

# Rapport VerenigingsMonitor 2018 | Koren

Op verzoek van Koornetwerk Nederland



KAC

# Inhoud

<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>1 Organisatiekracht</b>	<b>4</b>
Leden	5
Bestuur en vrijwilligers	6
Betaalde medewerkers	6
Voorzieningen	7
Financiën	8
Missie en visie	9
Zichtbaarheid	10
<b>2 Artistiek aanbod</b>	<b>11</b>
Regulier aanbod	12
Artistieke begeleiding	12
Innovatie van het aanbod	12
Doelen	13
<b>3 Maatschappelijke oriëntatie</b>	<b>14</b>
Samenwerking met externe partijen	15
Aanvullend aanbod	16
<b>4 Jongeren</b>	<b>17</b>
Organisatiekracht	18
Artistiek aanbod	20
Maatschappelijke oriëntatie	21
Hypothese	23
<b>5 Onderzoeksopzet &amp; verantwoording</b>	<b>24</b>
Ontwikkeling van de vragenlijst	24
Doelgroep en steekproef	24
Respons	26
Analyse	28
Vervolg	28

## Inleiding

Muziekverenigingen, koren, schilder-, foto- en filmclubs, toneel- en dansverenigingen vormen een belangrijke voorziening voor kunstbeoefenaars in Nederland. Maar we weten nog weinig over deze organisaties. Daarom zijn we in samenwerking met een groot aantal partners, waaronder Koornetwerk Nederland, een omvangrijk onderzoek gestart: de VerenigingsMonitor.<sup>1</sup> In deze publicatie vind je de resultaten van de koren die aan het landelijke onderzoek deelnamen.

Driehonderd drieëntwintig koren namen deel aan het onderzoek. Uit het register van de Kamer van Koophandel maken we op dat er in Nederland zo'n 4.000 koren zijn geregistreerd. Daarmee zou zo'n 8% van hen aan de VerenigingsMonitor hebben deelgenomen. We moeten dan ook voorzichtig zijn met generalisaties, met name omdat een aanzienlijk deel (38%) zichzelf voor het onderzoek heeft aangemeld via de open oproep – zij maakten geen deel uit van de representatieve steekproef. Zelfselectie zou tot een vertekend beeld kunnen leiden, omdat een bepaald 'type' koor mogelijk eerder geneigd is om deel te nemen (bijvoorbeeld koren die actief zijn met sociale media of internet, en daar de oproep ontdekten).

Alle hieronder gepresenteerde uitkomsten gaan specifiek over koren. Ondanks de beperking hopen we dat deze gegevens helpen om een beeld te krijgen van de huidige positie van koren en hun ondersteuningsbehoeften.

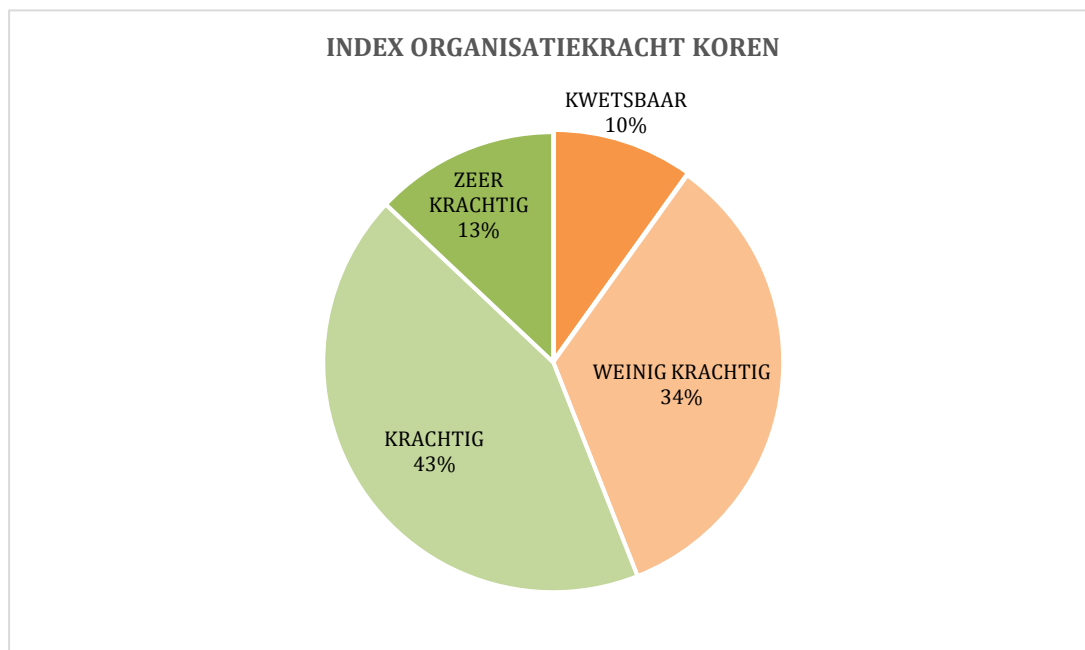
1 De term 'vereniging' wordt hier breed gedefinieerd en slaat niet alleen op de smalle definitie van een rechtspersoon. Ook koren met de rechtsvorm stichting zijn object van de VerenigingsMonitor.

# 1 Organisatiekracht

Onder organisatiekracht verstaan we de mate waarin verenigingen 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, waar de leden achter staan
- de vereniging geeft zeer actief bekendheid aan de eigen activiteiten via gedrukte, digitale en sociale media

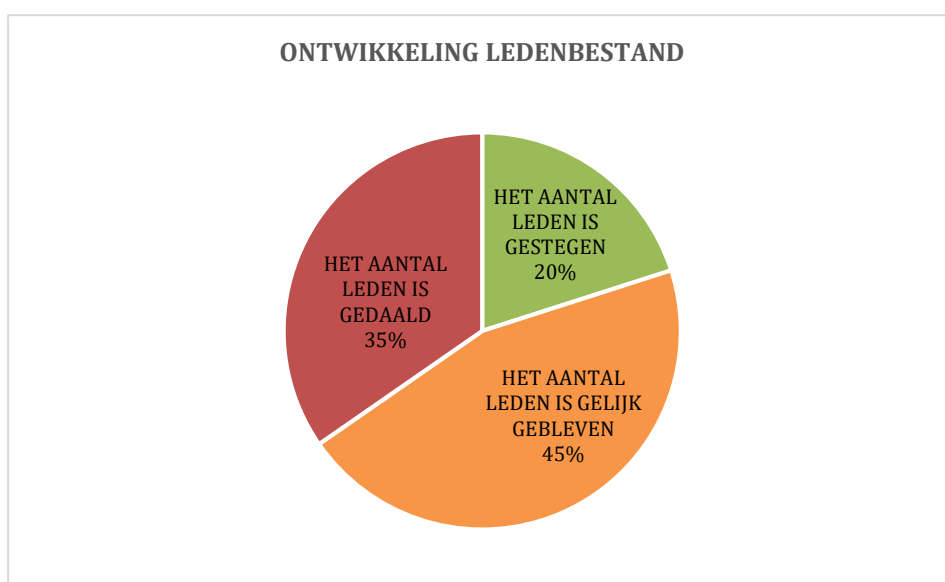


Ruim de helft van de koren is een krachtige tot zeer krachtige organisatie. Zij zijn goed in staat om artistieke activiteiten te bieden aan huidige en potentiële leden. 34% is weinig krachtig. 10% is kwetsbaar.

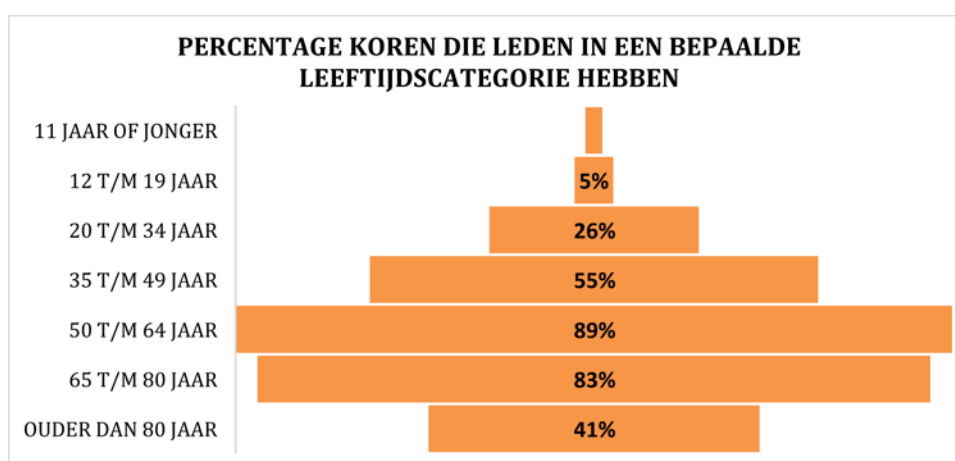
Hieronder lichten we de pijlers van organisatiekracht verder toe.

## Leden

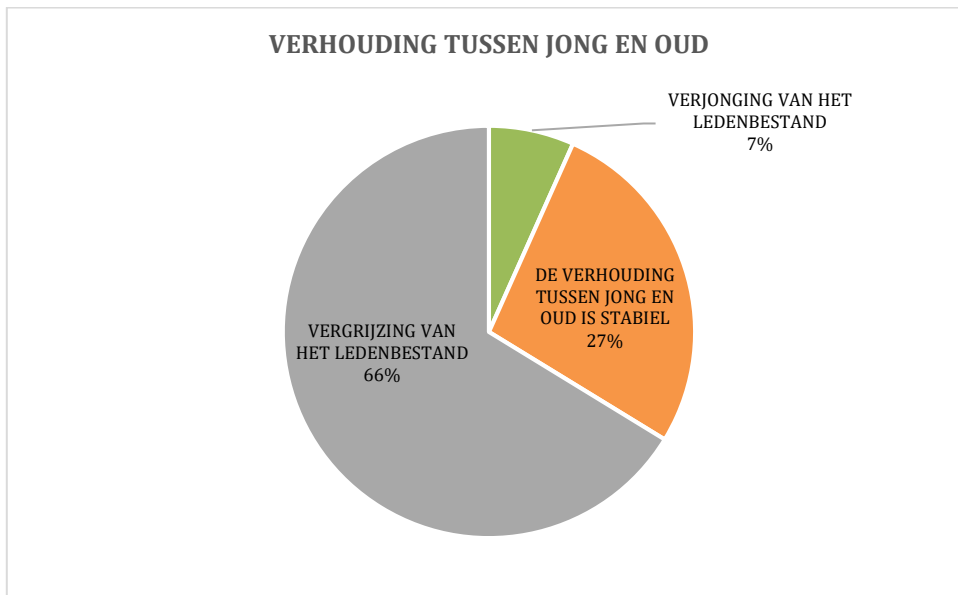
Koren hebben gemiddeld 41 vaste leden. Ruim een kwart heeft (ook) projectleden. 72% van de koren werft actief leden. Bij de meerderheid bleef het ledenaantal gelijk (45%) of steeg het (20%) de afgelopen drie jaar. Bij 35% daalde het ledenaantal.



De meeste verenigingen hebben leden van 50 t/m 64 jaar (89% van de verenigingen) en 65 t/m 80 jaar (83%). Deze leeftijdscategorieën hebben gemiddeld het grootste aandeel in het ledenbestand. Slechts 2% heeft leden van 11 jaar of jonger. En 5% leden van 12 t/m 19 jaar.

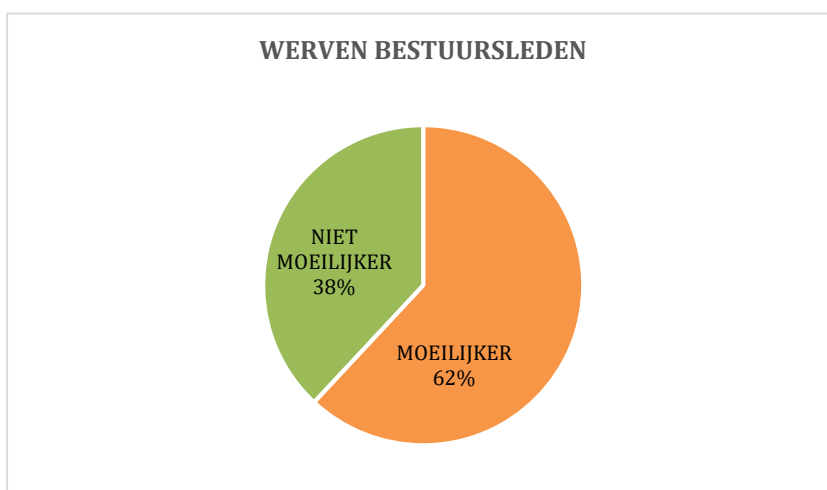


Twee derde van de verenigingen 'vergrijs't. Bij de overige bleef de verhouding tussen jong en oud stabiel (27%), of verjongde het ledenbestand (7%). De meerderheid van de verenigingen (68%) noemt vergrijzing en de geringe aanwas van nieuwe leden de belangrijkste knelpunten.



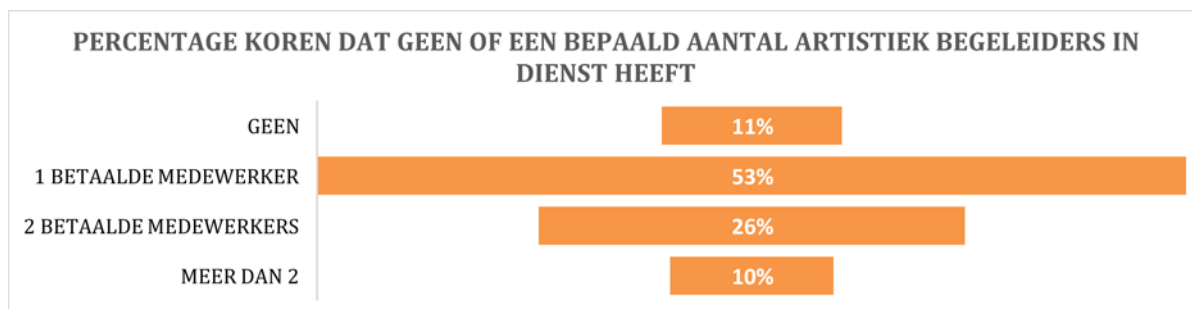
### Bestuur en vrijwilligers

Koren draaien op de inzet van bestuursleden en andere vrijwilligers. De meerderheid van de koren (62%) 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 de meeste koren (86%) momenteel over voldoende vrijwilligers (inclusief bestuursleden).



### Betaalde medewerkers

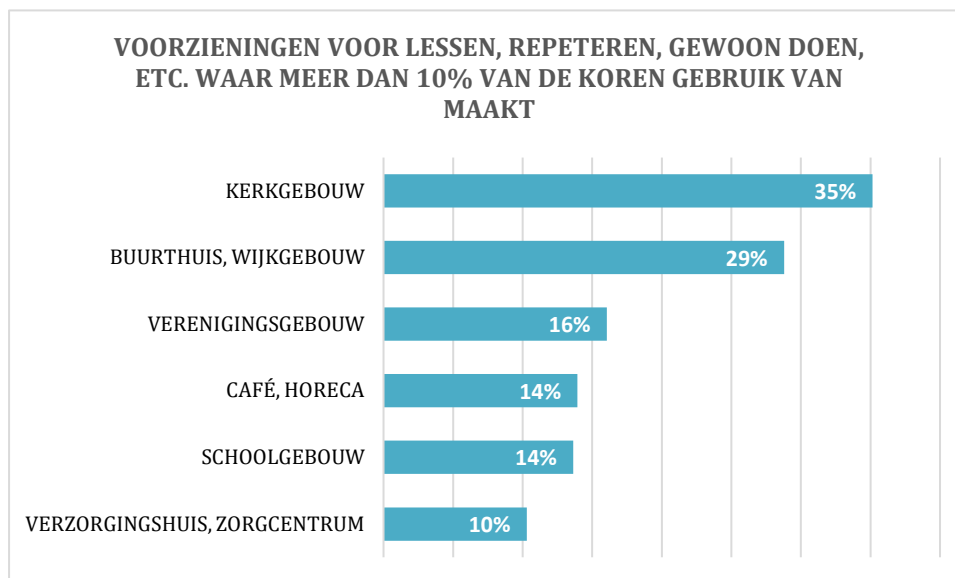
94% van de koren werkt met betaalde medewerkers. De meeste (89%) betalen een artistiek begeleider, zoals een dirigent, regisseur, choreograaf of docent. Ruim een derde werkt met meer dan één artistiek begeleider.



17% van de koren heeft de afgelopen tien jaar meer moeite om vacatures voor artistiek begeleiders op te vullen. Voor het merendeel van de koren geldt dit niet.

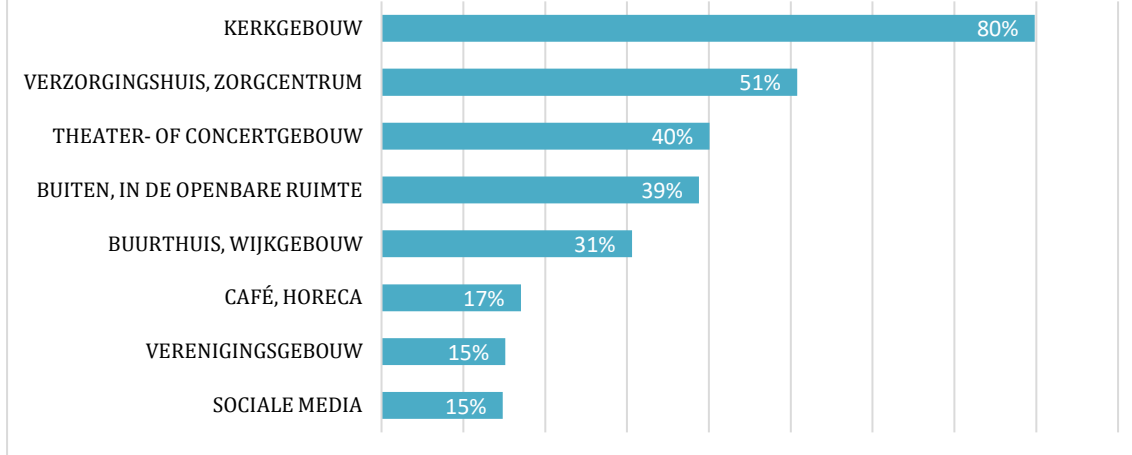
### Voorzieningen

Koren maken gebruik van voorzieningen, voor repetities, lessen, cursussen, oefenen en 'gewoon doen'. Het meest wordt gebruik gemaakt van kerkgebouwen, gevolgd door het buurthuis/wijkcentrum.



Voor het tonen van werk aan publiek maken koren vooral gebruik van kerken, gevolgd door verzorgingshuizen, theater- of concertgebouwen, de openbare ruimte en buurthuizen.

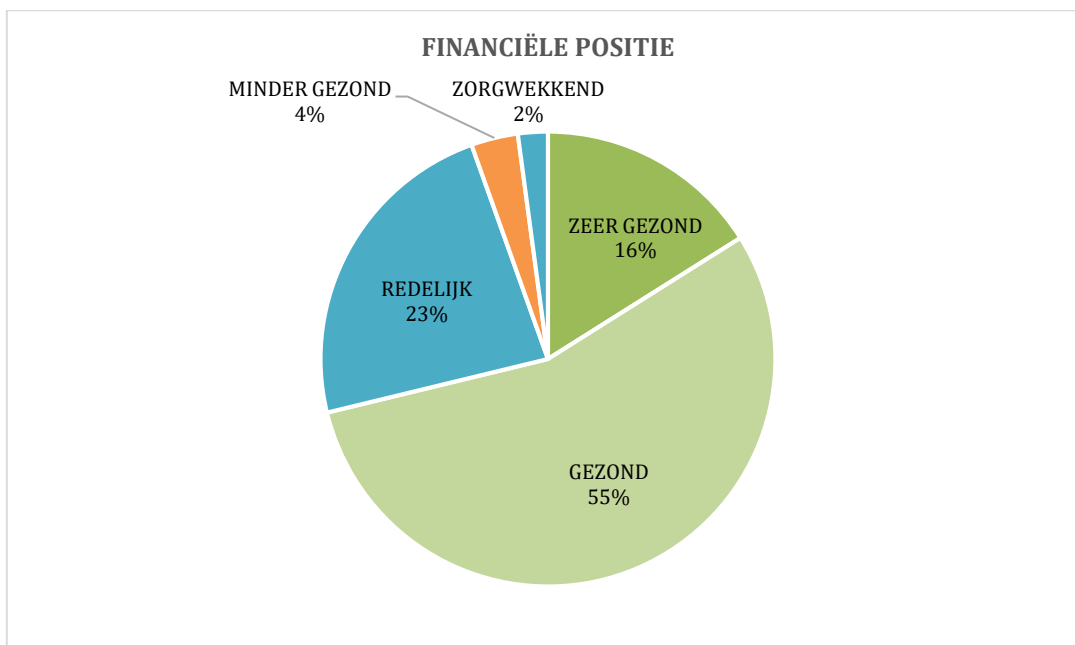
### VOORZIENINGEN VOOR HET TONEN VAN WERK AAN PUBLIEK WAAR MEER DAN 10% VAN DE KOREN GEBRUIK VAN MAAKT



De grote meerderheid van de koren is tevreden over de kwaliteit, bereikbaarheid, betaalbaarheid en beschikbaarheid van de voorzieningen. De tevreden over de voorzieningen om te repeteren scoort over het algemeen iets hoger dan de tevredenheid over de voorzieningen om een concert te geven. Een kleine 10% is ontevreden over de betaalbaarheid, met name van voorzieningen voor optredens.

### Financiën

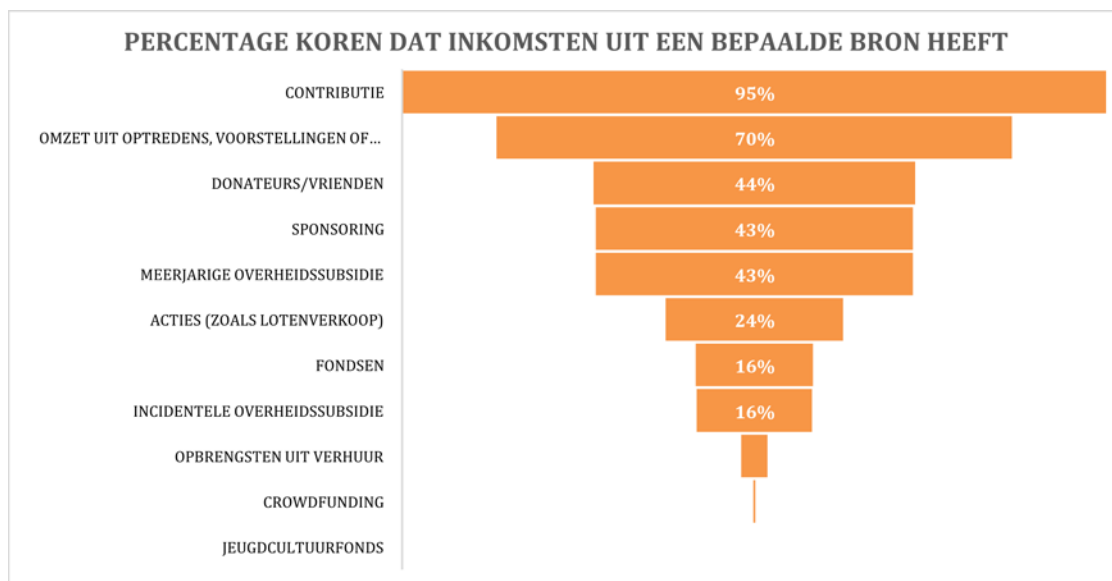
De meerderheid van de koren noemt zijn financiële positie gezond (55%) tot zeer gezond (16%). Slechts 6% kampt met een minder gezonde tot zorgwekkende financiële situatie.





Contributiebijdragen vormen de belangrijkste inkomstenbron. Bij 13% van de koren varieert de contributie per doelgroep: zij hanteren andere tarieven voor bijvoorbeeld kinderen, studenten of leden met een laag inkomen. (Dit percentage is veel lager dan bij bijvoorbeeld orkesten.)

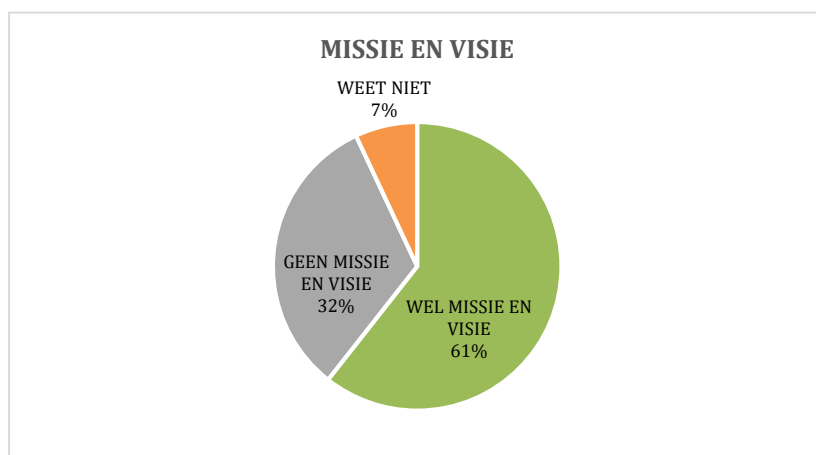
Een andere belangrijke inkomstenbron is de omzet uit optredens, gevolgd door bijdragen van donateurs/vrienden, sponsoring en meerjarige overheidssubsidie.



Ruim een kwart van de koren noemt financiën als knelpunt. Hierbij gaat het vooral om dalende contributie-inkomsten, hoge kosten voor artistieke begeleiding, gebrek aan sponsoren en afname van subsidie.

### Missie en visie

De meerderheid (61%) van de koren geeft aan te beschikken over een duidelijke missie en visie voor de langere termijn.



## **Zichtbaarheid**

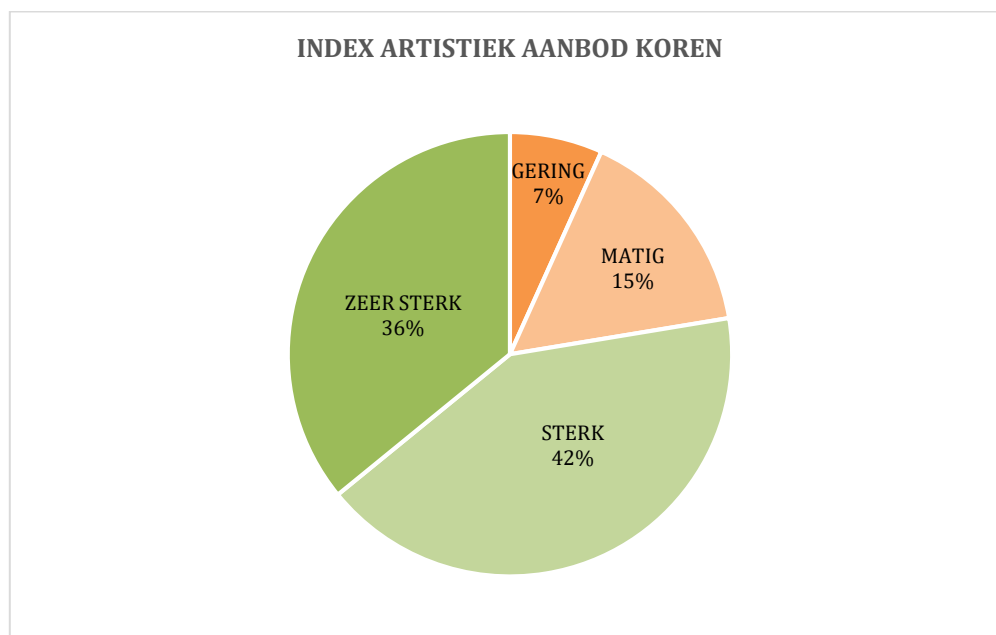
De meeste koren maken hun activiteiten bekend via gedrukte, digitale en sociale media. Ruim drie kwart van de koren gebruikt gedrukte media, terwijl 83% actief is met PR via digitale en sociale media.

## 2 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
  - 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 amateurdirigent, amateurregisseur, amateuracteur, amateurmusicus, amateurchoreograaf, amateurdocent
- de vereniging vernieuwt voortdurend haar activiteiten



79% van de koren heeft een sterk tot zeer sterk artistiek aanbod. Zij bieden de leden goede mogelijkheden om hun kunstzinnige activiteiten te beoefenen en te verbeteren. Bij 22% zijn die mogelijkheden minder of gering.

Hieronder lichten we de pijlers van artistiek aanbod verder toe.

## 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

Vrijwel alle koren bieden de mogelijkheid om gezamenlijk te repeteren/oefenen en om het ge-oefende te tonen aan het publiek. Het repeteren en oefenen gebeurt bij de meeste koren elke week (96%). En het tonen via voorstellingen, optredens en exposities doen de meeste koren een paar keer per jaar (73%).

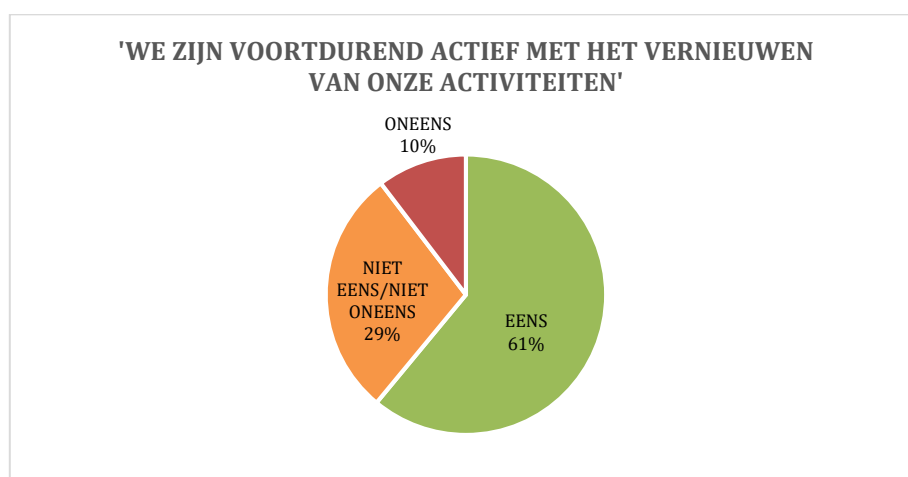
42% van de koren biedt (weleens tot wekelijks) lessen aan. Bijna twee derde ook masterclasses of workshops.

## Artistieke begeleiding

89% van de koren werkt met een betaalde artistiek begeleider. Ruim 80% van deze groep heeft een begeleider met een hbo-opleiding tot professioneel dirigent, regisseur, acteur, kunstenaar, musicus, choreograaf, docent, etc. En 16% maakt gebruik van een artistiek begeleider met een één- of meerjarige opleiding voor amateurdirigent, amateurregisseur, etc. Slechts een heel klein groepje (2%) heeft een betaalde begeleider zonder artistieke opleiding.

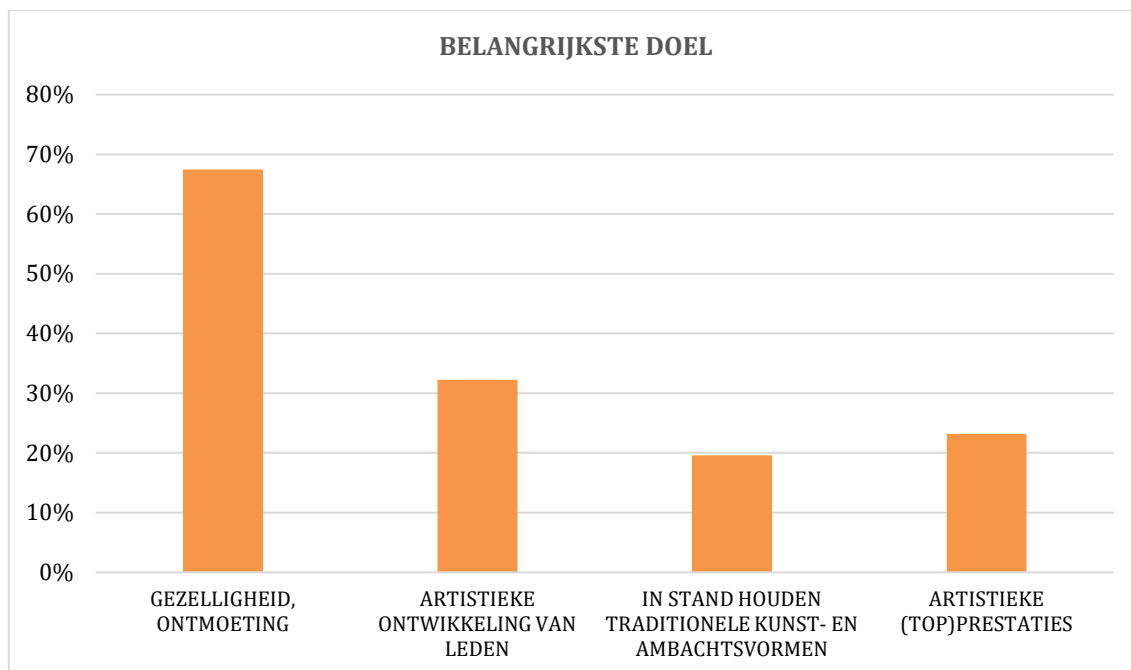
## Innovatie van het aanbod

De koren gaven hun reactie op deze stelling: 'we zijn voortdurend actief met het vernieuwen van onze activiteiten'. Ruim 60% geeft aan het hiermee (helemaal) eens te zijn. Bij een op de tien koren is er naar eigen zeggen niet of nauwelijks sprake van het voortdurend vernieuwen van de activiteiten.



## Doelen

De meeste koren 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 vindt gezelligheid en ontmoeting de belangrijkste doelstelling. De andere doelen, zoals artistieke ontwikkeling en prestaties, worden minder vaak als belangrijkste doelstelling gezien.

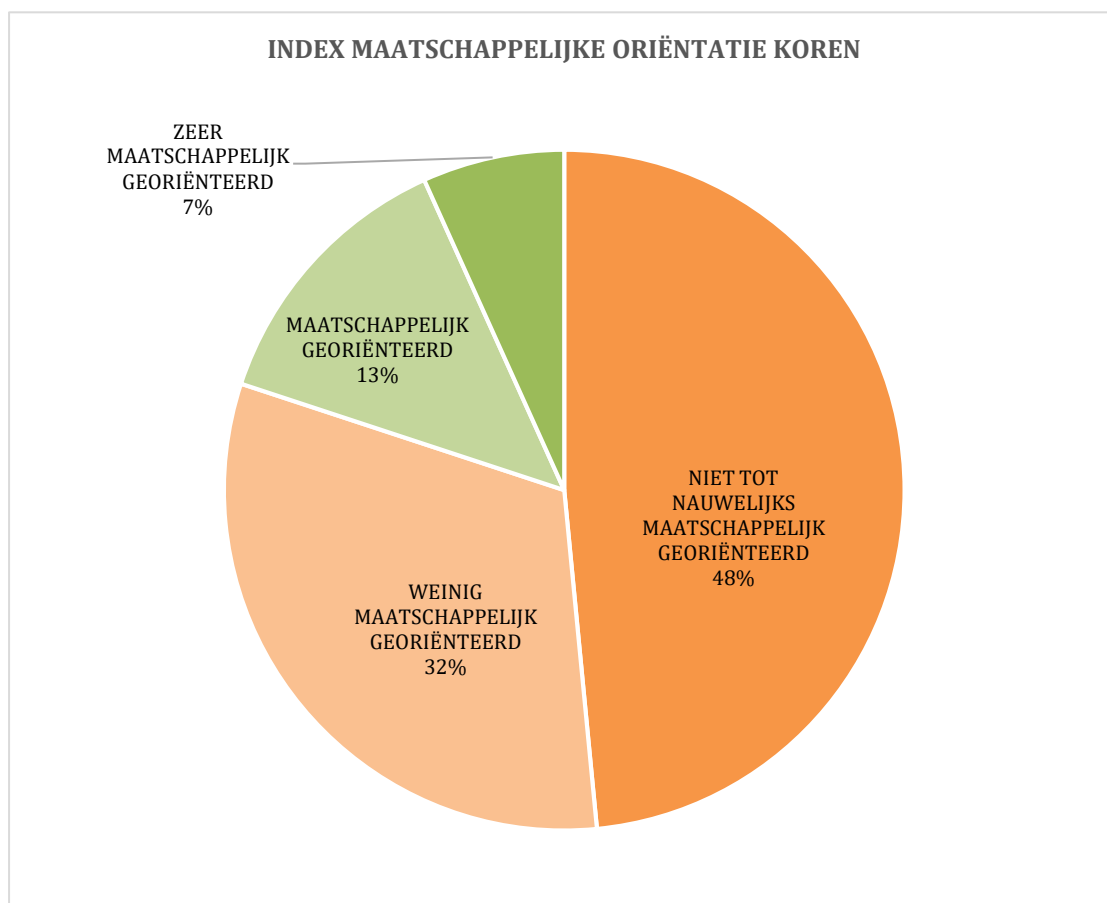


### 3 Maatschappelijke oriëntatie

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.



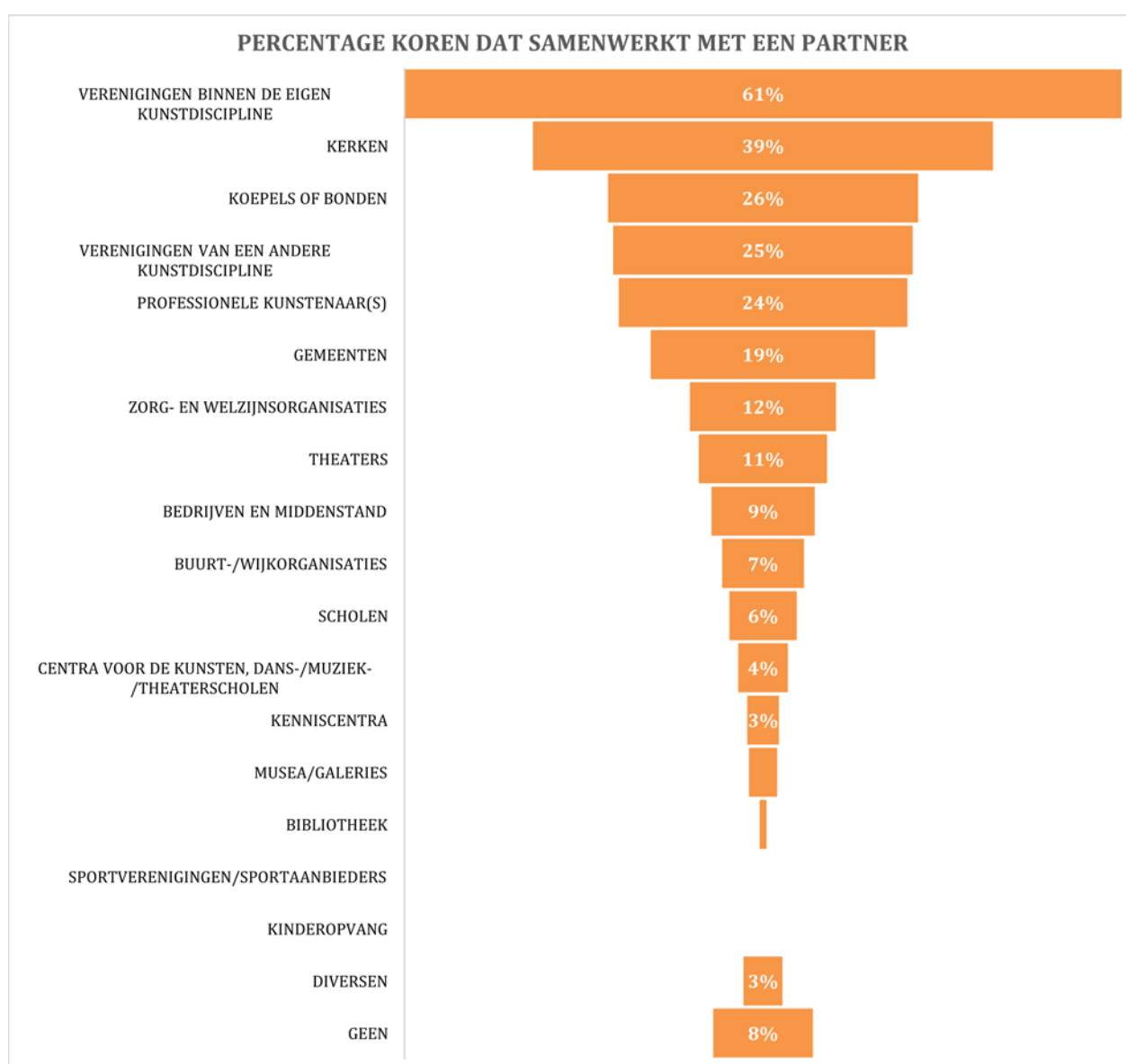
80% van de koren is weinig tot niet tot nauwelijks maatschappelijk georiënteerd. Een op de vijf koren is wel (13%) tot zeer sterk maatschappelijk georiënteerd (7%).

Hieronder lichten we de pijlers van maatschappelijke oriëntatie verder toe.

## Samenwerking met externe partijen

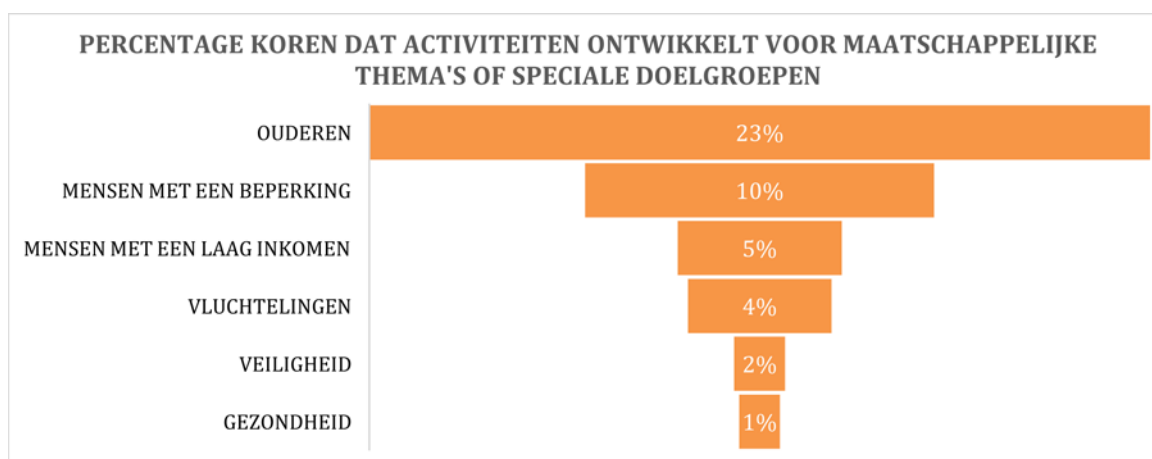
Een grote meerderheid van de koren werkt samen met andere partijen. Slechts 8% doet dat helemaal niet. We verstaan onder samenwerking het zich gezamenlijk en gelijkwaardig inzetten voor een bepaald doel.

Verenigingen binnen de eigen kunstvorm worden het meest genoemd als partner. Ruim 60% van de koren werkt hiermee samen. Andere veelgenoemde partijen zijn kerken (39%), koepels of bonden (26%), verenigingen uit een andere kunstvorm (25%) en professionele kunstenaars (26%).



## Betrokkenheid bij maatschappelijke thema's

Bijna 40% van de koren organiseert gerichte activiteiten voor speciale doelgroepen of maatschappelijke thema's. Dan gaat het vooral om activiteiten voor of met ouderen (23% van de koren doet dit) en mensen met een beperking.



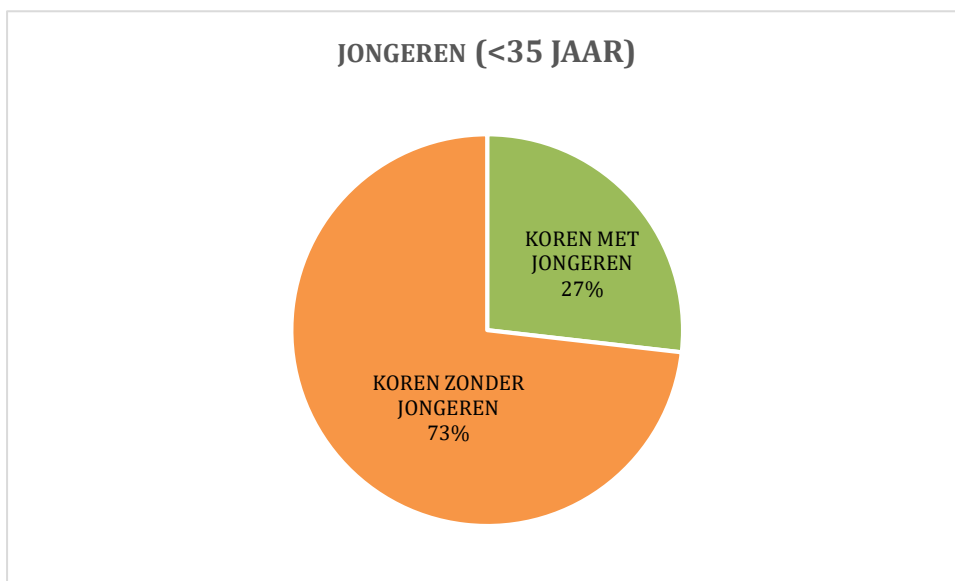
## Aanvullend aanbod

Koren organiseren in eerste instantie de reguliere artistieke activiteiten voor hun leden, zoals repetities en optredens. Maar daarnaast organiseert zo'n 40% van de koren extra activiteiten, zoals kampen, bingoavonden, ouder-kind-activiteiten en andere evenementen.



## 4 Jongeren

Op verzoek van Koornetwerk Nederland gaan we in dit hoofdstuk dieper in op de verschillen tussen koren met jongeren en koren zonder jongeren. Onder jongeren verstaan we leden die jonger zijn dan 35 jaar. Van de 332 koren hebben 89 koren (27%) leden in die leeftijd. Gemiddeld is 22% van hun leden jonger dan 35 jaar. Als we kijken naar de omvang en de bestaansduur van de koren dan zien we geen grote verschillen tussen koren met jongeren en koren zonder jongeren. Wel vinden we koren met jongeren significant vaker in (zeer) sterk stedelijke gebieden dan de koren zonder jongeren.



Tabel 4.1 Stedelijkheid vestigingsplaats (CBS)

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
zeer sterk stedelijk	21%	12%
sterk stedelijk	36%	30%
matig stedelijk	21%	19%
weinig stedelijk	11%	27%
niet stedelijk	4%	9%
onbekend	6%	3%

Tabel 4.2 Omvang

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Klein (<30 leden)	39%	37%
Middelgroot (30-60 leden)	38%	46%
Groot (>60 leden)	22%	17%

Tabel 4.3 Bestaansduur

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Korter dan 5 jaar	7%	2%
5-20 jaar	15%	27%
21-50 jaar	52%	34%
Langer dan 50 jaar	27%	37%

In dit hoofdstuk vergelijken we de organisatiekracht, het artistiek aanbod en de maatschappelijke oriëntatie van koren met jongeren met koren zonder jongeren. We beschrijven vervolgens alleen die onderdelen waar we duidelijke verschillen zien.

### Organisatiekracht

Koren met jongeren lijken significant krachtigere organisaties dan koren zonder jongeren. Slechts 3% van hen is kwetsbaar. Een kwart is zelfs zeer krachtig, terwijl van de koren zonder jongeren 9% zeer krachtig is. Waarom dit significante verschil in organisatiekracht?

De koren met jongeren weten de afgelopen drie jaar beter hun ledenbestand op peil te houden. Bij 20% daalde het ledenaantal, tegenover 40% bij de koren zonder jongeren. Koren met jongeren hebben bijna altijd (97%) een artistiek begeleider in dienst, die bovendien in de meeste gevallen (88%) een hbo-opleiding heeft genoten. Zij hebben vaker een missie en visie en zijn actiever met pr via digitale media om zichtbaar te zijn. Ook veel meer koren met jongeren stemmen de hoogte van de contributie af op verschillende doelgroepen.

Tabel 4.4 Index organisatiekracht

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Kwetsbaar	3%	13%
Weinig krachtig	29%	36%
Krachtig	44%	43%
Zeer krachtig	24%	9%

Tabel 4.5 Ontwikkeling ledenbestand

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Het aantal leden is gestegen	20%	20%
Het aantal leden is gelijk gebleven	58%	40%
Het aantal leden is gedaald	20%	40%

Tabel 4.6 Percentage koren dat geen of een bepaald aantal artistiek begeleiders in dienst heeft

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Geen	3%	14%
1 betaalde artistiek begeleider	49%	54%
2 betaalde artistiek begeleiders	29%	24%
Meer dan 2	18%	7%

Tabel 4.7 Missie en visie

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Wel missie en visie	71%	57%
Geen missie en visie	24%	36%
Weet niet	6%	7%

Tabel 4.8 PR via digitale media

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Zeer actief	29%	18%
Actief	66%	62%
Niet actief	6%	20%

Tabel 4.9 Contributie varieert per doelgroep

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Ja	25%	8%
Nee	75%	91%

## Artistiek aanbod

Het artistiek aanbod van koren met jongeren lijkt iets sterker. Bij bijna de helft van hen is het artistiek aanbod zeer sterk. Voor de koren zonder jongeren ligt dit percentage op 31%.

Dit significante verschil komt met name doordat koren met jongeren meer en vaker lessen en masterclasses, cursussen en workshops aanbieden aan de leden. Met name bij het aanbieden van masterclasses, cursussen en workshops zien we een significant verschil met koren zonder jongeren. De 'jongeren'-koren lijken dus meer oog te hebben voor scholing van hun leden. Dit zien we terug in de doelen die deze koren zichzelf stellen. Zowel koren met als koren zonder jongeren zien gezelligheid en ontmoeting als de belangrijkste doelstelling van het koor. Maar bijna de helft van koren met jongeren vindt daarnaast de artistieke ontwikkeling van de leden en het neerzetten van artistieke (top)prestaties ook zeer belangrijk. Het aandeel koren zonder jongere leden dat deze artistieke doelen ook zeer belangrijk vindt ligt veel lager.

Tabel 4.10 index artistiek aanbod

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Gering	3%	8%
Matig	12%	17%
Sterk	36%	44%
Zeer sterk	48%	31%

Tabel 4.11 Frequentie van lessen

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Wekelijks	21%	16%
Maandelijks	4%	2%
Paar keer per jaar	12%	7%
Een keer per jaar	5%	7%
Minder dan een keer per jaar	7%	8%
Nooit	51%	61%

Tabel 4.12 Frequentie van masterclasses, cursussen, workshops

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Wekelijks	1%	2%
Maandelijks	1%	1%
Paar keer per jaar	28%	10%
Een keer per jaar	26%	25%
Minder dan een keer per jaar	23%	21%
Nooit	21%	42%

Tabel 4.13 Belangrijkste doelen

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Gezelligheid, ontmoeting	63%	69%
Artistieke ontwikkeling van leden	48%	26%
Artistieke (top)prestaties	44%	16%
In stand houden traditionele kunst- en ambachtvormen	19%	20%

### Maatschappelijke oriëntatie

Bij de maatschappelijke oriëntatie zijn er slechts kleine verschillen tussen koren met en koren zonder jongeren. 24% koren met jongeren zijn (zeer) maatschappelijk georiënteerd, tegenover 18% van de koren die geen leden onder de 35 jaar hebben.

Dit kleine verschil komt vooral doordat meer koren met jongeren samenwerken met externe partijen. Opvallend is de samenwerking met scholen, omdat die significant verschilt van koren zonder jongeren. Weliswaar werken koren met jongeren niet veel samen met scholen (12%), maar wel 4 keer zo vaak als koren zonder jongeren (3%). Daarnaast zijn koren met jongeren actiever in het organiseren van extra sociale activiteiten voor hun leden.

Tabel 4.14 Index maatschappelijke oriëntatie

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Niet tot nauwelijks maatschappelijk georiënteerd	45%	50%
Weinig maatschappelijk georiënteerd	31%	32%
Maatschappelijk georiënteerd	16%	12%
Zeer maatschappelijk georiënteerd	8%	6%

Tabel 4.15 Samenwerking met externe partijen

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Verenigingen eigen kunstdiscipline	67%	58%
Kerken	44%	37%
Verenigingen andere kunstdiscipline	35%	22%
Professionele kunstenaar(s)	31%	22%
Gemeenten	26%	16%
Koepels of bonden	24%	27%
Scholen	12%	3%
Theaters	12%	10%
Bedrijven en middenstand	11%	8%
Zorg- en welzijnsorganisaties	9%	14%
Buurt-/wijkorganisaties	4%	8%
Kenniscentra	4%	2%
Centra voor de kunsten, dans-/muziek-/theaterscholen	4%	4%
Musea/galleries	2%	2%
Bibliotheek	1%	0%
Sportverenigingen/sportaanbieders	0%	0%
Kinderopvang	0%	0%
Diversen	4%	3%
Geen samenwerking	3%	10%

Tabel 4.16 Organiseren van extra sociale activiteiten

	koren met jongeren (<35 jaar)	koren zonder jongeren (>34 jaar)
Zeer actief	6%	3%
Actief	43%	34%
Niet actief	49%	62%
Weet niet	2%	1%

### Hypothese

Op basis van het onderzoek zouden we de hypothese kunnen opwerpen dat het hebben van een missie en visie, een goed gebruik van digitale media voor de pr, aandacht voor de artistieke ontwikkeling van de leden (door het aanbieden van scholingsmogelijkheden en het werken met hbo-geschoolde artistieke begeleiders), het tegelijkertijd aanbieden van extra sociale activiteiten voor de eigen leden, en het veelvuldig samenwerken met externe partijen een positieve invloed hebben op het aantrekken en behouden van leden jonger dan 35 jaar. Maar mogelijk is er ook sprake van causaliteit de andere kant op: het hebben van jongere leden resulteert in een krachtigere vereniging qua organisatie, artistiek aanbod en maatschappelijke oriëntatie. In ieder geval kunnen we concluderen dat er een verband is tussen het hebben van jongere leden en de manier waarop koren zich organiseren, welk aanbod ze de leden bieden en of ze samenwerken met externe partijen. Hoe die relatie precies is en waar daadwerkelijk sprake is van causaliteit vergt verdiepend onderzoek.

## 5 Onderzoekopzet & 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. Voor dit rapport is alleen de respons van de koren gebruikt. Overal waar we het woord 'koren' gebruiken, bedoelen we verenigingen én stichtingen voor zangbeoefening. 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

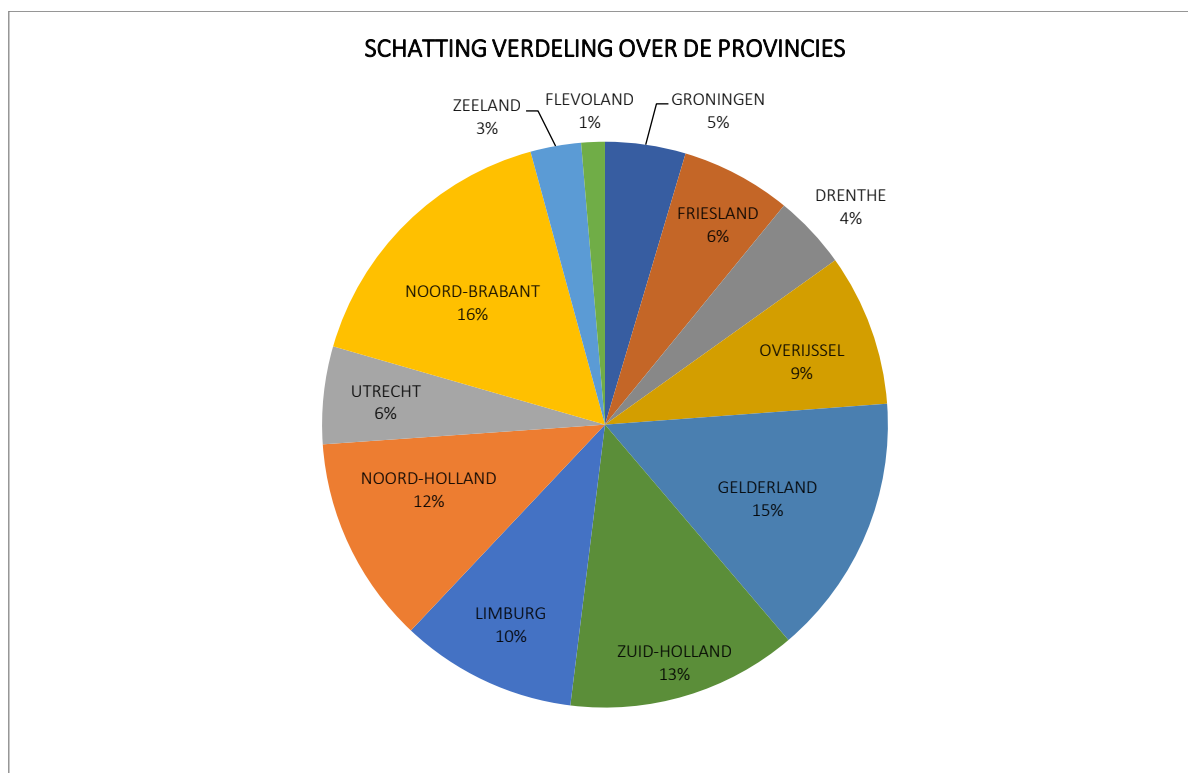
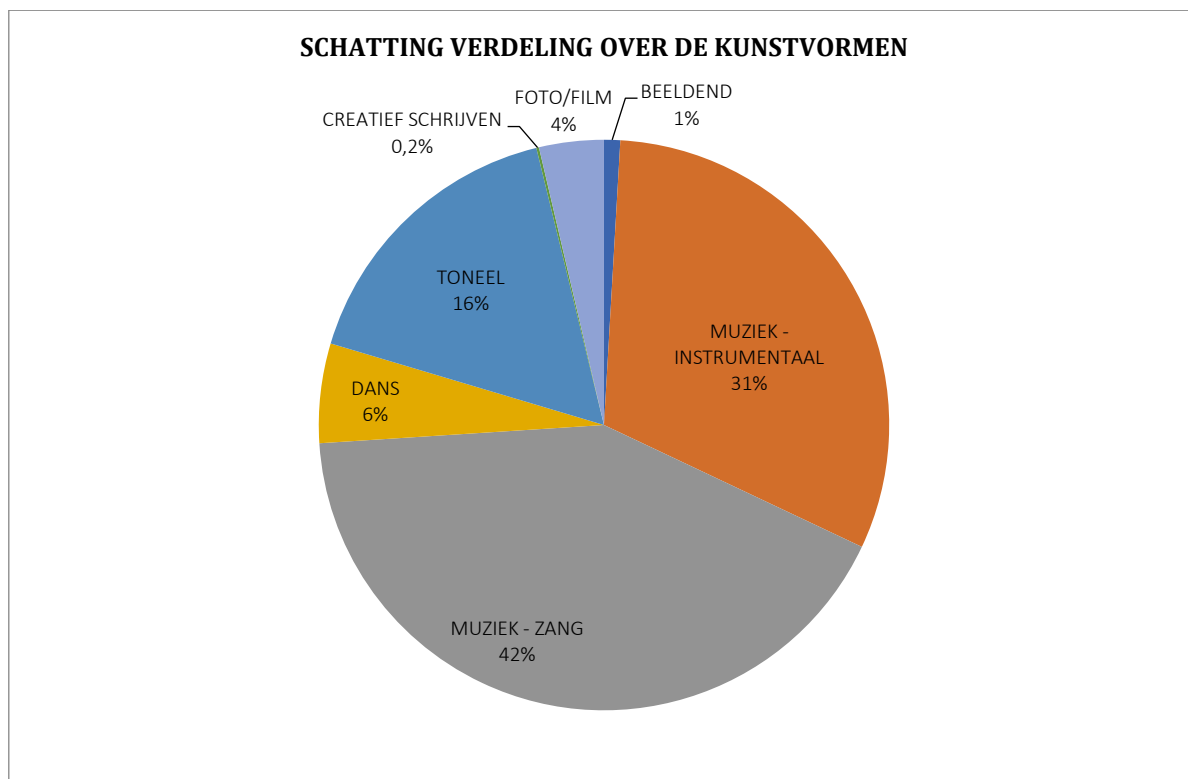
De vragenlijst is uitgezet onder vrijwillige bestuursleden van verenigingen of stichtingen die mensen laten samenkomen om in hun vrije tijd kunstzinnig, creatief of muzikaal actief te zijn. Het gaat hierbij om het 'zelf maken' van kunst (dus zelf musiceren, toneel spelen, schilderen, schrijven, etc.). 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:



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.

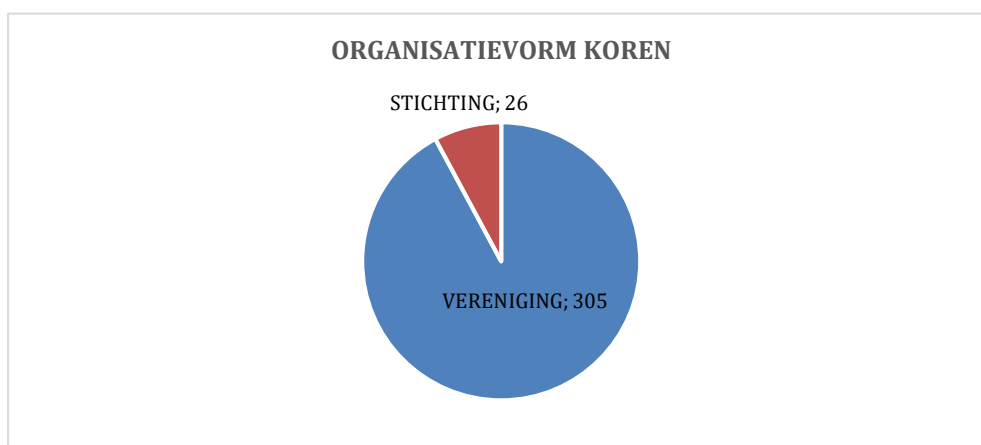
Daarnaast hebben we verenigingen en stichtingen via een open online oproep uitgenodigd om aan het onderzoek deel te nemen. Deze oproep is verspreid via websites, sociale media en nieuwsbrieven van onszelf en partners in het onderzoek, waaronder Koornetwerk Nederland.

## Respons

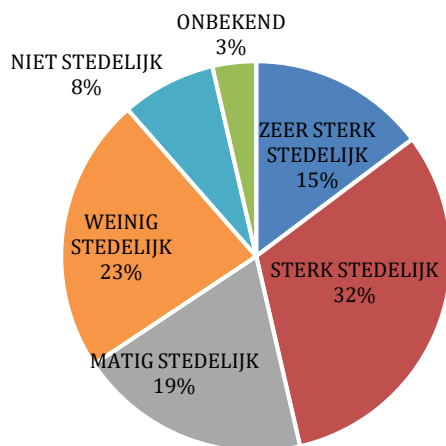
In totaal hebben 850 verenigingen en stichtingen aan het onderzoek deelgenomen. Daarvan bleken 21 vragenlijsten niet bruikbaar, omdat de respondent niet tot de doelgroep behoorde of omdat er onvoldoende vragen waren beantwoord. Ervan uitgaande dat de populatie zo'n 10.000 geregistreerde verenigingen 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.

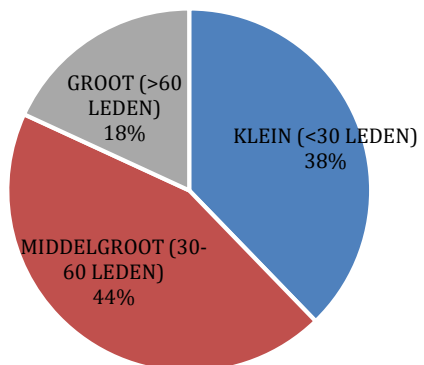
Voor dit rapport hebben we wel alle data over de koren (dus zowel via de steekproef als de open oproep) gebruikt. Daarmee hadden we een goede respons (N=323) ten opzichte van het geschatte totaal aantal ingeschreven koren in Nederland (ca. 4.000). Die respons is echter te laag om uitsplitsingen te maken naar regio. De respons van de koren die we voor deze publicatie hebben gebruikt is als volgt opgebouwd:

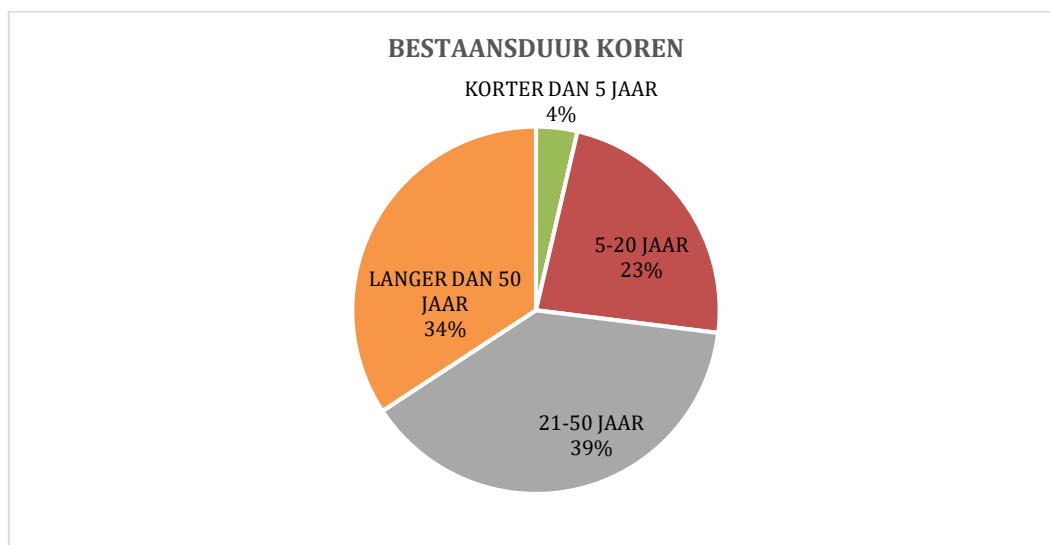


### STEDELJKHEID VESTIGINGSPLAATS KOREN (CBS)



### OMVANG KOREN





## Analyse

De analyse die we hebben uitgevoerd voor deze publicatie is beschrijvend van aard. 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 in vier categorieën indeelt:

Categorie	Benaming	Aantal punten
1	kwetsbaar/niet maatschappelijk georiënteerd/gering artistiek aanbod	0-40
2	weinig krachtig/weinig maatschappelijk georiënteerd/matig artistiek aanbod	41-59
3	krachtig/maatschappelijk georiënteerd/sterk artistiek aanbod	60-79
4	zeer krachtig/zeer maatschappelijk georiënteerd/zeer sterk artistiek aanbod	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 longitudinaal zicht krijgen op ontwikkelingen in deze sector.

## Colofon

*Rapport Verenigingsmonitor 2018 | Koren  
Op verzoek van Koornetwerk Nederland*

We hebben de VerenigingsMonitor onder koren uitgevoerd in samenwerking met Koornetwerk Nederland.

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. 31 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.

### Auteurs

Arno Neele – [ArnoNeele@lkca.nl](mailto:ArnoNeele@lkca.nl)  
Zoë Zernitz – [ZoeZernitz@lkca.nl](mailto:ZoeZernitz@lkca.nl)

### Eindredactie

Ralf Steenbeek

### Uitgever

Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst (LKCA)  
Lange Viestraat 365  
Postbus 452  
3500 AL Utrecht  
030 711 51 00  
[info@lkca.nl](mailto:info@lkca.nl)  
[www.lkca.nl](http://www.lkca.nl)

### LKCA

Het Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst (LKCA) wil ervoor zorgen dat iedereen goede cultuureducatie krijgt (op school én in de vrije tijd) en dat iedereen kan meedoen aan culturele activiteiten.

@LKCA Utrecht, juni 2019

## **Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst**

Het Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst (LKCA) wil ervoor zorgen dat iedereen goede cultuureducatie krijgt (op school én in de vrije tijd) en dat iedereen kan meedoen aan culturele activiteiten.

LKCA | Lange Viestraat 365 | Postbus 452, 3500 AL Utrecht | +31 30 711 51 00 | [www.lkca.nl](http://www.lkca.nl) | [info@lkca.nl](mailto:info@lkca.nl)