



Monitor professionele podiumkunstgezelschappen en hun activiteiten voor cultuureducatie 2026



Monitor
Gezelschappen

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE

INHOUD

ORGANISATIE7

Type organisatie7

Personeel8

Inkomstenbronnen9

Codes12

ACTIVITEITEN13

Educatieactiviteiten13

Bereik15

MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE17

SAMENVATTING3

INLEIDING6

ONDERZOEKSOPZET EN VERANTWOORDING23

BRONNENLIJST27

COLOFON28

KNELPUNTEN EN ONDERSTEUNING18

Knelpunten18

Ondersteuning21

Home

Previous

2

Next

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

In april en mei van 2026 nodigde LKCA 1.281 professionele podiumkunstgezelschappen in Europees Nederland per post en mail uit om deel te nemen aan een online vragenlijstonderzoek naar hun educatieactiviteiten. Het leverde 161 bruikbare ingevulde vragenlijsten op. In hoeverre deze 161 respondenten representatief zijn voor alle gezelschappen in Nederland, valt op basis van het onderzoek niet te zeggen. Daarom zijn de in dit rapport beschreven resultaten indicatief en beschrijvend.

Veel variatie in soort en grootte

De 161 bevroegde professionele podiumkunstgezelschappen zijn zeer divers qua soort en grootte. Zo is 30 procent een (jeugd) theatergezelschap. 26 procent bestaat uit een variëteit aan muziekgezelschappen, zoals ensembles, orkesten, bands, jazz-gezelschappen, koren en operagezelschappen. De overige zijn muziektheatergezelschappen (12%), (jeugd)dansgezelschappen (9%), circussen (6%) en andersoortige gezelschappen. Ongeveer een derde heeft 1-5 medewerkers (loondienst of zzp'er), een kwart 6-20 en een derde 21 of meer.

Meerdere educatieactiviteiten

De meerderheid (89%; n=142) heeft een of meer educatieactiviteiten. Het is onbekend in hoeverre deze verhouding representatief is voor alle professionele podiumkunstgezelschappen in Nederland, omdat het onderwerp van het onderzoek (educatie) mogelijk ervoor heeft gezorgd dat gezelschappen die geen educatieactiviteiten hebben minder geneigd zijn de vragenlijst in te vullen. Gemiddeld bieden ze vijf soorten educatieactiviteiten aan. Meest genoemd zijn:

- Lessen, workshops of masterclasses
- Concerten of voorstellingen op of voor scholen
- Talentontwikkeling
- Meet & greets, voor- en nagesprekken met makers/spelers

In het trendrapport van 2019 (Dieleman et al., 2019) zien we vergelijkbare patronen. Lessen of workshops waren toen ook de meest genoemde educatieve activiteit.

Scholen belangrijkste doelgroep

Bij verreweg de meeste deelnemende gezelschappen die aan educatie doen zijn scholen de afnemers en deelnemers (83%; n=126). Hierbij gaat het bij twee derde om basisscholen (68%), bij de helft om havo- of vwo-scholen (51%) en bij ruim een derde om vmbo-scholen (37%). Dit komt overeen met de bevindingen uit 2019 (Dieleman et al., 2019).

Een kleiner deel betreft scholen voor het speciaal basisonderwijs (36%) en voortgezet speciaal onderwijs (15%). Ook in 2019 werden deze twee groepen minder vaak genoemd (24%), al is dit percentage niet helemaal vergelijkbaar, omdat beide typen onderwijs destijds één categorie vormden.

Scholen uit het middelbaar en hoger beroepsonderwijs (mbo-scholen 42%; hbo-scholen 45%) en in mindere mate universiteiten (13%) behoren ook tot de afnemers. Het aandeel gezelschappen dat mbo-scholen bereikt, is hoger dan in 2019 (28%).

Andere veelvoorkomende afnemers zijn professionele culturele aanbieders als theaters, muziekscholen en musea (57%), individuen (die dit niet vanuit school of als studieopdracht doen; 55%), zorg- en welzijnsinstellingen (30%), verenigingen of groepen voor amateurkunst of erfgoed (27%) en kinderopvang (18%).

Daarnaast richt twee derde van de podiumkunstgezelschappen (66%) zich met hun educatieactiviteiten op specifieke doelgroepen, zoals mensen met een beperking (40%), met een vluchtverleden (35%), met sociale problematiek (27%) en met neurodivergentie (26%). Een vergelijking met de resultaten uit



ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

2019 is niet goed te maken, omdat het destijds veelal om andere categorieën ging. Alleen de categorie 'mensen met een beperking' is vergelijkbaar en daarin zien we een toename (in 2019 ging het om 12%).

Financiering: vooral subsidies

De gezelschappen financieren hun educatieactiviteiten uit gemiddeld drie verschillende soorten inkomstenbronnen. Meest genoemd zijn:

- Bijdragen deelnemers/afnemers aan of opdrachtgevers van educatieactiviteiten
- Kaartverkoop voorstellingen
- Overheidssubsidie (meerjarig en/of eenmalig)
- Geld uit fondsen

Een vergelijking met de resultaten uit 2019 (Dieleman et al., 2019) is niet goed te maken, omdat de vraagstelling toen anders was.

Ongeveer de helft van de gezelschappen is voor de financiering van educatieactiviteiten afhankelijk van subsidie van fondsen en overheden. Bij overheidssubsidie gaat het bij 88 procent om subsidie van een gemeente, 64 procent van het Rijk en 33 procent van een provincie. Bij financiering uit fondsen gaat het om een grote variëteit aan lokale, regionale en landelijke fondsen: de categorie 'ander fonds' is goed voor 46 procent. Andere vaak genoemde fondsen zijn het Cultuurfonds (43%), VSBfonds (23%) en twee rijkscultuurfondsen: Fonds Podiumkunsten (31%) en Fonds voor Cultuurparticipatie (21%). Deze twee fondsen worden gefinancierd door het Rijk en zijn dus ook te beschouwen als overheidsgeld.

Personeel

Gezelschappen werken met een mix van zzp'ers, medewerkers in loondienst en vrijwilligers, of ze nu wel of geen educatie-

activiteiten hebben. Ruim de helft van de gezelschappen met educatieactiviteiten zet 15 procent of minder van hun personeel hiervoor in (mediaan). Het gemiddelde aantal zzp'ers is hierbij hoger dan het gemiddelde aantal medewerkers in loondienst en vrijwilligers.

Ontvangen ondersteuning

Ruim de helft van de gezelschappen (59%) doet een beroep op ondersteuning voor hun educatieactiviteiten. De belangrijkste partijen hierbij zijn lokale ondersteuners voor kunst en cultuur (35% van de gezelschappen met educatieactiviteiten), koepelorganisaties, bonden of brancheorganisaties voor kunst of erfgoed (25%), impresariaten voor boekingen door scholen (21%), cultuurcoaches/combinatiefunctionarissen (18%), provinciale ondersteuners voor kunst en cultuur (13%) en landelijke ondersteuners op dit terrein (11%).

Knelpunten: financiering, bereik en communicatie

Van alle knelpunten die gezelschappen ervaren bij hun educatieactiviteiten, noemen ze het vaakst financiering (56%). Volgens de gezelschappen komt dat doordat educatieactiviteiten relatief veel menskracht, tijd en geld kosten, terwijl het bereik relatief beperkt is. De twee andere meest genoemde knelpunten zijn dan ook deelnemers en bereik (42%), zichtbaarheid en communicatie (38%). Gezelschappen ervaren vooral bij scholen onvoldoende vraag. Daarbij komt dat sommige scholen volgens gezelschappen weinig budget hebben voor dit soort activiteiten. Van de gezelschappen die zich richten op talentontwikkeling, wijst een aantal op weinig aanwas door het wegvallen van muziekscholen en muziekdocenten.

Om meer deelnemers te genereren is goede communicatie en zichtbaarheid bij doelgroepen nodig, maar dat vraagt veel (extra) tijd, geld en inzet. Dat geldt volgens sommige gezelschappen zeker voor het onderwijs. Ze vinden het soms lastig om bij het

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

onderwijs binnen te komen, zeker als kleiner gezelschap. Ook de gedeeltelijke afhankelijkheid van intermediairs ervaren enkele gezelschappen als lastig.

Educatie is voor professionele podiumkunstgezelschappen dan ook geen kostendekkende, laat staan winstgevende, activiteit. Van de gezelschappen die niet aan educatie doen (11%) noemt een derde ook als reden geen of onvoldoende geld.

Reden om desondanks wel te kiezen om aan educatie te doen, is het belang dat gezelschappen eraan hechten. Wel zijn ze hierbij grotendeels afhankelijk van externe financiering, wat ook weer tijd, inzet en expertise vraagt.

Grootte en locatie doen ertoe

De grootte van het gezelschap lijkt sterk van invloed op het wel of niet aanbieden van educatieactiviteiten. Hoe groter een gezelschap, hoe vaker het aan educatie doet en hoe meer soorten activiteiten het aanbiedt. Ook bereik, (soorten) inkomstenbronnen en gebruik van ondersteuning nemen toe met de grootte van een gezelschap. Gezelschappen met zes of meer werkenden ontvangen bijvoorbeeld vaker overheidssubsidie voor hun educatieactiviteiten. Grotere gezelschappen hebben dus meer menskracht, budget en expertise, voorwaarden voor het kunnen organiseren, financieren en communiceren van educatieactiviteiten.

Naast grootte lijkt ook locatie van belang. Het aandeel gezelschappen dat aan educatie doet, is groter naarmate de gemeente waar zij gevestigd zijn, meer inwoners heeft en sterker stedelijk is. Gezelschappen in grote en sterk stedelijke gemeenten bieden gemiddeld ook meer educatieactiviteiten aan.

Natuurlijk zegt de plek waar een gezelschap gevestigd is lang niet alles over zijn werkgebied en zijn bereik. Maar dat locatie en

afstand het bereik beïnvloeden, blijkt ook uit de ervaren knelpunten. Gezelschappen geven soms aan dat het vervoer naar locaties een probleem is voor bijvoorbeeld scholen.

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

Er zijn in Nederland veel professionele podiumkunstgezelschappen, zoals orkesten, dansgezelschappen, theatergezelschappen en koren. Naast hun hoofdtaak, het geven van optredens en voorstellingen, kunnen zij educatieactiviteiten aanbieden. Daaronder verstaan we alle activiteiten die kinderen, jongeren én volwassenen helpen om meer te leren of te beleven dan alleen het bekijken van een voorstelling of optreden. Denk hierbij aan uitleg of informatie, gesprekken met makers, workshops, kijkjes achter de schermen, lesmateriaal, activiteiten voor scholen of samenwerking met andere organisaties.

Doel- en vraagstelling

De driejaarlijkse Monitor professionele podiumkunstgezelschappen, waarvan dit de eerste editie is, wil zicht geven op:

- Wat professionele podiumkunstgezelschappen doen aan educatie en welke groepen ze daarmee bereiken.
- Onder welke randvoorwaarden zij dit soort activiteiten uitvoeren.
- De knelpunten die gezelschappen ervaren bij hun educatieactiviteiten en van welke ondersteuning ze gebruikmaken.

Door het onderzoek elke drie jaar te herhalen ontstaat een beeld van ontwikkelingen in de educatieactiviteiten van professionele podiumkunstgezelschappen. Dit levert belangrijke informatie op voor brancheverenigingen, overheden en landelijke, provinciale en lokale ondersteuners.

Dit monitoronderzoek bouwt voort op eerdere trendrapportages uit 2012 en 2019 over educatie door podiumkunstgezelschappen (Dieleman et al., 2012; Dieleman et al., 2019), maar is er geen voortzetting van. De vragenlijst is aanzienlijk ingekort en inhoudelijk soms ook aangepast. Daarnaast vonden er, anders dan in 2012 en 2019, geen interviews plaats.

Breder kader: monitorprogramma LKCA

LKCA draagt met onafhankelijk onderzoek bij aan goed onderbouwd beleid en ondersteuning voor cultuureducatie en amateurkunst, zowel landelijk, provinciaal als lokaal. Een onderdeel van ons onderzoekprogramma zijn de monitoronderzoeken. LKCA doet monitoronderzoek naar de verschillende actoren in de werkvelden van cultuureducatie en amateurkunst: (1) beoefenaars/leerlingen/scholieren, (2) aanbieders/scholen, (3) ondersteuners en (4) overheden. De professionele podiumkunstgezelschappen vallen onder aanbieders.

ORGANISATIE



ACTIVITEITEN



MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

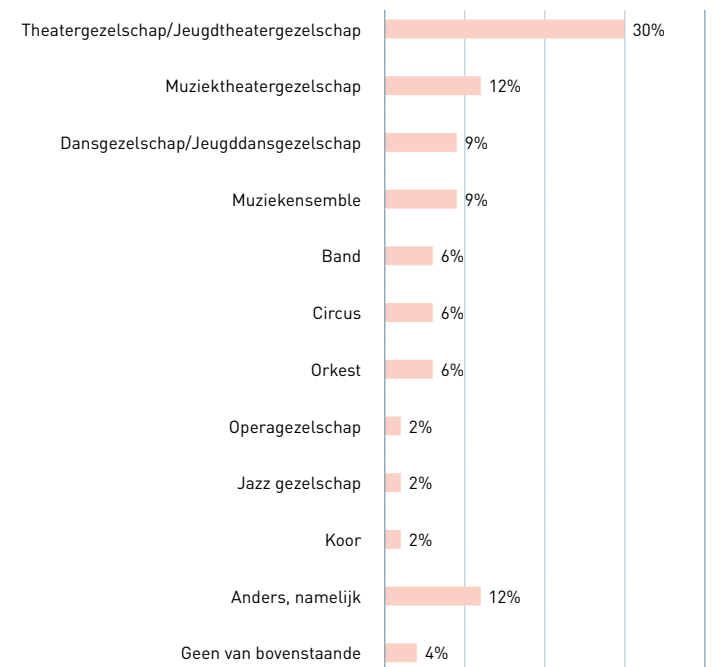
In dit hoofdstuk beschrijven we de organisatie van de podiumgezelschappen. We behandelen achtereenvolgens type organisatie, personeel, inkomstenbronnen en het gebruik van de drie culturele codes.

Type organisatie

Allereerst vroegen we alle respondenten wat voor soort gezelschap ze zijn. Ze konden daarbij één optie aankruisen uit een lijst. De meesten zijn (jeugd)theatergezelschappen (30%), gevolgd door muziektheatergezelschappen (12%), (jeugd)dansgezelschappen (9%) en muziekensembles (9%) (zie grafiek 1). De 4 procent die aangaf tot geen van de categorieën te behoren, kreeg de rest van de vragenlijst niet voorgelegd.

De toelichtingen op de categorie 'anders' (12%) lopen zeer uiteen, variërend van 'Poppentheater' tot 'Cabaretgezelschap' en van 'Mixed Abled Theatergezelschap' tot 'Impresariaat'. Negentien respondenten bleken niet tot de onderzoekspopulatie te behoren: zeven kozen bij de vraag naar het soort gezelschap 'geen van bovenstaande' en twaalf gaven aan geen professioneel podiumkunstgezelschap te zijn. Deze 19 respondenten (12% van de 161) zijn niet meegenomen in de analyses van de andere vragen.

GRAFIEK 1: TYPE GEZELSCHAP. Omschrijving van de deelnemende gezelschappen (n=161)



ORGANISATIE

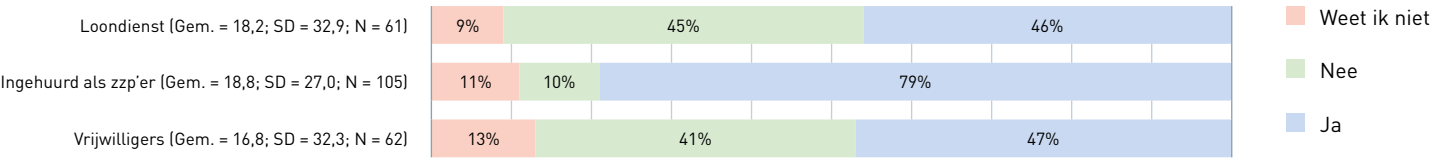


ACTIVITEITEN



MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

GRAFIEK 2: MEDEWERKERS. Percentage gezelschappen met/zonder medewerkers in loondienst, als zzp'ers en/of als vrijwilligers (n=133)



Personeel

Grafiek 2 laat zien dat de gezelschappen, met en zonder educatieactiviteiten, medewerkers in loondienst hebben, zzp'ers inhuren en/of werken met vrijwilligers. Hieruit blijkt dat gezelschappen draaien op een mix van de drie typen medewerkers: mensen in loondienst, zzp'ers en vrijwilligers. Tussen haakjes achter de categorie staan het gemiddelde (Gem.), de standaarddeviatie (SD) en het aantal gezelschappen waarop dit gemiddelde is gebaseerd (N). Dit is berekend onder de gezelschappen die dit type medewerker daadwerkelijk hebben (dus exclusief de gezelschappen die aangaven geen werkenden van dit type te hebben). Het gemiddelde aantal zzp'ers is hoger (18,8) dan het gemiddelde aantal medewerkers in loondienst (18,2) en vrijwilligers (16,8).

Gezelschappen in grotere gemeenten (met meer dan 150.000 inwoners) en met een sterke tot zeer sterke stedelijkheidsgraad lijken meer medewerkers in loondienst te hebben. Het inhuren van zzp'ers daarentegen lijkt iets vaker voor te komen bij gezelschappen in kleinere gemeenten (50.000 tot 150.000 inwoners) die niet tot weinig stedelijk zijn. Voor vrijwilligers zagen we hierbij geen duidelijke verschillen.

Gezelschappen met educatieactiviteiten zetten gemiddeld 33 procent van hun medewerkers hiervoor in (n=87 van de 127

gezelschappen met educatieactiviteiten). Maar de antwoorden lopen sterk uiteen, dus in dit geval is het beter te kijken naar de mediaan¹: die ligt op 15 procent. Het is overigens opvallend dat 16 procent zegt alle medewerkers in te zetten voor educatieactiviteiten.

We hebben ook gekeken in hoeverre de grootte van het gezelschap samenhangt met het percentage medewerkers voor educatieactiviteiten. De vrijwilligers hebben we hierin niet meegenomen, omdat het ons ging om de medewerkers waarvan het hun beroep is. We onderscheiden drie categorieën: klein (1-5 werkenden), middelgroot (6-20 werkenden) en groot (21 of meer werkenden).²

De analyse laat een patroon zien dat de wat kleinere gezelschappen, vaak gevestigd in kleinere gemeenten met een lage stedelijkheidsgraad, een groter percentage van de medewerkers inzetten voor educatie. Wellicht omdat ze vergelijkbare taken moeten doen met minder mensen.

¹ De mediaan is het middelste getal in een gesorteerde reeks van data. Precies de helft van de waarden is kleiner dan de mediaan en de andere helft is groter. In datareeksen die zeer uiteenlopen, geeft deze maat een beter beeld dan het gemiddelde.

² Het aantal respondenten voor iedere categorie is voldoende (groter dan 20) om inhoudelijke verschillen tussen kleinere en grotere gezelschappen te kunnen benoemen.

ORGANISATIE



ACTIVITEITEN



MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE



Inkomstenbronnen

We hebben gezelschappen gevraagd hoe zij hun educatieactiviteiten financieren. Daarbij kruist 64 procent drie of minder soorten inkomstenbronnen aan. Meest genoemde inkomstenbronnen zijn de bijdragen van deelnemers, afnemers of opdrachtgevers zelf (76%). Daarna volgen kaartverkoop van voorstellingen (53%), subsidie van fondsen (50%), en meerjarige overheidssubsidie (48%) (zie grafiek 3). Gezelschappen in grotere gemeenten met een hogere stedelijkheidsgraad lijken gemiddeld uit meer inkomstenbronnen te putten. Al is enige voorzichtigheid hier geboden, gezien het geringe aantal gezelschappen in kleine, minder stedelijke gemeenten.

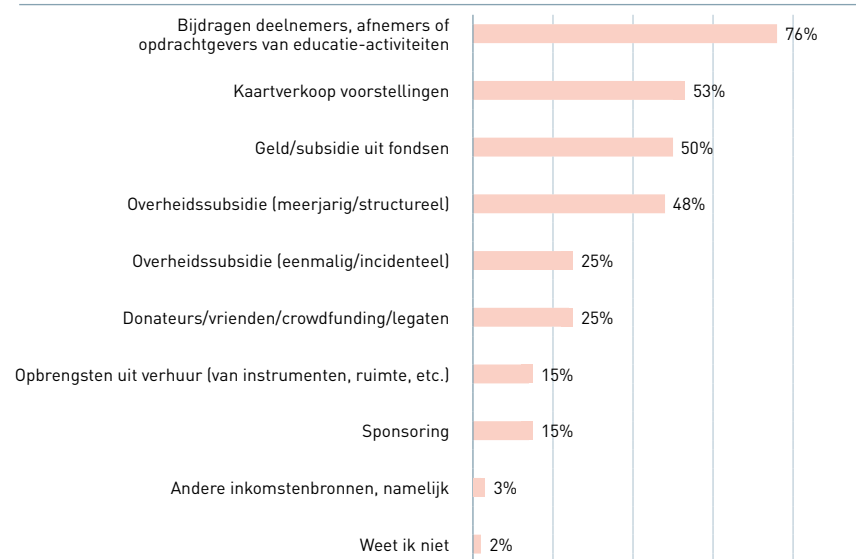
Bijdragen van deelnemers, afnemers en opdrachtgevers

Er lijkt een relatie te zijn tussen gemeentegrootte en deze inkomstenbron: 55 procent van de gezelschappen in kleine gemeenten (minder dan 50.000 inwoners) noemt deze inkomstenbron. Dit is aanzienlijk minder dan gezelschappen in gemeenten met 50.000-150.000 inwoners (75%) en met meer dan 150.000 inwoners (79%). Eenzelfde patroon zien we terug bij de grootte van het gezelschap: gezelschappen met 1-5 en 6-20 werkenden kruisen deze inkomstenbron minder vaak aan (respectievelijk 67% en 75%) dan gezelschappen met 21 of meer werkenden (92%).

Kaartverkoop voorstellingen

Kaartverkoop van reguliere voorstellingen is voor 53 procent van de respondenten een inkomstenbron voor hun educatieactiviteiten. Kleine gezelschappen (1-5 werkenden) in niet tot weinig stedelijke gemeenten kruisen deze inkomstenbron minder vaak aan dan andere gezelschappen. De verschillen zijn het grootst als het gaat om stedelijkheidsgraad (27% tegenover 50% en 56%) en het kleinst als het gaat om de grootte van het gezelschap (44% tegenover 57% bij middelgrote en 57% bij grote gezelschappen).

GRAFIEK 3: INKOMSTENBRONNEN. Percentage van gezelschappen met educatieactiviteiten (n=118)



ORGANISATIE



ACTIVITEITEN



MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE



Fondsen

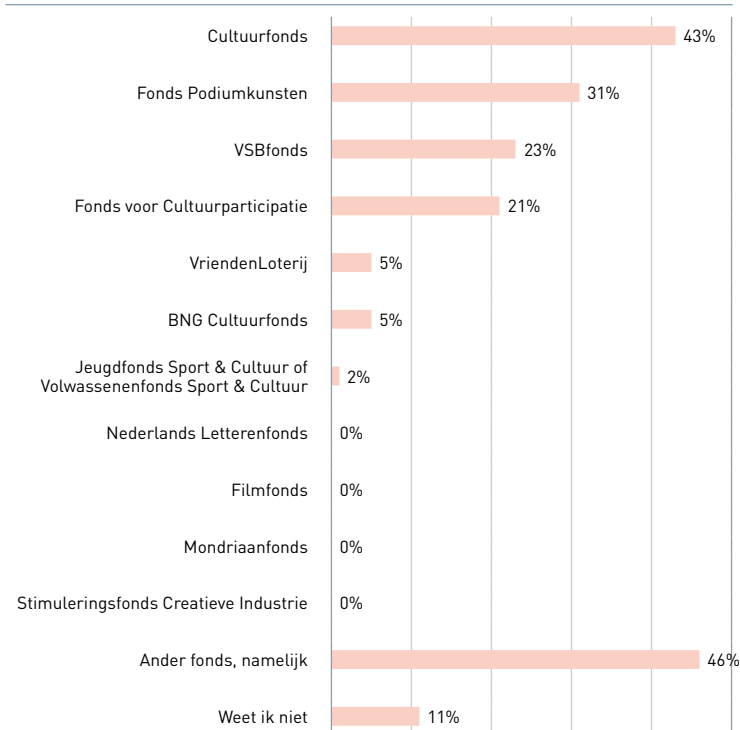
Bijna de helft van de gezelschappen (46%) krijgt geld van één fonds – daaronder zeven die niet weten van welk fonds – 23 procent van twee fondsen en de overige drie of meer.

Van de grote landelijke fondsen noemen de meeste het Cultuurfonds (43%), gevolgd door het Fonds Podiumkunsten (31%), het VSBfonds (23%) en het Fonds voor Cultuurparticipatie (21%). Het Fonds Podiumkunsten en het Fonds voor Cultuurparticipatie zijn rijkscultuurfondsen en de facto gaat het hier dus om bekostiging door de overheid.

De categorie 'Ander fonds' is het vaakst aangekruist (zie grafiek 4). In de toelichtingen noemen gezelschappen ELJA Foundation, Fonds21, De Versterking, Lira Fonds en Vfonds het vaakst. De overige fondsen zijn zeer divers en betreffen wellicht kleinere en soms private fondsen, zoals enkele respondenten melden.

Voorals grote gezelschappen in sterk tot zeer sterk stedelijke gemeenten lijken subsidie uit fondsen te gebruiken voor de

GRAFIEK 4: INKOMSTENBRON FONDSEN. Percentage van de gezelschappen met educatie-activiteiten die deze vraag kregen (n=61)



ORGANISATIE



ACTIVITEITEN



MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE



financiering van hun educatieactiviteiten. Dergelijke verschillen per fonds zijn vanwege te kleine subgroepen niet aan te tonen.

Overheidssubsidie

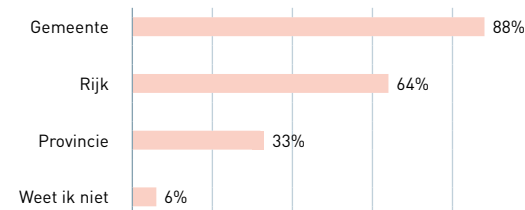
Van de gezelschappen met educatieactiviteiten financiert 56 procent deze met (meerjarige en/of eenmalige) overheids-subsidie (n=118): 17 procent ontvangt zowel meerjarige als eenmalige overheidssubsidie, 39 procent een van beide. Zowel meerjarige als eenmalige overheidssubsidie zijn vaker van toepassing op gezelschappen gevestigd in grotere gemeenten met een sterke tot zeer sterke stedelijkheidsgraad en met 21 of meer medewerkers in dienst.

Van de respondenten die meerjarige en/of eenmalige subsidie krijgen (n=66), ontvangt 27 procent geld van één overheid, 42 procent van twee en 24 procent van alle drie overheidslagen; vier gezelschappen weten niet van welke overheid. De meerderheid (88%) financiert educatieactiviteiten met subsidie van de gemeente, 64 procent met subsidie van het Rijk en 33 procent met subsidie van de provincie (zie grafiek 5).

Gezelschappen in gemeenten met 50.000 tot 150.000 inwoners financieren educatie minder vaak met subsidie van het Rijk dan gezelschappen in grote gemeenten met meer dan 150.000 inwoners (50% tegenover 67%). Bij de provinciale subsidie is dat precies andersom (70% tegenover 25%). Dit moet voorzichtig geïnterpreteerd worden vanwege de kleine groepsomvang.

Grote gezelschappen met 21 of meer werkenden gebruiken vooral subsidie van het Rijk (74% tegenover 50% van de kleine en 23% van de middelgrote gezelschappen).

GRAFIEK 5: INKOMSTENBRON OVERHEID. Percentage gezelschappen met educatieactiviteiten (n=66)



ORGANISATIE

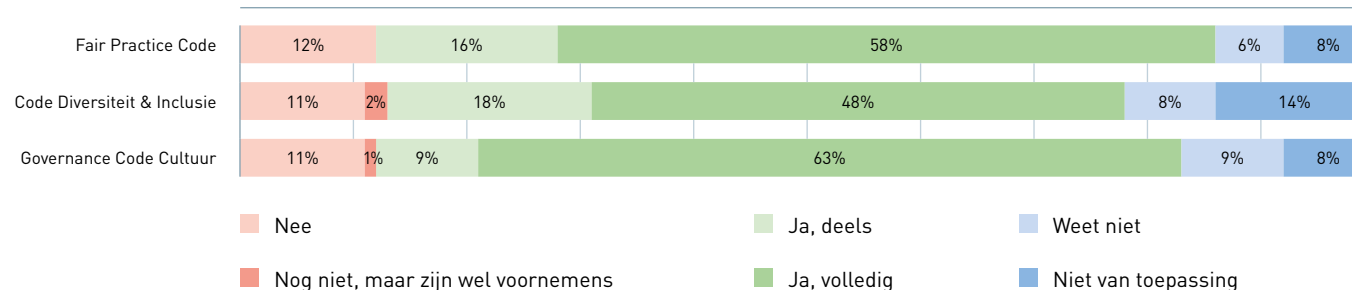


ACTIVITEITEN



MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

GRAFIEK 6: TOEPASSEN CODES. Percentages over het toepassen van de codes door gezelschappen met en zonder educatieactiviteiten (n=132)



Codes

De culturele sector kent drie landelijke codes:

- Fair Practice Code, een gedragscode voor ondernemen en werken in kunst, cultuur en creatieve industrie. 74 procent van de respondenten past deze Code geheel of gedeeltelijk toe;
- Governance Code Cultuur voor goed bestuur en toezicht. 72 procent past deze code geheel of gedeeltelijk toe;
- Code Diversiteit & Inclusie voor het verankeren van diversiteitsbeleid in de organisatie. 66 procent past deze code geheel of gedeeltelijk toe (zie grafiek 6).

Grote gezelschappen in gemeenten met meer dan 150.000 inwoners en een sterke tot zeer sterke stedelijkheidsgraad en met 21 of meer werkenden in de organisatie passen de codes vaker toe dan andere gezelschappen. Vooral de grootte van de organisatie is indicatief (voor aantal inwoners en stedelijkheidsgraad is de groepsgrootte te klein voor een duidelijke interpretatie).

Omdat het toepassen van codes soms een subsidievoorwaarde is, is gekeken of er een verschil is tussen gezelschappen die subsidie als inkomstenbron noemen. Gezelschappen die

subsidie van een overheid of van fondsen ontvangen, passen vaker de verschillende codes volledig toe. Of dit komt doordat het een subsidievoorwaarde is, kunnen we met dit onderzoek niet beantwoorden.

Samenvattend

De grootste groep van de respondenten bestaat uit (jeugd) theatergezelschappen (30%). Een groot deel heeft geen medewerkers in loondienst (45%). De gezelschappen lijken te draaien op zzp'ers, al dan niet in combinatie met medewerkers in loondienst en vrijwilligers. Ruim de helft van de gezelschappen met educatieactiviteiten zet 15 procent of minder van hun mensen hiervoor in (mediaan). Gemiddeld ligt dit percentage hoger bij de kleinere gezelschappen, mogelijk omdat zij vergelijkbare taken doen met minder mensen.

Gezelschappen bekostigen de educatieactiviteiten uit een mix van inkomstenbronnen, waarbij bijdragen van deelnemers/afnemers/opdrachtgevers, inkomsten uit kaartverkoop van reguliere voorstellingen, meerjarige overheidssubsidie en fondsen de belangrijkste zijn. Voor al deze bronnen geldt dat kleinere gezelschappen ze minder vaak noemen. Deze gezelschappen passen ook minder vaak de codes toe.

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

In dit hoofdstuk beschrijven we de educatieve activiteiten van professionele podiumkunstgezelschappen. Aan bod komen om welke activiteiten het gaat en wat het bereik daarvan is.

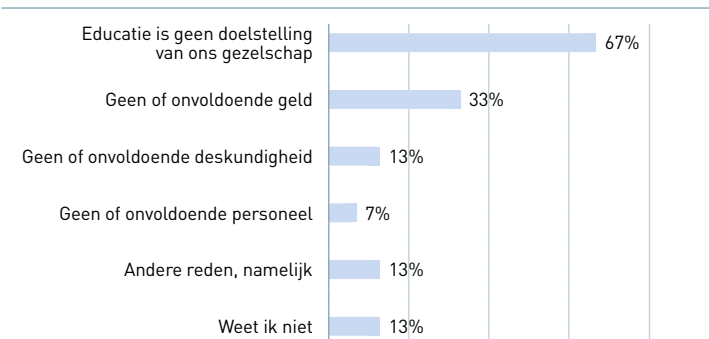
Educatieactiviteiten

De meerderheid van de professionele podiumkunstgezelschappen (89%) was in de afgelopen twaalf maanden actief met educatie. Deze gezelschappen zijn vooral gevestigd in gemeenten met meer dan 150.000 inwoners en met een sterke tot zeer sterke stedelijkheidsgraad, al is voorzichtigheid hier geboden vanwege de beperkte groepsgrootte. Verschillen tussen grote(re) en kleine gezelschappen zijn erg klein.

Mogelijk is bovenstaand percentage niet representatief, omdat dit vragenlijstonderzoek specifiek gaat over educatie. Daardoor zijn gezelschappen zonder educatieactiviteiten mogelijk niet aan de vragenlijst begonnen. Het percentage gezelschappen met educatie kan dus een overschatting zijn.

11 procent van de gezelschappen heeft geen educatieactiviteiten. Gevraagd naar redenen om geen educatieactiviteiten uit te voeren antwoordt de meerderheid (67%) dat dit geen doelstelling is van het gezelschap (zie grafiek 7). Andere genoemde redenen zijn gebrek aan geld (33%), deskundigheid (13%) of personeel (7%).

GRAFIEK 7: REDEN GEEN EDUCATIEACTIVITEITEN. Percentage van gezelschappen zonder educatieactiviteiten (n=15)



ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

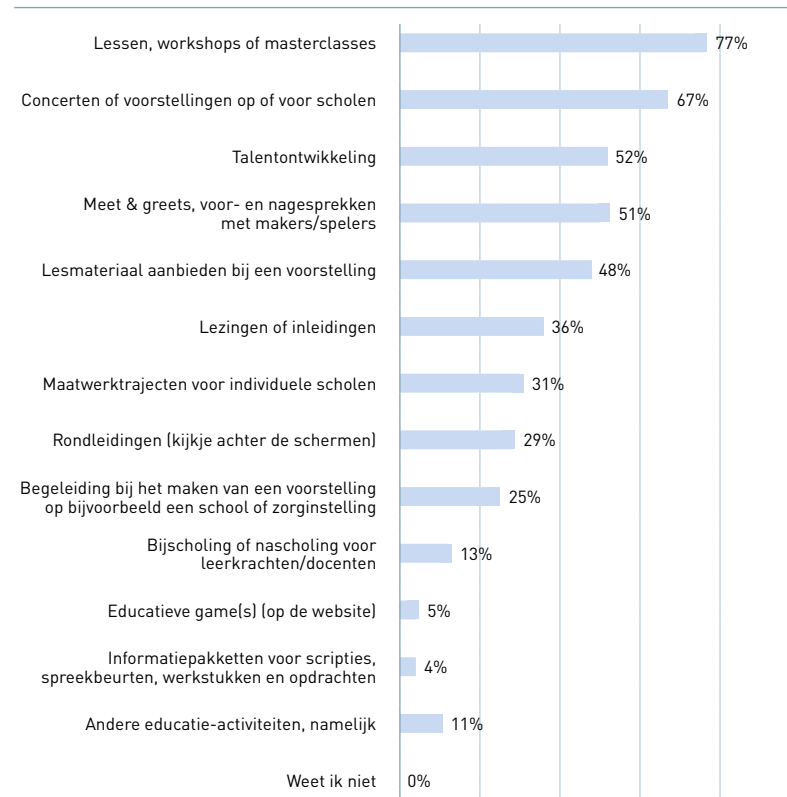
MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

Bij gezelschappen die wél aan educatie doen, gaat het om gemiddeld vijf verschillende activiteiten (n=127). Dit aantal is groter bij grote gezelschappen in gemeenten met meer dan 150.000 inwoners en met een sterke tot zeer sterke stedelijkheidsgraad.

Lessen, workshops en masterclasses zijn de meest ingezette activiteit (77%), gevolgd door concerten of voorstellingen voor scholen (67%). Andere veelvoorkomende activiteiten zijn talentontwikkeling (52%), meet & greets (51%), het aanbieden van lesmateriaal bij voorstellingen (48%). Lezingen of inleidingen (36%), maatwerktrajecten voor scholen (31%), rondleidingen (29%) en het begeleiden van bijvoorbeeld scholen of zorginstellingen bij het maken van een voorstelling (25%) komen ook geregeld voor (zie grafiek 8).

Grote gezelschappen in grote gemeenten en in sterk verstedelijkt gebieden hebben vaker lessen, workshops of masterclasses, meet & greets, voor- en nagesprekken, maatwerktrajecten, lezingen of inleidingen en talentontwikkeling. Gezelschappen gevestigd in gemeenten met minder dan 50.000 inwoners doen minder vaak aan talentontwikkeling.

GRAFIEK 8: EDUCATIEACTIVITEITEN. Percentage van gezelschappen met educatieactiviteiten (n=127)



ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

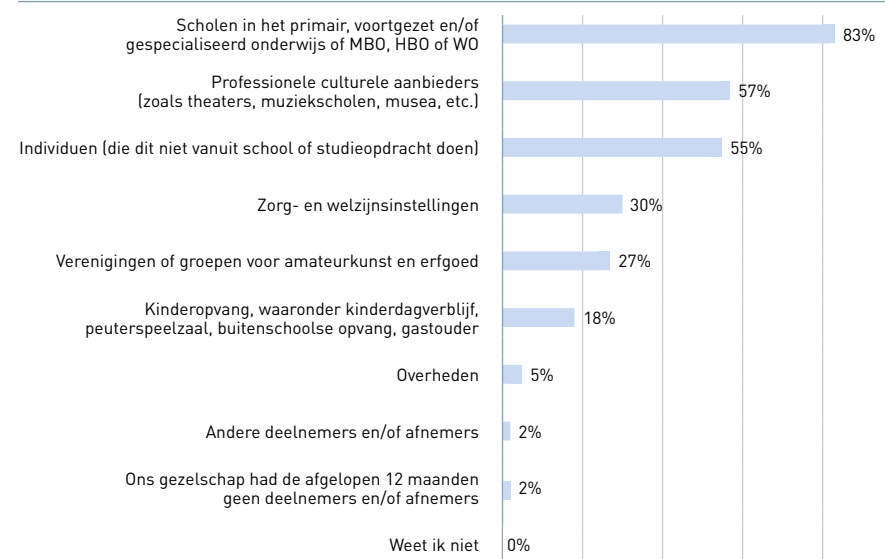
Er zijn verschillende soorten deelnemers of afnemers. Gemiddeld bereiken gezelschappen drie verschillende soorten partijen. Bij grote gezelschappen in grote gemeenten in sterk verstedelijkte gebieden is dit aantal groter, al zijn de verschillen niet heel groot.

De meest genoemde deelnemers of afnemers zijn scholen (83%). Verder bereikt 57 procent professionele culturele aanbieders (theaters, muziekscholen, musea, et cetera), 55 procent individuele gebruikers, 30 procent zorg- en welzijnsinstellingen, 27 procent amateurkunst- of erfgoedverenigingen of -groepen, 18 procent kinderopvang en 5 procent overheden (zie grafiek 9).

Bij enkele afnemers en deelnemers zien we een relatie met gemeentegrootte, stedelijkheid en grootte van het gezelschap:

- Hoe groter de vestigingsplaats van het gezelschap, hoe meer gezelschappen professionele culturele aanbieders als theaters, muziekscholen en musea bereiken.
- Gezelschappen in kleine, niet-stedelijke gemeenten lijken nauwelijks individuele gebruikers te bereiken.
- Grote gezelschappen bereiken vaker individuele gebruikers, kinderopvang, professionele culturele aanbieders en verenigingen/groepen dan kleine en middelgrote gezelschappen.

GRAFIEK 9: GEBRUIKERS EDUCATIEACTIVITEITEN. Percentage van gezelschappen met educatieactiviteiten (n=126)



ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

Bereik onderwijs

Bij de 104 gezelschappen die het onderwijs bereiken, gaat het gemiddeld om drie soorten scholen. Dit aantal is groter bij grote gezelschappen in grote, sterk verstedelijkte gemeenten, al zijn de verschillen niet heel groot.

Bij 68 procent van de gezelschappen zijn het basisscholen die van de activiteiten gebruikmaken. Daarnaast gaat het om havo- of vwo-scholen (51%), hbo-instellingen (45%), mbo-instellingen (42%), vmbo-scholen (37%), gespecialiseerd basisonderwijs (36%), gespecialiseerd voortgezet onderwijs (15%) en universiteiten (13%) (zie grafiek 10).

Het percentage dat gespecialiseerd onderwijs bereikt, ligt hoger bij gezelschappen gevestigd in kleine, niet-stedelijke gemeenten, al gaat het hier om een kleine groep van acht gezelschappen. Gezelschappen uit grotere en (zeer) sterk stedelijke gemeenten bereiken vaker het voortgezet en hoger onderwijs. Dat komt deels omdat dit type onderwijs niet aanwezig is in kleine en minder stedelijke gemeenten.

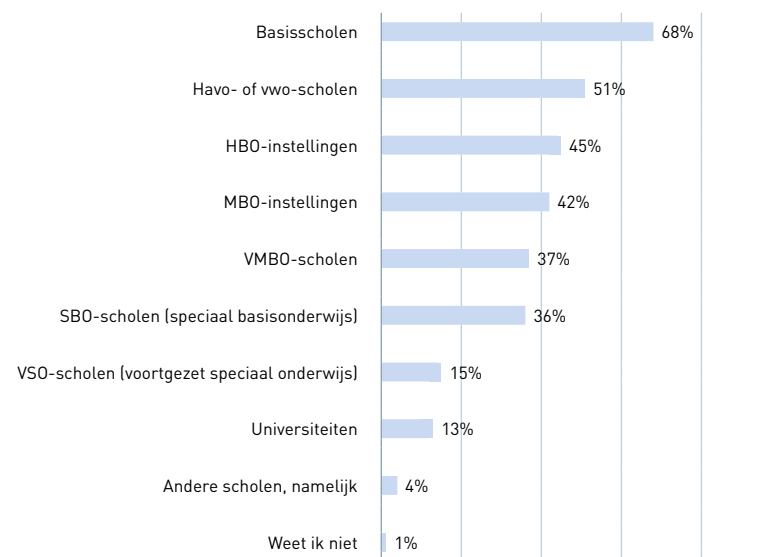
Samenvattend

89 procent van de respondenten biedt educatieactiviteiten aan. De 11 procent die dit niet doet, noemt als belangrijkste reden dat dit geen doelstelling is van hun gezelschap.

Lessen, workshops en masterclasses en voorstellingen zijn de meest genoemde educatieactiviteiten. Grotere gezelschappen bieden meer verschillende educatieactiviteiten aan dan kleinere.

Scholen, andere culturele aanbieders en individuele gebruikers zijn de belangrijkste afnemers van het educatieaanbod.

GRAFIEK 10: TYPE SCHOLEN DIE GEBRUIKMAKEN VAN EDUCATIEACTIVITEITEN. Percentage van gezelschappen die scholen bereiken met educatieactiviteiten (n=104)



ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

In dit hoofdstuk beschrijven we of professionele podiumkunst-gezelschappen zich met hun educatieaanbod op specifieke doelgroepen richten.

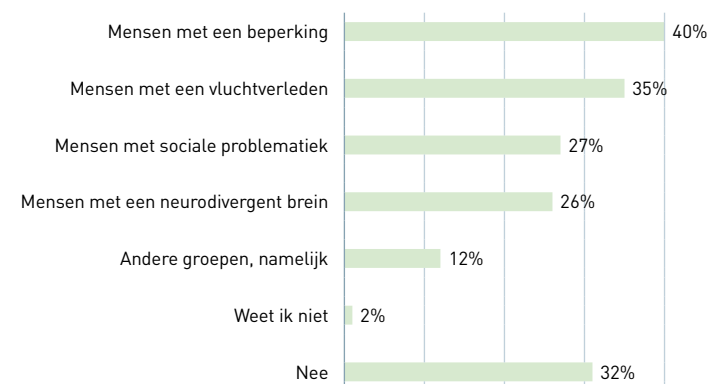
Een derde van de gezelschappen (32%) richt zich met educatie niet op specifieke doelgroepen. Dit geldt vooral voor kleine gezelschappen in kleine, niet- tot weinig stedelijke gemeenten.

Bij 63 procent van de gezelschappen die zich wel richten op een specifieke groep, gaat het om één of twee groepen (n=83). Vaak zijn dit mensen met een beperking (40%) en met een vluchtverleden (35%). In mindere mate betreft het mensen met sociale problematiek (zoals eenzaamheid of schuldenproblematiek, 27%) en mensen met neurodivergentie (26%) (zie grafiek 11). Of dit ook betekent dat ze daar specifiek aanbod voor ontwikkelen, is niet gevraagd in dit onderzoek.

Bij de doelgroepen zien we geen duidelijke relaties met grootte van het gezelschap of vestigingsplaats. Uitzondering daarop is de doelgroep mensen met een vluchtverleden. Gezelschappen met 21 of meer werkenden noemen deze groep vaker (51%) dan kleinere gezelschappen (23% en 32%), net als gezelschappen in gemeenten met 50.000 tot 150.000 inwoners (52%).

Een aantal respondenten licht de aangekruiste categorie 'andere groepen' toe. Zo benadrukken vier gezelschappen dat ze voor iedereen toegankelijk willen zijn. Eén van hen zegt hierover: *"Iedereen is welkom, er zijn bij ons geen audities. Dat zorgt voor een diverse groep, met onder andere mensen met een beperking en neurodivergent brein."* Daarnaast noemen drie respondenten ouderen of juist kinderen/jongeren, soms nog verder gespecificeerd als *"bejaarden in een verzorgingstehuis"* en *"kinderen die niet vanzelfsprekend van huis uit in aanraking komen met kunst en dans als podiumkunst"*. Andere genoemde doelgroepen zijn mantelzorgers, ziekenhuispatiënten, families met weinig geld of mensen met een mentale kwetsbaarheid.

GRAFIEK 11: SPECIFIEKE DOELGROEPEN EDUCATIEACTIVITEITEN.
Percentage van gezelschappen met educatieactiviteiten (n=126)



ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

In dit hoofdstuk beschrijven we de knelpunten die gezelschappen ervaren bij hun educatieactiviteiten en van welke externe organisatie of personen ze ondersteuning krijgen.

Knelpunten

82 procent van de deelnemende gezelschappen ervaart knelpunten bij hun educatieactiviteiten. De overige 18 procent die zegt geen knelpunten te ervaren zijn vaak kleine gezelschappen met 1 tot 5 werkenden (31%, tegen 7% van de middelgrote en 15% van de grote), gevestigd in kleinere, niet tot weinig stedelijke gemeenten. Voorzichtigheid is hier wel geboden vanwege de kleine groepsomvang.

Van de gezelschappen met knelpunten (82%; n=96) ervaart 21 procent één knelpunt, 24 procent twee knelpunten, 23 procent drie en 32 procent vier of meer. We vonden geen duidelijke relaties met grootte van het gezelschap of vestigingsplaats.

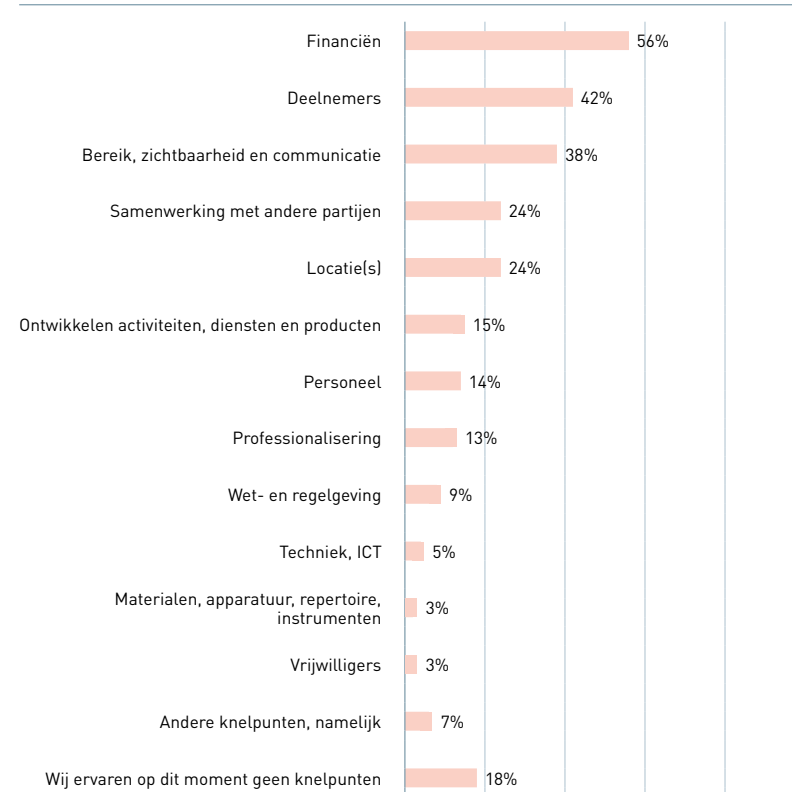
De meeste genoemde knelpunten zijn financiën (56%), deelnemers (42%) en bereik/zichtbaarheid en communicatie (38%). Daarnaast noemt bijna een kwart samenwerking en locaties als knelpunt (zie grafiek 12).

Financiën

Ruim de helft ervaart financiën als knelpunt. Voor de grootte van vestigingsplaats zien we weinig verschillen of is de groeps-grootte te klein. Kijkend naar het aantal werkenden valt op dat middelgrote gezelschappen vaker financiën als knelpunt noemen (70%) dan kleine (51%) en grote gezelschappen (50%).

Elf respondenten zeggen dat het budget van afnemers, met name scholen, te laag is, waardoor ze gemaakte kosten niet kunnen dekken. Aanvullende financiering is dan nodig, maar volgens acht respondenten kost het aanvragen van (project) subsidies veel tijd en is de uitkomst onzeker: *“Is altijd lastig in*

GRAFIEK 12: KNELPUNTEN. Percentage van gezelschappen met educatieactiviteiten (n=117)



ORGANISATIE

deze sector! Veel tijd kwijt aan werven van inkomsten/financiële middelen, terwijl we willen creëren. Een aantal respondenten meldt geen (aanvullende) financiering voor educatieactiviteiten te hebben, maar die toch aan te bieden, omdat ze het belangrijk vinden.

Gezelschappen merken dat hun kosten stijgen of niet in verhouding staan tot de inkomsten die ze genereren: *“Educatieprojecten zijn doorgaans intensieve trajecten waarbij veel medewerkers nodig zijn. Dat maakt het verhoudingsgewijs duurdere projecten met een kleiner bereik.”* Een aantal geeft aan dat kosten stijgen door toepassing van de Fair Practice Code (zie hoofdstuk ‘Organisatie’).

Deelnemers

Voor 42 procent vormen (gebrek aan) deelnemers een knelpunt. Gezelschappen in een sterk verstedelijkte (46%) en grote gemeenten (48%) noemen dit vaker. Bij de andere gezelschappen liggen deze percentages tussen de 17 en 27 procent.

De meeste gezelschappen zien weinig interesse bij individuen en scholen voor hun educatieactiviteiten: *“Scholen zijn erg druk en daarom niet direct geïnteresseerd in extra activiteiten.”* Voor scholen is volgens een respondent ook het vervoer lastig te organiseren of te financieren.

Drie respondenten merken dat deelnemers minder bereid zijn om zich voor langere tijd te committeren aan een project. Soms vinden ze de onderwerpen van de voorstellingen ongeschikt: *“We ervaren de laatste tijd weerstand op scholen bij leerlingen/studenten om zich te wagen aan thema’s die wij behandelen, zoals democratie, gender, seksuele en culturele diversiteit”.*

Daarnaast melden drie respondenten dat voor hun activiteiten voor talentontwikkeling te weinig aanwas is, omdat er minder muziekscholen en muziekdocenten zijn.

Bereik, zichtbaarheid en communicatie

38 procent van de deelnemende gezelschappen ervaart een knelpunt met bereik, zichtbaarheid en communicatie. Bij grote gezelschappen komt dit beduidend minder vaak voor (25%) dan bij de overige gezelschappen (41-44%). Voor stedelijkheidsgraad en gemeentegrootte zagen we geen grote verschillen tussen gezelschappen.

Elf respondenten noemen gebrek aan tijd en geld als reden voor dit knelpunt. Een respondent zegt hierover: *“Communicatie is duur, versnipperd en er is veel effort nodig om alle verschillende doelgroepen te bereiken (en specifiek om de doelgroep onderwijs te bereiken als cultuuraanbieder).”* Binnenkomen, zeker als kleine speler, bij diverse media vinden ze lastig en één respondent vult daarbij aan: *“Omdat (sociale) platformen die voorheen belangrijk waren voor marketing (zoals Facebook, Instagram, Twitter) sterk aan populariteit verliezen, valt een groot deel van de marketingreikwijdte weg.”*

Drie respondenten vinden vooral het bereiken van nieuwe doelgroepen lastig. Drie anderen vinden het lastig dat ze bij het bereiken van scholen afhankelijk zijn van intermediairs.

Samenwerking met andere partijen

Een kwart van de gezelschappen ervaart knelpunten in de samenwerking met andere partijen. Dit lijkt vooral het geval bij de grote gezelschappen (35% tegenover 15% bij middelgrote en 21% bij kleine gezelschappen). Voor stedelijkheidsgraad en gemeentegrootte zagen we geen grote verschillen tussen gezelschappen.

De toelichtingen bij het knelpunt lopen zeer uiteen. Een enkeling noemt ook hier de samenwerking met intermediairs: die hebben het vaak druk of de communicatie verloopt niet altijd goed. Volgens een andere respondent geldt dat alleen bij theaters en schouwburgen. Wat er nodig is volgens één van hen:

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

“Het is belangrijk dat er een keten is van educatiemedewerkers, bij het gezelschap, bij het impresariaat en bij de theaters.” Eén respondent steekt ook de hand in eigen boezem: *“Samenwerken met partners kost echter veel extra tijd en energie, om zaken voortdurend goed op elkaar te blijven afstemmen, en dat gaat regelmatig ten koste van ons bereik. Daardoor is verhouding organisatie en uitvoering van activiteiten regelmatig uit balans.”* In een enkel geval ervaren gezelschappen ook gevoelens van concurrentie.

Locaties

Bijna een kwart heeft moeite met het vinden van goede locaties voor het geven van voorstellingen. Gezelschappen in kleinere gemeenten noemen dit minder vaak (9% tegenover 23-35% bij de andere gezelschappen). Voor stedelijkheidsgraad en aantal werkenden zagen we geen grote verschillen tussen gezelschappen.

Wanneer een locatie wel geschikt is, zijn de kosten vaak te hoog. Niet alle scholen hebben goede ruimtes voor een voorstelling of educatieactiviteiten. Wanneer voorstellingen plaatsvinden op een andere locatie, is het vervoer voor scholen soms een probleem. Verder wijzen respondenten op stijgende kosten voor het huren van repetitieruimtes bij theaters en schouwburgen.

Overige knelpunten

De toelichtingen bij de categorie ‘andere knelpunten’ lopen zeer uiteen.

Bij het knelpunt ‘personeel’ zeggen sommige respondenten dat het ontwikkelen van educatie veel tijd en geld vraagt: *“Het ontwikkelen en opzetten van educatieve activiteiten vraagt om meer personele inzet. Omdat dit niet altijd kan, zorgt dat voor een rem op de ontwikkeling,”* aldus een respondent.

Ook enkele andere respondenten zeggen te weinig personeel in dienst te (kunnen) hebben. Het vinden van geschikt personeel en verdere professionalisering blijkt voor sommigen ook een uitdaging: *“Er is niet veel tijd voor extra scholing als team. De momenten dát we allemaal samen kunnen komen, gebruiken we voor overleg.”*

In de toelichting op het knelpunt ‘wet- en regelgeving’ zegt een respondent dat de Wet deregulering beoordeling arbeidsrelaties, (bedoeld om schijnzelfstandigheid tegen te gaan) zorgt voor kopzorgen: *“De wet DBA dwingt ons om zeer ingrijpende afspraken met zzp’ers door te voeren en die zetten de relatie behoorlijk onder druk.”* In het algemeen blijkt uit de toelichtingen dat gezelschappen wet- en regelgeving ervaren als extra administratieve last.

Concluderend valt op dat de genoemde knelpunten samenhangen: beperkte financiële ruimte leidt tot personeelstekorten, waardoor er minder capaciteit is voor ontwikkeling en professionalisering van educatieve activiteiten.

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

Voor hun educatieactiviteiten benut 59 procent activiteiten, diensten of producten van één of meer ondersteunende partijen. Het lijkt erop dat kleine en middelgrote gezelschappen dit minder vaak doen (46%) dan grote gezelschappen (80%).

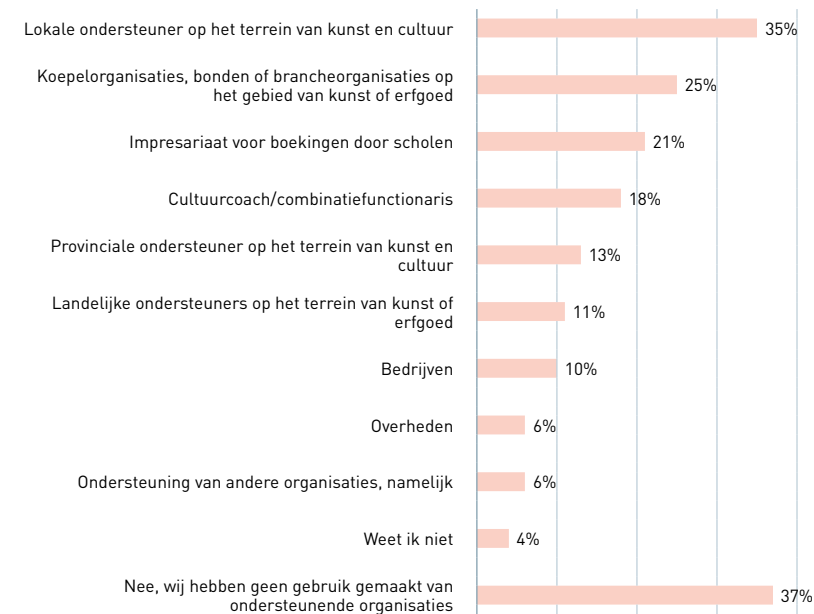
Van de gezelschappen die een beroep doen op ondersteuning (n=73) benut een derde (33%) één, 33 procent twee en de overige 34 procent drie of meer ondersteunende organisaties. We konden hierin geen relaties constateren tussen het aantal ondersteuners en de grootte van gezelschappen en vestigingsplaats en de mate van stedelijkheid.

Meest genoemd zijn lokale ondersteuners (35%), koepelorganisaties/bonden/brancheorganisaties (25%) of een impresariaat voor boekingen door scholen (21%) (zie grafiek 13).

Ook hier konden we geen relaties constateren tussen de grootte van gezelschappen en hun vestigingsplaats en het soort ondersteuner waarop ze een beroep doen.

De categorie 'ondersteuning van andere organisaties' is zeer divers, blijkt uit de toelichting van respondenten, met onder andere collega-gezelschappen uit het buitenland, andere educatieaanbieders, musea of concertzalen.

GRAFIEK 13: GEBRUIK SOORT ONDERSTEUNING. Percentage van gezelschappen met educatieactiviteiten (n=124)



ORGANISATIE

Kleinere gezelschappen ervaren minder knelpunten bij educatieve activiteiten. De vraag is hoe dat komt: zijn de lijntjes korter, hebben zij minder nodig of zegt het iets over ambities? De meerderheid van de respondenten (82%) ervaart wel knelpunten en bij 79 procent gaat het om twee of meer. Meest genoemd is gebrek aan financiën: de kosten van educatie zijn hoog en stijgen, terwijl het budget bij deelnemers, afnemers en opdrachtgevers beperkt is en soms zelfs daalt. Het aanbieden van educatieve activiteiten lukt niet kostendekkend en aanvullende financiering is vaak nodig.

ACTIVITEITEN

Ook ervaren gezelschappen te weinig interesse voor hun aanbod. Dit hangt samen met gebrek aan tijd en geld die nodig zijn om het aanbod onder de aandacht te brengen. Of ze zijn afhankelijk van intermediairs die hun aanbod onder de aandacht brengen. Om dit goed te laten verlopen zijn communicatie en afstemming nodig, maar daarvoor ontbreekt vaak de tijd.

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

Hoewel 82 procent van de gezelschappen knelpunten ervaart, benut maar 59 procent diensten van een ondersteunende instelling. Het gaat dan met name om lokale ondersteuners, koepelorganisaties/bonden/brancheorganisaties of een impresariaat voor boekingen door scholen.

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

Deze publicatie bevat resultaten van een online vragenlijst die in de periode april-mei 2026 is uitgezet onder professionele podiumkunstgezelschappen in Europees Nederland.

Vragenlijst

In 2019 bracht LKCA het trendrapport *Betovering en betekenis* (Dieleman et al., 2019) uit. De vragenlijst daaruit vormde een uitgangspunt voor dit onderzoek. Wel is deze vragenlijst aangepast op basis van nieuwe inzichten en in afstemming met een meedenk- en testgroep. De gebruikte terminologie bleef zoveel mogelijk hetzelfde. Zo gebruiken we in deze vragenlijst, in tegenstelling tot onze andere monitoronderzoeken, de term educatieve activiteiten in plaats van cultuurbeoefening. Dit sluit beter aan bij de praktijk van gezelschappen en bovendien kunnen we zo mogelijke parallellen trekken met de uitkomsten uit 2019. Op advies van de meedenkgroep is de vragenlijst ingekort, om zo de kans op een hoge respons te vergroten. In de meedenkgroep zaten een onderzoeker van de UvA, een vertegenwoordiger van de Nederlandse Associatie voor Podiumkunsten (NAPK) en twee vertegenwoordigers van het Fonds Podiumkunsten. Ook is de vragenlijst getest en voorzien van feedback door enkele gezelschappen.

De vragenlijst bevat voornamelijk gesloten vragen over de volgende onderwerpen: activiteiten en diensten, bereik, werkenden, financiën, beleid en knelpunten. In deze rapportage zijn die onderwerpen geordend naar hoofdonderwerpen die in al het monitoronderzoek van het LKCA aan bod komen: organisatie, activiteiten, maatschappelijke oriëntatie en knelpunten en ondersteuning.

Wijze van uitzetten

De vragenlijst is uitgezet onder professionele podiumkunstgezelschappen. Hieronder verstaan wij: 'Een organisatie die artistieke podiumkunstproducties (zoals theater, dans, opera of muziek) creëert en uitvoert voor een publiek, waarbij de

betrokken acteurs, musici, artiesten en andere medewerkers voor hun werkzaamheden worden betaald.'

Voor het versturen van de vragenlijst is een registerbestand³ gebruikt van organisaties die eind 2024 bij de Kamer van Koophandel stonden ingeschreven onder de SBI-codes 85522 (Kunstzinnige vorming), 90011 (Beoefening van podiumkunst), 90012 (Producenten van podiumkunst), 90013 (Circus en variëte) en 9003 (Schrijven en overige scheppende kunst). Dit bestand bevat, exclusief de eenmanszaken, bijna 5700 adressen, die niet allemaal tot de onderzoekspopulatie van dit onderzoek⁴ behoren. Na verwijdering van ongeschikte inschrijvingen op basis van deskresearch, bleven er 552 professionele gezelschappen over. Dit adresbestand is aangevuld met adressen uit de rubriek podiumkunstenproducenten van Adresdata, bij ons bekende hiphopgroepen en circusgezelschappen. Dit leverde een bestand op van 1.281 adressen.

Om een beter beeld te krijgen zijn aan deze adressen ook CBS-data gekoppeld (provincie, gemeentegrootte en stedelijkheidsgraad, met de tabel 'Gebieden in Nederland 2026'). Omdat het registerbestand van de Kamer van Koophandel alleen postadressen bevat, is via webscraping van publiek toegankelijke webpagina's en deskresearch dit adresbestand zoveel mogelijk aangevuld met emailadressen. Uiteindelijk hebben 1067 gezelschappen een uitnodiging via de mail gekregen en 214 een uitnodiging per brief met daarin een persoonlijke QR-code waarmee ze de vragenlijst konden starten. Daarnaast heeft de NAPK haar leden geattendeerd op het onderzoek en zijn de leden in een later stadium met een directe mailing (nog eens) uitgenodigd om de vragenlijst in te vullen.

³ Dit registerbestand is gestructureerd volgens de Standaard Bedrijfsindex-2008 (op het moment van schrijven is de SBI-2025 het meest actueel).

⁴ Uitgesloten zijn eenmanszaken, dj's, bandjes, gezelschappen die niet in Nederland gevestigd zijn, evenementenorganisaties, theater- en concertzalen, festivals.

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE ORIËNTATIE

Respons

In totaal zijn 230 respondenten aan de vragenlijst begonnen. Een groot aantal behoorde niet tot de doelgroep⁵ en deze zijn in verdere analyses niet meegenomen. Van de resterende respondenten die de vragenlijst geheel of gedeeltelijk invulden, hebben we alleen de respondenten meegenomen die de vraag over hun educatieaanbod hadden ingevuld. Dit leidde tot een groep van 142 respondenten. Degenen die aangaven geen educatieaanbod te hebben, konden een groot deel van de vragenlijst overslaan en hebben alleen vragen beantwoord over soort en aantal medewerkers van de organisatie en het toepassen van de culturele codes.

Uiteindelijk zijn dus 142 respondenten meegenomen in de analyse, waarbij een groot deel van de vragen alleen is voorgelegd aan de 127 respondenten met educatieactiviteiten. De 142 respondenten zijn 11 procent van het totaal aantal aangeschreven adressen (n = 1281). Dit komt enigszins overeen met het aantal uit het trendrapport van 2012 (Dieleman et al., 2012; 141 respondenten, 12% respons) en 2019 (Dieleman et al., 2019; 151 respondenten, 12% respons).

Voorzichtigheid met het generaliseren van de uitkomsten is geboden om verschillende redenen:

- Het responspercentage is laag.
- Er zijn twijfels of alle gezelschappen gevestigd in Europees Nederland in het adressenbestand van de Kamer van Koophandel en Adresdata staan: zo blijkt een groot deel van de leden van de NAPK niet te vallen onder de opgevraagde SBI-nummers.
- Dit vragenlijstonderzoek richt zich specifiek op educatie, waardoor gezelschappen zonder educatieactiviteiten mogelijk dachten dat de vragenlijst niet voor hen was bedoeld

⁵ Bijvoorbeeld omdat dit een impresariaat betrof of respondenten die geen onderdeel uitmaken van een professioneel podiumkunstgezelschap.

en er daarom niet aan begonnen zijn. Een non-responsonderzoek was helaas niet haalbaar binnen de scope van dit project.

Om een beter beeld te krijgen van hoe de responsgroep zich verhoudt tot de totale groep aangeschreven gezelschappen, is gekeken naar de verdeling van de vestigingsplaats van beide groepen over de provincies, de stedelijkheidsgraad en het aantal inwoners.

TABEL 1⁶ SPREIDING OVER DE PROVINCIES

Provincie	Respons (n=142)	Adresbestand (n=1281)	Verskil tussen respons en populatie
Flevoland	4%	1%	+ 3%
Drenthe	0%	1%	- 1%
Friesland	1%	2%	- 1%
Gelderland	10%	9%	+ 1%
Groningen	5%	4%	+ 1%
Limburg	3%	4%	- 1%
Noord-Brabant	11%	11%	0%
Noord-Holland	25%	34%	- 9%
Overijssel	7%	4%	+ 3%
Utrecht	15%	9%	+ 6%
Zeeland	1%	1%	0%
Zuid-Holland	17%	19%	- 2%

Tabel 1 laat zien dat gezelschappen in Noord-Holland in de responsgroep iets ondervertegenwoordigd zijn en gezelschappen in Utrecht iets oververtegenwoordigd. Voor de overige provincies zijn de verschillen minimaal.

⁶ Van 8 van de 1.281 aangeschreven gezelschappen (1%) is geen gemeente en provincie bekend; zij zijn niet in deze tabel opgenomen.

ORGANISATIE

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

TABEL 2⁷ SPREIDING NAAR MATE VAN STEDELIJKHEID VAN DE VESTIGINGSPLAATS

Stedelijkheid ⁸	Respons (n=135)	Adressenbestand (n=1281)	Vershil tussen respons en populatie
Niet stedelijk	2%	3%	- 1%
Weinig stedelijk	9%	10%	- 1%
Matig stedelijk	6%	9%	- 3%
Sterk stedelijk	26%	23%	+ 3%
Zeer sterk stedelijk	57%	54%	+ 3%

De meerderheid (83%) is gevestigd in [zeer] sterk stedelijke gemeenten (zie tabel 2). De gezelschappen uit deze gemeenten zijn licht oververtegenwoordigd in de responsgroep.

Eenzelfde beeld zien we als we kijken naar het inwoneraantal: gezelschappen bevinden zich vooral in gemeenten met meer dan 150.000 inwoners. In de responsgroep zijn deze gezelschappen iets oververtegenwoordigd (zie tabel 3).

⁷ Van 8 van de 1.281 aangeschreven gezelschappen (1%) is geen gemeente en provincie bekend; zij zijn niet in deze tabel opgenomen.

⁸ Een maatstaf voor de concentratie van menselijke activiteiten gebaseerd op de gemiddelde omgevingsadressendichtheid (oad). Hierbij zijn vijf categorieën onderscheiden: zeer sterk stedelijk: gemiddelde oad van 2500 of meer adressen per vierkante kilometer; sterk stedelijk: gemiddelde oad van 1500 tot 2500 adressen; matig stedelijk: gemiddelde oad van 1000 tot 1500 adressen; weinig stedelijk: gemiddelde oad van 500 tot 1000 adressen; niet stedelijk: gemiddelde oad van minder dan 500 adressen. [Zie voor meer informatie: <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/begrippen/stedelijkheid--van-een-gebied-->]

TABEL 3⁹ SPREIDING OP BASIS VAN GEMEENTEGROOTTE VAN DE VESTIGINGSPLAATS

Gemeentegrootte	Respons (n=135)	Adressenbestand (n=1281)	Vershil tussen respons en populatie
Minder dan 20.000 inwoners	2%	3%	- 1%
20.000 tot 50.000 inwoners	10%	18%	- 8%
50.000 tot 100.000 inwoners	10%	14%	- 4%
100.000 tot 150.000 inwoners	9%	8%	+ 1%
150.000 tot 250.000 inwoners	21%	17%	+ 4%
250.000 inwoners of meer	47%	40%	+ 7%

Analyse

De analyse is beschrijvend van aard. Dit betekent dat we in kaart brengen wat verschillende gezelschappen aan educatie doen en onder welke omstandigheden. Dit beschrijven we voor de totale responsgroep. Waar mogelijk op basis van de data beschrijven we verschillen tussen gezelschappen naar de stedelijkheidsgraad, het aantal inwoners van de vestigingsplaats en het aantal werkenden bij de gezelschappen (optelsom van medewerkers in loondienst en ingehuurde zzp'ers). Het aantal respondenten was te laag om ook te kijken naar verschillen tussen provincies.

De meeste resultaten en percentages in dit rapport betreffen gezelschappen met educatieactiviteiten (n=127). Als het gaat over alle respondenten (n=142), dus inclusief de gezelschappen zonder educatieactiviteiten, benoemen we dat expliciet. Percentages in dit rapport zijn afgerond op hele getallen volgens de standaard rekenmethode van de gebruikte analysesoftware (R), waarbij een getal dat precies op een half procent uitkomt (bijvoorbeeld 62,5%) wordt afgerond naar het dichtstbijzijnde even getal in plaats van altijd naar boven.

⁹ Van 8 van de 1.281 aangeschreven gezelschappen (1%) is geen gemeente en provincie bekend; zij zijn niet in deze tabel opgenomen.



ORGANISATIE



ACTIVITEITEN



MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

Vervolg

We herhalen dit onderzoek elke drie jaar, zodat we beter zicht krijgen op de ontwikkelingen in educatieve activiteiten van professionele podiumkunstgezelschappen. De volgende monitor naar educatieve activiteiten van professionele podiumkunstgezelschappen wordt naar verwachting in 2029 uitgezet en gepubliceerd.



26



ORGANISATIE

Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten. (2026). *Werkveld*. Geraadpleegd op 15 augustus 2025, van <https://www.beroepkunstenaar.nl/disciplines/>

CBS. (2026, 14 juli). *Gebieden in Nederland 2026* [Dataset]. Geraadpleegd op 15 augustus 2026, van <https://data.overheid.nl/dataset/cb4d882e-7303-49da-ad76-d4a29f0cf572>

Dieleman, C., De Bonth, C., Van den Bulk, L., Van Miert, M., & De Vreede, M. (2019). *Betovering en betekenis. Trendrapport theater-, dans- en muziekeducatie*. LKCA.

Dieleman, C., Poll, J., & De Vreede, M. (2012). *Theatereducatie in de praktijk. Trendrapport dans- en theatereducatie 2012*. Cultuurnetwerk Nederland.

Geerdes-Gazzah, M. (2024, 21 augustus). *Hiphop in Nederland: wat jij als cultuurprofessional moet weten*. LKCA. Geraadpleegd op 14 augustus 2025, van <https://www.lkca.nl/artikel/hiphop-in-nederland-wat-jij-als-cultuurprofessional-moet-weten/>

Kompas. (z.d.). *Orkest Startpagina*. Geraadpleegd op 14 augustus 2025, van <https://orkest.startpagina.nl/>

NAPK. (z.d.). *Wie zijn we? Onze leden en aangeslotenen*. Geraadpleegd op 15 augustus 2025, van <https://napk.nl/>

Theaters in Nederland. (z.d.). *Theatergezelschappen*. Geraadpleegd op 14 augustus 2025, van <https://www.theatersinnederland.nl/theatergezelschappen-overzicht/?bmi=28>

VvNO. (z.d.). *Vereniging van Nederlandse Orkesten*. Geraadpleegd op 15 augustus 2025, van <https://vvno.nl/>

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE



ORGANISATIE

Auteurs

Josefiene Poll
Arno Neele
Alex Janse

Met dank aan

Claudia Marinelli (LKCA), Cock Dieleman (UvA), Georgios Lazakis, Hedwig Heeremans (NAPK), Idelette Rocha (FPK), Jan Flubacher (FPK), Leontine Herschoe (LKCA), Martien Langman (De Toneelmakerij), Miriam Gilissen (De Dansers), Nicole McNeilly (FCP) en Petra Faber (LKCA).

Eindredactie

Zunneberg & Ros Tekstproducties

Ontwerp

Taluut Utrecht

Uitgever

LKCA
Lange Viestraat 365
Postbus 452
3500 AL Utrecht
030 711 51 00
info@lkca.nl
www.lkca.nl

ACTIVITEITEN

MAATSCHAPPELIJKE
ORIËNTATIE

Over LKCA

Cultuurbeoefening is essentieel voor een creatieve en veerkrachtige samenleving. Daarom versterkt LKCA de kwaliteit en positie van cultuureducatie en amateurkunst. We maken kennis toegankelijk en stimuleren samenwerking en professionalisering.

LKCA probeert publicaties zo toegankelijk mogelijk aan te bieden. Neem contact met ons op bij ontoegankelijke informatie via info@lkca.nl.

©LKCA Utrecht, oktober 2026

