor het bezoeken van een voorstelling. Het verschil in herkomst van publiek tussen musical en andere genres hangt vermoedelijk samen met de eigen artistieke kenmerken en de marketing van musical. Marketing van musical kent voornamelijk een landelijke aanpak met veel samenwerking met media, grote budgetten en landelijk bekende musicalsterren, en is daarmee wezenlijk anders dan die van andere genres. Door deze landelijke aanpak is het eenvoudiger de reisbereidheid van het publiek te vergroten.

## Reisbereidheid

Het onderzoek naar reisbereidheid van bezoekers aan het Chassé Theater in Breda geeft inzicht in de herkomst van het publiek maar houdt geen rekening met verschillen in bevolkingsdichtheid. Het meewegen van deze variabele geeft meer inzicht in de

### CEES LANGEVELD

Bijzonder hoogleraar aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en directeur van het Chassé Theater in Breda

### MARCEL VAN STIPHOUT

Marketeer van het Chassé Theater in Breda

relatie tussen afstand en de bereidheid een voorstelling te bezoeken.

Op basis van postcodes van bezoekers voor de theaters in Apeldoorn, Breda, Groningen en Rotterdam is voor drie grootschalige musicals de penetratiegraad bepaald aan de hand van het aantal kaarten per 1000 inwoners per postcodegebied. Gekozen is voor musical omdat hier vanwege de grote reikwijdte, de hoge kosten per voorstelling en de grote omvang van het publiek, de grootste winst kan worden behaald bij een uitgekende verdeling over Nederland. De analyse is voor gesubsidieerd aanbod in het verzorgingsgebied van zeventien kilometer achterwege gelaten, omdat een globale analyse leerde dat de reikwijdte hiervan in de andere steden niet afwijkt van Breda en op deze korte afstand de indeling van viercijferige postcodes te grofmazig is voor een zinvolle analyse.

Reisbereidheid is de penetratiegraad gerelateerd aan de afstand tot het theater. Voor musical in regionale zalen is het resultaat te zien in figuur 2. Te zien is dat de reisbereidheid snel daalt. Worden dicht bij het theater per 1000 inwoners circa tien kaarten gekocht, op twintig kilometer afstand is dit aantal gehalveerd. Op veertig kilometer afstand is de kaartverkoop wederom gehalveerd.

### Landelijk niveau

De reisbereidheid van bezoekers voor podiumkunsten neemt dus gemiddeld sterk af. Dit geeft aanleiding om te veronderstellen dat het publieksbereik meer wordt aangetast door het verminderen van het aantal speelplekken dan door het verminderen van het aantal voorstellingen per speelplek. Toch gaat deze conclusie wellicht niet op voor alle locaties en podiumkunsten. Het Circustheater bijvoorbeeld presenteert musicals die niet op een andere plek in Nederland worden opgevoerd en wekt de indruk dat publiek uit het gehele land naar het Circustheater in Scheveningen reist.

Uit figuur 3 blijkt dat de penetratiegraad van het Circustheater op een hoger niveau ligt dan die van regiotheaters in figuur 2. Het ligt ook hoger dan die van Koninklijk Theater Carré en Het Concertgebouw. Het klopt derhalve dat publiek van verder bereid is naar Scheveningen te reizen. Maar ook hier wordt een dalende reisbereidheid waargenomen. Dat is logisch, want hoe verder weg hoe hoger de reiskosten en hoe groter het tijdsbeslag. Beleidsmakers kunnen het Circustheater niet als voorbeeld nemen voor de stelling dat het voor gesubsidieerde kunstinstellingen met grote marketinginspanningen zou lukken publiek in gelijke mate uit geheel Nederland te trekken. Een conclusie die wordt onderschreven door Het Concertgebouw. Ook dat heeft de naam publiek uit heel Nederland te trekken, maar in werkelijkheid komt verreweg het grootste deel uit de directe omgeving.

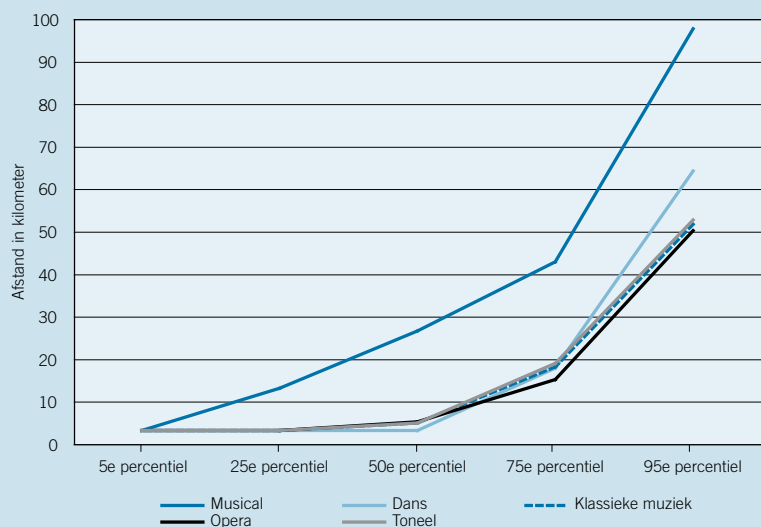
Er kunnen andere variabelen dan afstand een rol spelen bij verschillen in reisbereidheid. Bij verschil in afstand zouden inkomen en nut kunnen verschil-

len. Hoewel er inkomensverschillen in Nederland zijn, lijkt het niet waarschijnlijk dat die verschillen zich manifesteren op gelijke afstand van Scheveningen, terwijl nutverschillen op gelijke afstand van Scheveningen er evenmin lijken te zijn. Zo laat vergelijking van kaartverkoop per inwoner rond Breda en Groningen zien dat hier geen verschil kan worden geconstateerd in de mate waarmee de reisbereidheid van bezoekers afneemt met de afstand. Zowel van het musicalpubliek in Breda als van dat in Groningen woont voor vergelijkbare voorstellingen 75 procent binnen een straal van 42 kilometer rond het theater.

Afstand blijkt een belangrijke verklaring te zijn voor verval in kaartverkoop. De correlatie voor het Circustheater tussen het aantal verkochte kaarten en afstand

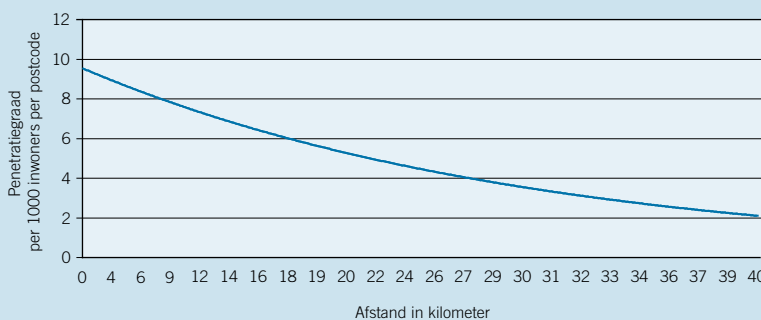
Figuur 1

Herkomst publiek regionaal theater.



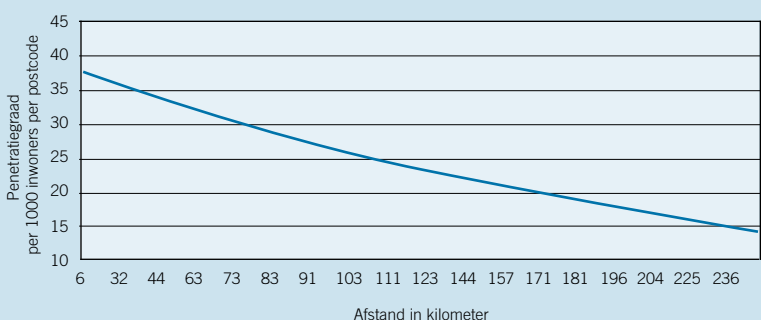
Figuur 2

Penetratiegraad grote regionale theaters bij musicalvoorstellingen.



Figuur 3

Penetratiegraad Circustheater.



Tabel 1

Afstand, reistijd, herkomst publiek 2009–2010.

Voorstelling	Gemiddelde tijd in minuten	Gemiddelde afstand in kilometer	Correlatie		Het aantal afstanden van postcode naar een theater	5e percentiel (afstand in kilometer)	25e percentiel (afstand in kilometer)	50e percentiel (afstand in kilometer)	75e percentiel (afstand in kilometer)
			Tijd en kaarten	Afstand en kaarten					
Musical regionaal (diverse zalen)	32,3	30,9	-0,368	-0,371	5.832	2,9	9,5	23,4	39,3
Musical hoofdstad (Carré)	43,3	48,6	-0,380	-0,380	3.216	3,8	17,9	36,2	65,3
Musical landelijk (Circustheater)	76,8	98,5	-0,721	-0,715	180 <sup>1</sup>	6,0	44,5	89,4	144,6
Klassieke muziek regionaal	19,1	13,8	-0,339	-0,364	274	3,0	3,0	4,7	17,9
Klassieke muziek (Concertgebouw)	32,5	34,9	-0,231	-0,224	164 <sup>2</sup>	3,0	3,0	21,6	45,6
Toneel regionaal	20,1	14,8	-0,331	-0,339	471	3,0	3,0	4,7	18,8
Dans regionaal	18,6	14,0	-0,307	-0,297	279	3,0	3,0	3,0	17,7
Opera regionaal	21,5	17,0	-0,357	-0,354	268	3,0	3,0	5,0	15,0
<b>Totaal</b>					<b>13.783</b>				

<sup>1</sup> Tweecijferige postcodes.

<sup>2</sup> Postcodes per gemeente.

bedraagt zelfs -0,712. In tegenstelling tot de regiotheaters treedt de halvering van kaartverkoop per 1000 inwoners hier niet op bij 20 maar pas bij 180 kilometer. Als dezelfde voorstelling op 180 kilometer afstand van Scheveningen ook zou worden gepresenteerd, zouden er bij een penetratiegraad van 37 kaarten in de directe omgeving van Scheveningen, rond de nieuwe locatie 37 min 18,5 is 18,5 kaart per 1000 inwoners meer worden verkocht dan nu. Het absolute aantal kaarten hangt af van de bevolkingsdichtheid op die plek en de reikwijdte tot in dit geval de buitengrens van het Nederlandse taalgebied. Het is dan eenvoudig uit te rekenen of de extra opbrengsten van het aanbieden van dezelfde theaterproductie opwegen tegen de verplaatsing- en extra marketingkosten ervan.

Soms is er discussie of afstand een betere graadmeter voor reisbereidheid is dan reistijd (Verhoeff, 1993). Uit het onderzoek blijkt dat de correlatie tussen kaartverkoop en afstand en die tussen kaartverkoop en reistijd met -0,401 en -0,402 gelijk zijn. Reistijd is derhalve geen betere verklarende factor dan afstand en conclusies over reisbereidheid kunnen evengoed worden opgehangen aan reisafstand.

## Conclusies

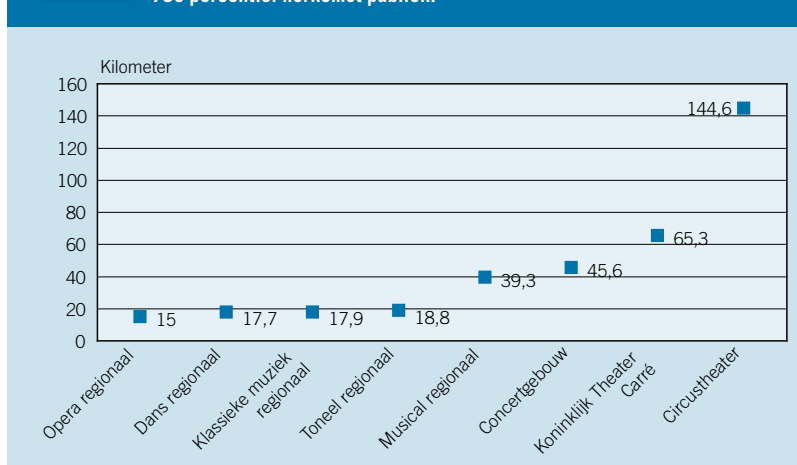
Inzicht in de reisbereidheid van publiek is van belang voor beleidsontwikkeling naar aanleiding van de bezuinigingen op podiumkunsten. Het fuseren of

opheffen van gezelschappen kan grofweg leiden tot minder voorstellingen op dezelfde plaatsen of tot hetzelfde aantal op minder plaatsen.

Publiek voor toneel, opera, dans en klassieke muziek in de regio blijkt beperkt te reizen: 75 procent van het publiek woont binnen een straal van 17 kilometer. Voor Het Concertgebouw in Amsterdam reist het publiek ook beperkt, maar verder dan in de provincie: 75 procent van het publiek reist maximaal 46 kilometer. Voor exclusief aangeboden kwalitatief hoogstaande musicals in het Circustheater in Scheveningen is 75 procent van het publiek bereid verder te reizen: circa 145 kilometer. Maar in alle gevallen treedt er bij toenemende afstand daling van de reisbereidheid op. Hoe meer gecentraliseerd het aanbod van podiumkunsten, hoe lager het publieksbereik. De eindconclusie luidt dan ook dat wanneer publieksbereik een doelstelling is in het cultuurbeleid en er moet worden bezuinigd, het beter is om minder voorstellingen aan te bieden op veel plekken dan veel voorstellingen op minder plekken.

Figuur 4

75e percentiel herkomst publiek.



LITERATUUR  
 Baskin, C.W. (1966) *Central places in Southern Germany*.  
 Vertaling van Christaller, W. (1933) *Die zentralen Orte in Süddeutschland*. Englewood Cliffs/New York: Prentice-Hall.  
 Verhoeff, R. (1993) *De weg naar de podia: ruimtelijke aspecten van het bezoek aan podiumkunsten in Nederland*. Utrecht: Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap/Rijksuniversiteit Utrecht. NDS 1916