

STRAATTHEATERFESTIVALS TREKKERS VAN NIEUW PUBLIEK?



EUNETSTAR

Het Europese netwerk van straattheaterfestivals EUNETSTAR liet tijdens de zomer van 2004 op alle negen festivals die lid zijn van dit netwerk een publieksenquête uitvoeren¹. Recentelijk kwamen de eerste resultaten van dit onderzoek onder meer dan 8.000 festivalbezoekers naar buiten. De Vlaamse pers – de zetel van EUNETSTAR bevindt zich in Gent – besteedde uitgebreid aandacht aan de onderzoeksresultaten. Opvallend is daarbij dat de interpretaties van de cijfers zeer uiteen lopen. *De Morgen* concludeert dat de straattheaterfestivalbezoeker net als de reguliere theaterbezoeker hoog opgeleid en cultureel actief is. *De Tijd* geeft juist aan dat het publiek van straattheaterfestivals minder hoog opgeleid is en dat de ondervraagden slechts gedeeltelijk de eigenschappen vertonen van mensen die vaker naar culturele evenementen gaan. *De Standaard* kopt: 'Straattheater bereikt heel verscheiden publiek'. Dezelfde cijfers leiden, kortom, tot zeer verschillende conclusies.



Moederzoon, Groningen

De samenvatting van het onderzoek, te vinden op www.cultuurnet.be, blinkt dan ook niet uit in eenduidigheid. In het begin van deze samenvatting wordt geconcludeerd dat 43% van de bezoekers van de negen festivals vertrouwd is met culturele evenementen of die regelmatig bezoekt. Dat cijfer wijst op een breed publiek: het zou immers betekenen dat 57% van de bezoekers niet of nauwelijks naar cultuur gaat. Verderop komt echter aan de orde dat zeven van de negen festivals elk tussen de 57 en 93% regelmatige cultuurbezoekers in hun publiek aantreffen. De festivals in Groot-Brittannië en Ierland zijn hierbij niet meegenomen. Die lijken dus voornamelijk verantwoordelijk voor het veel lagere gemiddelde van 43%. De andere festivals bereiken veel meer regelmatige cultuurbezoekers. In België blijkt een negatieve interpretatie van de cijfers te overheersen. Fabien

Audooren van het Gentse Internationaal Straattheaterfestival spreekt zijn teleurstelling uit in zijn reactie in *De Standaard*: 'Het verbaasde ons dat we een vrij grote groep mensen met een culturele bagage bereiken. We gaan er al te vaak van uit dat straattheater mensen lokt die zelden aan cultuur participeren. [...] het zogeheten non-publiek is toch wel kleiner dan we dachten.' De moeite die men lijkt te hebben met de interpretatie van de resultaten van het publieksonderzoek wijst op een weinig doordacht marketingbeleid bij de straattheaterfestivals. Zij weten duidelijk niet goed wat voor publiek ze moeten verwachten. Een gebrek aan duidelijke marketingdoelstellingen leidt ertoe dat het moeilijk is vast te stellen of het percentage regelmatige cultuurbezoekers onder het publiek hoog of laag is. Uit een onderzoek naar de huidige praktijk en marketingmogelijkheden van negen Nederlandse zomerfestivals die zich hebben verenigd in Het Vierde Kwartaal² komt eenzelfde beeld naar voren. Het ontbreekt de festivals doorgaans aan marketingbudget en -expertise, waardoor er geen gericht marketingbeleid



De rol, Terschelling



gevoerd wordt (Ranshuysen & Jansen, 2004). In ditzelfde onderzoek is ook gekeken naar het publieksbereik van de Nederlandse zomerfestivals aan de hand van eerder uitgevoerde publieksonderzoeken. De conclusies daarvan sluiten aan op de belangrijkste conclusies uit het onderzoek van EUNETSTAR. Er komt veel trouw publiek, het publiek is een stuk hoger opgeleid dan een doorsnee van de bevolking, er komen veel cultureel actieve mensen, dertigers domineren en vrouwen zijn op sommige festivals in de meerderheid. Het Nederlandse onderzoek concludeert net als de directeur van het Gentse festival: 'Het festivalpubliek verschilt veel minder van regulier podiumkunstenpubliek dan soms gedacht'.

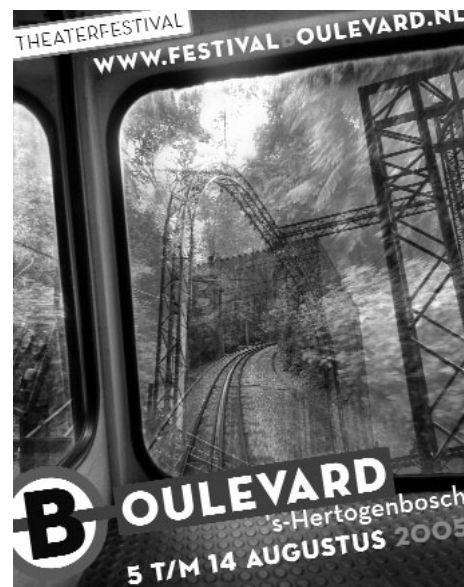
De vraag is echter of die gedachte realistisch is. Het lijkt erop dat de zomer- en straattheaterfestivals verwachten dat hun publiek voor het grote merendeel bestaat uit mensen die nog nooit een theater van binnen hebben gezien. Dat is een weinig logische gedachte. Natuurlijk zijn veel mensen die in het theaterseizoen reguliere theaters bezoeken ook enthousiast over straattheaterfestivals in het zomerseizoen. Van zomer- en straattheaterfestivals wordt echter verwacht dat ze, vanwege hun laagdrempelige opzet, *daarnaast* in staat zijn mensen aan te trekken die niet tot de reguliere theaterbezoekers behoren: cultureel onervaren (verblijfs)toeristen, toevallige voorbijgangers of de lokale bevolking bijvoorbeeld.

De twee genoemde onderzoeken lijken aan te tonen dat niet alle festivals daar optimaal in slagen. De percentages onervaren bezoekers liggen doorgaans een stuk lager dan de percentages regulier cultuurpubliek. Dat heeft alles te maken met het ontbreken van een gericht marketingbeleid. De meeste festivals lijken te veronderstellen dat het aanbod vanzelf het daarbij passende publiek trekt. Als het om het aantrekken van ervaren theaterpubliek gaat, is die veronderstelling gerechtvaardigd, omdat dit publiek zelf op zoek gaat naar geschikt theateraanbod. Het is echter weinig realistisch om te verwachten dat nieuwe doelgroepen vanzelf naar voor hen bestemd aanbod komen. Wanneer straattheater- en zomerfestivals een ander publiek willen bereiken dan regulier theaterpubliek, zal er veel meer aandacht besteed moeten worden aan doelgroepgerichte marketing.

Anna Elffers
aelffers@aub.nl

Anna Elffers werkt voor Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen en het Amsterdams Uitburo.

www.cultuurnet.be
www.lettyranshuysen.nl
www.eunetstar.org



¹ Leden van het netwerk Eunetstar: Internationaal Straattheater Festival te Gent (België – Vlaamse Gemeenschap), Terschellings Derol (Nederland), Namur en mai (België – Franse Gemeenschap), Coup de chauffe te Cognac (Frankrijk), International Theatre Festival Malta te Poznan (Polen), Sibiu International Theatre festival (Roemenië), Ana Desetnica te Ljubljana (Slovenië), Stockton International Riverside Festival (Verenigd Koninkrijk), Galway Arts Festival (Ierland).

² Leden van het netwerk het Vierde Kwartaal: Theaterfestival Boulevard (Den Bosch), Cultura Nova (Heerlen), Festival ETCETERA (Amersfoort), Festival a/d Werf (Utrecht), Karavaan (reizend door heel Noord-Holland), Noorderzon (Groningen), Derol (Terschelling), Over het IJ Festival (Amsterdam), De Parade (Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Amsterdam)
↑



Over het IJ Festival, Amsterdam