



Resultaten

Cultuurcampagne - fase 1

September 2022

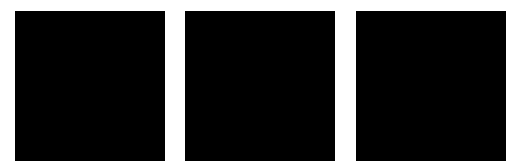
Aanleiding

Tijdens de coronacrisis hebben de culturele en creatieve sector het bovengemiddeld zwaar gehad. Culturele en creatieve makers zagen hun opdrachten de afgelopen twee jaar afnemen en daarmee hun inkomsten drastisch dalen. Ook de amateurverenigingen konden niet samenkomen en hadden het moeilijk om hun (bestuurs-)leden te blijven binden.

Nu de maatregelen al een tijdje opgeheven zijn, is het aantal bezoekers in musea, bij voorstellingen en bij culturele activiteiten niet op het niveau van voor de crisis.

Vanuit de gemeente Apeldoorn is opdracht gegeven aan Apeldoorn Partners om een publiekscampagne cultuur te ontwikkelen.





Drie fases

De cultuercampagne loopt van eind augustus 2022 t/m juni 2023 en is uit te splitsen in drie campagnes met telkens een andere invalshoek en andere doelstellingen.

Fase 1 - augustus en september 2022

Campagne waarbij het bestaande (cultuur-)aanbod in de maand september 2022 collectief wordt gepresenteerd met focus op interesse en enthousiasme opwekken en awareness en kennis vergroten.

Fase 2 - november en december 2022

Campagne waarbij de feestmaanden centraal staan met als doel de bestedingen te verhogen in november en december 2022.





Fase 3

Campagne waarbij we inzetten op de culturele inspiratiemaanden waarbij we verbinding zoeken met de lokale cultuurmakers en evenementen en de awareness, interesse en enthousiasme wekken voor deelname en/of stimuleren van bezoek aan de professionele en amateur cultuursector.

De resultaten rondom ad 2 en 3 worden later uitgewerkt. In dit bestand gaan we verder in op de uitwerking en resultaten van ad 1.





Doelstellingen

De eerste fase van de cultuurcampagne heeft de volgende doelstellingen:

1. Kennis vergroten

De kennis van de Apeldoornse inwoners is vergroot op het gebied van culturele en creatieve activiteiten in hun eigen gemeente.

2. Interesse en enthousiasme wekken

Er wordt informatie verschaft aan de inwoners van Apeldoorn op het gebied van culturele amateurverenigingen in de gemeente Apeldoorn en zij zijn hier/worden hier opnieuw enthousiast over.





Toelichting

In de maand september vinden vele (culturele) evenementen en activiteiten plaats en is er continue een sterk aanbod. Van Jazz Generations tot de Open Monumentendagen en van de Popronde tot nieuwe exposities.

Oftewel: Apeldoorn heeft in de maand september een groots cultureel aanbod waar voor iedere Apeldoorner wel wat bij zit.

Vanuit elke culturele instelling worden deze activiteiten afzonderlijk van elkaar onder de aandacht gebracht en niet als collectief uitgelicht.

Middels de cultuurcampagne in september hebben wij het totale cultuurprogramma in drie programmalijnen gepresenteerd. Door deze drie programmalijnen zijn bestaande en nieuwe doelgroepen specifiek getarged in hun interesse.

Campagnebeelden



Middelen

De campagne is uitgeserveerd via verschillende kanalen om zoveel mogelijk Apeldoorners te bereiken.

Aan offline middelen hebben we ingezet: rolvitelines, citydisplays (reclameborden buiten), narrowcasting, toiletreclame, 4x een 1/2 pagina advertentie in de Stedendriehoek en een gedrukte uitladder (7.500 stuks).

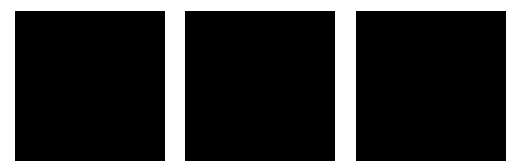
Vanuit al deze middelen is doorverwezen naar de online landingspagina: uitinapeldoorn.nl/cultuur.

Online hebben we vijf weken lang ingezet op de kanalen Facebook en Instagram door middel van social media advertising.

Naast genoemde middelen hebben wij ook free publicity ontvangen en het persbericht van de cultuurcampagne is geplaatst in editie 36 van de Stedendriehoek. Daarnaast is er op 6 september 2022 een interview geweest op RTV Apeldoorn à 10 minuten.







Resultaten

Het totaalbereik van de social media campagne op Facebook en Instagram komt uit op **54.658**.

De rolvitruines, citydisplays, toiletreclame, Stedendriehoek advertenties en gedrukte uitladders zijn samen goed voor zo'n **415.000** impressies.

De free publicity heeft d.m.v. het persbericht **85.700** huishoudens bereikt.

De landingspagina uitinapeldoorn.nl/cultuur heeft (van 15 aug t/m 25 okt) **1.936** weergaven en een bouncepercentage van **33,63%**.

Het bouncepercentage ligt normaal gesproken tussen de 40-60%, hierop scoren wij dus zeer goed.



Conclusie

Deze eerste fase van de cultuurcampagne heeft een goede bijdrage geleverd aan het vergroten van de kennis van de doelgroep. Tijdens de eerste fase zijn namelijk **+ 555.000 impressies** bereikt.

Ten opzichte van de maand juni (er is voor deze maand gekozen i.v.m. zomervakantie) / een septembermaand uit een voorgaand jaar, zien een aantal culturele instellingen in september een stijging in de ticketverkoop. De culturele instellingen geven hierbij wel duidelijk aan dat het niet te meten is of de cultuurcampagne heeft bijgedragen aan extra ticketverkoop.

Daarnaast geven de culturele instellingen wel duidelijk aan dat de campagne een **frisse en aantrekkelijke uitstraling had, op veel plekken goed zichtbaar was en dat ze de campagne erg waarderen!**

Met een bouncepercentage van maar 33,63% kunnen wij stellen dat de websitebezoekers de content interessant vonden en dat er dus meerdere culturele pagina's bekeken zijn.



uitinapeldoorn.nl/cultuur

Vervolg conclusie

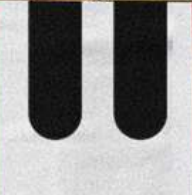
Een leerpunt: als wij meer en beter beeldmateriaal zouden hebben, hadden wij er (vooral) op online gebied meer uit kunnen halen. Helaas was er weinig beeldmateriaal beschikbaar en bestond dit ook niet uit één lijn.

Al met al is het dus niet mogelijk om te meten hoeveel 'extra verkoop van tickets' het eerste deel van de campagne daadwerkelijk heeft opgeleverd en helaas zien we ook nog steeds als landelijke trend dat de cultuursector het ontzettend moeilijk heeft.



uitinapeldoorn.nl/cultuur

äpeldoorn
partners

		äpeldoorn			äpeldoorn			äpeldoorn			äpeldoorn		
	Haal je dansschoenen maar uit de kast			Leg de rode loper maar uit	Kijk je ogen uit		Haal je dansschoenen maar uit de kast						
													
		90's NOW Popronde Jazzfestival Generations Nacht van Apeldoorn			Orkest Koninklijke Luchtmacht Arts in Cinema A night at... The Musicals Simone Kleinsma			Expo Inside the Outside Open Monumentendagen Movie nights at the Museum Expo On-Gestoord Verder			90's NOW Popronde Jazzfestival Generations Nacht van Apeldoorn		
cultuur	uitäpeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur	uitinapeldoorn.nl/cultuur
Een initiatief van Gemeente Apeldoorn en Apeldoorn Partners													