

Provincie Zeeland
Abdij 6
4331 BK Middelburg
t.a.v. P. Michielsen

Hooghiemstraplein 33-36
3514 AX Utrecht
Tel. (030) 215 05 80
Fax (030) 215 05 95
www.dialogic.nl

KvK-nummer 55415288
Btw-nummer 851698529B01
IBAN NLO4INGB0660029464

Behandeld door:
Reg Brennenraedts
(030) 215 05 90
@dialogic.nl

Onderwerp

Onderzoek naar Motie cultuurapp

Datum
04/12/2018

Geachte heer Michielsen, Beste Peter,

Uw kenmerk

Pagina
1 van 11

Bijlage(n)

Op 10 november 2017 is de motie cultuurapp aangenomen in Provinciale Staten van Zeeland.¹ Naar aanleiding van deze motie heeft u Dialogic gevraagd om een quick scan uit te voeren naar het nut en de noodzaak van een app die het Zeeuwse culturele aanbod (beter) kan ontsluiten (een cultuurapp).

De quick scan bestond uit gesprekken met enkele vertegenwoordigers van Zeeuwse (cultuur)instellingen en betrokkenen bij de reeds bestaande Zeeland-app en een workshop met vertegenwoordigers uit de sector (zie de bijlagen voor een overzicht). De gesprekken en de workshop richtten zich op de volgende vragen:

1. Hoe wordt in de huidige situatie het culturaanbod voor de afnemers van cultuur ontsloten?
2. Is een cultuurapp een goede manier om jonge mensen een beter beeld te geven van het culturaanbod in Zeeland?
3. Kan een dataplatform ondersteuning bieden en verbeteringen aanbrengen in de manier waarop het culturaanbod naar de afnemers wordt gebracht?

Middels deze brief presenteren wij de uitkomsten van dit onderzoek.

Conclusies

De conclusies van dit onderzoek luiden als volgt:

- Het digitale aanbod van informatie over Zeeuwse cultuur is gevarieerd en verspreid. Dit is een reflectie van de rijkheid aan culturele instellingen en cultureel erfgoed in Zeeland.

¹ [\[www.zeeland.nl\]](http://www.zeeland.nl)

- Uit de gesprekken en de workshop blijkt dat een cultuurapp waarschijnlijk er niet of nauwelijks voor zorgt dat jonge mensen een beter beeld krijgen van het cultuuraanbod in Zeeland.
- Een dataplatform kan ondersteuning bieden en verbetering aanbrengen bij het ontsluiten van het Zeeuws cultuuraanbod. Dit komt doordat andere partijen vrij eenvoudig allerlei doorsnedes kunnen maken van de beschikbare data en deze bewerkte en verrijkte data via verschillende distributiekanaalen naar eindgebruikers kan verspreiden.

Datum
04/12/2018

Pagina
2 van 11

Hieronder gaan wij in meer detail in op de bovenstaande conclusies.

Hoe wordt in de huidige situatie het cultuuraanbod naar de afnemers van cultuur gebracht?

Voordat wij op dit vraagstuk ingaan, is het goed om eerst enkele definities van het concept cultuur te benoemen. Hieronder gaan wij hier nader op in.

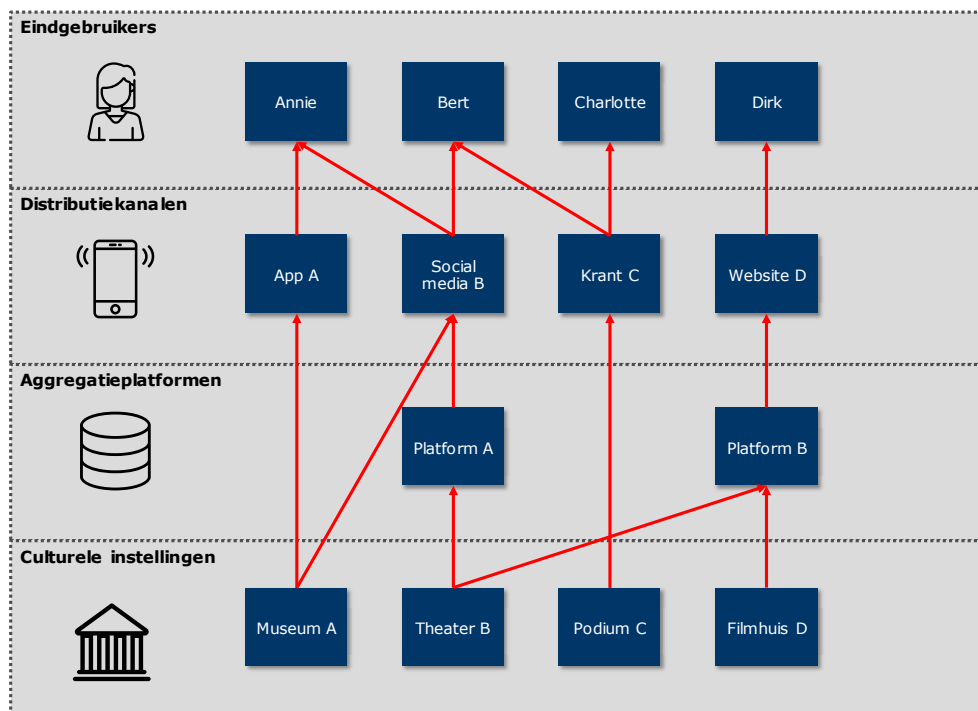
In de motie kan cultuur op twee dimensies worden gezien. Aan de ene kant gaat het om cultuur in een historische context. Hierbij gaat het vooral om toegang tot allerlei vormen van cultureel erfgoed. In veel gevallen is dit in databases opgeslagen die via verschillende manieren toegankelijk zijn. Aan de andere kant gaat het om culturele evenementen. Hierbij gaat om georganiseerde aangelegenheden over een specifiek cultureel thema op een specifieke plek en met een specifiek element. Denk bijvoorbeeld aan theatervoorstellingen, festivals, etc. Volgens ons heeft de motie vooral betrekking op de culturele evenementen. Uit de gesprekken blijkt immers dat het cultureel erfgoed goed ontsloten is voor de personen die hierin interesse hebben.

Wij kunnen cultuur ook vanuit een ander perspectief beschouwen: "Cultuur met een grote C" waarbij de nadruk ligt op de (grotere) musea, podia en beeldende kunsten en "cultuur met de kleine c" zoals een optreden van de lokale zangvereniging of braderie. In deze quick scan zullen wij zowel culturele evenementen met een grote C als met een kleine c analyseren.

Figuur 1 is een vereenvoudigde weergave van hoe momenteel informatie over het aanbod van instellingen bij eindgebruikers terecht komt. De figuur toont dat er allerlei verschillende manieren zijn hoe informatie over evenementen kan doorstromen van cultuurinstellingen naar de eindgebruikers. Zo zijn er verschillende distributiekanaalen: apps, websites, kranten, nieuwsbrieven, etc. Aanvullend zijn er ook enkele aggregatieplatformen die informatie bundelen. De figuur toont dat er meer platformen zijn die niet alle gegevens van culturele evenementen omvatten en die hun gegevens niet via alle distributiekanaalen verspreiden.

Datum
04/12/2018

Pagina
3 van 11



Figuur 1. Schematisch overzicht van de huidige situatie met betrekking tot de informatiestroom van een individuele instelling naar eindgebruikers. De rode pijlen tonen de stroom van data over culturele evenementen van instelling naar eindgebruiker.

Uit de gesprekken komt het beeld naar voren dat het Zeeuwse cultuuraanbod versnipperd wordt aangeboden. Zeeuwse cultuurinstellingen ontwikkelen volop eigen initiatieven om hun aanbod digitaal te ontsluiten voor een breed publiek. Er zijn nauwelijks prikkels om het cultuuraanbod gezamenlijk te ontsluiten. De variatie aan instellingen en aanbod toont volgens ons ook de rijkdom van het Zeeuwse culturele erfgoed.

Culturele instellingen hanteren hun eigen prioriteiten en tempo bij het digitaliseren van hun aanbod, en kiezen uiteenlopende kanalen (websites, apps, sociale media, etc.) om hun aanbod te ontsluiten. Enkele Zeeuwse kanalen waar op dit moment het aanbod wordt ontsloten zijn bijvoorbeeld zeelandnet.nl en vvzeeland.nl en meer plaatselijke initiatieven zoals uitinmiddenburg.nl, goesisgoes.nl, of vllissingen.com. Daarnaast zien we dat (traditionele) mediakanalen zoals de Provinciale Zeeuwse Courant (PZC) of Omroep Zeeland aanbod verspreiden, en dat zowel binnen als buiten de provincie. BN De Stem en het AD (beide net als de

PZC onderdeel van De Persgroep) hebben Zeeland-rubrieken die ook een deel van het cultuuraanbod publiceren. Zeelandnet.nl kan worden gezien als een brede evenementenagenda. De kranten daarentegen ontsluiten een deel van het aanbod dat aansluit bij de lezers en presenteren het aanbod in een meer verhalende vorm.

Datum
04/12/2018

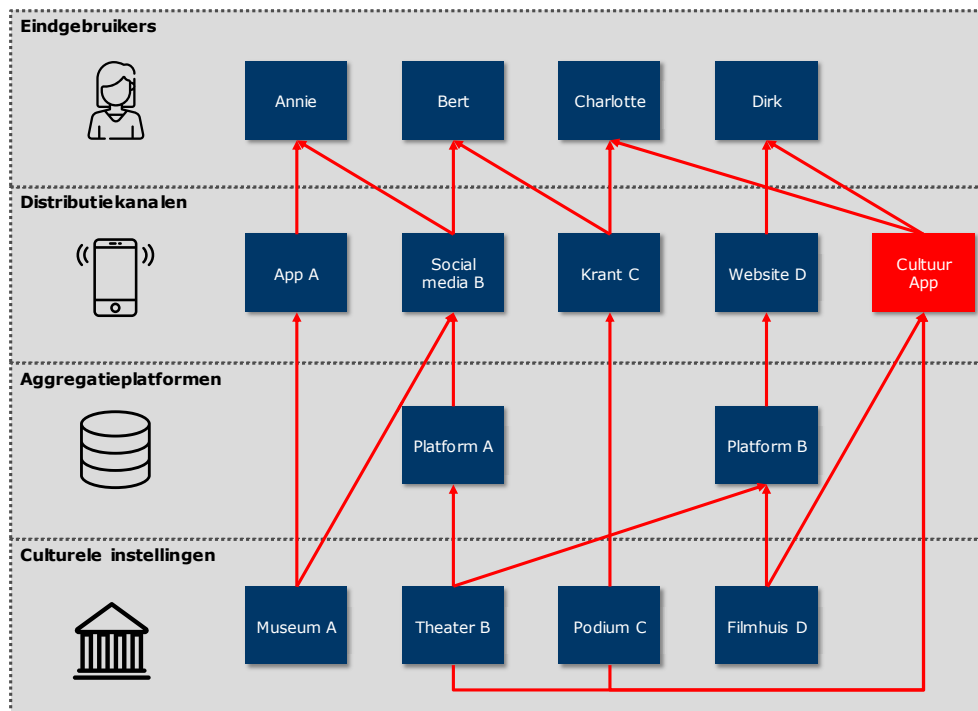
Pagina
4 van 11

Soms maken kanalen een onderscheid tussen digitaal aanbod voor het brede publiek (eventueel uitgesplitst naar doelgroepen: woonplaats, leeftijd, interesses) en gedetailleerd digitaal aanbod voor bovengemiddeld geïnteresseerden. Ook hanteren instellingen verschillende verdienmodellen bij het ontsluiten van cultuuraanbod. Een groot deel van het aanbod is gratis beschikbaar. In veel gevallen gaat dit gepaard met advertenties. Wanneer er substantiële kosten worden gemaakt voor het verzamelen, bewerken en ontsluiten van informatie over het aanbod wordt vaak een vergoeding gevraagd aan de afnemer. Zo maakt een krant kosten om het aanbod op te halen en te verspreiden via een artikel. Deze kosten worden direct (betalen voor een kopie) of indirect (via advertenties) in rekening gebracht bij de afnemer. Daarnaast zijn er verschillen tussen commerciële en (semi-)publieke aanbieders. De VVV krijgt bijvoorbeeld subsidie voor het verspreiden van informatie over (culturele) evenementen.

(2) Is een cultuurApp een goede manier om jonge mensen een beter beeld te geven van het cultuuraanbod in Zeeland?

Uit de gesprekken en de workshop blijkt dat een cultuurapp er waarschijnlijk onvoldoende voor zal zorgen dat jongeren een beter beeld krijgen van het cultuuraanbod in Zeeland. Hiervoor zijn drie argumenten:

1. Het voeren van een PR-campagne is minstens net zo belangrijk en waarschijnlijk veel duurder dan het lanceren van een app. De app is slechts de manier waarmee (jonge) mensen de informatie kunnen verkrijgen. Echter, om hen zo ver te krijgen om de app te gebruiken, zal eerst hun interesse moeten worden gewekt. Hiervoor is een PR-campagne nodig. Indien er geen campagne wordt gevoerd, dan zullen waarschijnlijk alleen de personen die al interesse hebben in het culturele aanbod de app gaan gebruiken.
2. Er worden vraagtekens gezet bij de keuze om de Zeeland-app te gebruiken als distributiekanaal. Aangezien de focus ligt op Zeeuwse jongeren lijkt het meer voor de hand te liggen om kanalen te gebruiken die beter bij hen aansluiten. Denk hierbij aan allerlei vormen van de social media, zoals Instagram, Snapchat en Facebook. De gebruikers van de Zeeland-app lijken bovendien relatief vaak toeristen te zijn. Zij gebruiken een app incidenteel en stellen er mogelijk andere eisen aan.
3. Een cultuurapp is een kortetermijnoplossing die maar voor een deel aan de uitdaging tegemoet komt. Een app is niet meer dan een extra distributiekanaal. Dit nieuwe kanaal moet met de al bestaande kanalen concurreren. Men zou eerder moeten inzetten op een nieuw platform voor het aggregeren van informatie over het Zeeuws cultuuraanbod. Op deze manier kan relatief eenvoudig een cultuurapp worden gemaakt, maar kunnen er ook allerlei aanverwante informatie worden verzameld. De onderstaande afbeelding toont schematisch hoe een cultuurapp de situatie ten opzichte van de vorige figuur zou veranderen.



Datum
04/12/2018

Pagina
5 van 11

Figuur 2. Schematisch overzicht van de situatie met betrekking tot de informatiestroom van een individuele instelling naar eindgebruikers bij een invoering van de cultuurapp. De rode pijlen tonen de stroom van data over culturele evenementen van instelling naar eindgebruiker.

3. Kan een dataplatform ondersteuning bieden en verbeteringen aanbrengen in de manier waarop informatie over het cultuuraanbod naar de afnemers wordt gebracht?

Zoals uit het antwoord op de vorige vraag bleek, kan een dataplatform ondersteuning bieden en verbetering aanbrengen bij het ontsluiten van het Zeeuws cultuuraanbod. Dit komt door andere partijen vrij eenvoudig allerlei doorsnedes kunnen maken en deze via verschillende distributiekanaalen met eindgebruikers kunnen delen. Er zijn hiervoor verschillende argumenten. Een dataplatform:

1. Voor culturele evenementen kan ervoor zorgen dat uiteenlopende distributiekanaalen relatief eenvoudig kunnen worden ontwikkeld. Indien de data is opgeslagen in een centrale database hoeft een distributiekanaal alleen nog maar een koppeling te maken met deze database. Een dataplatform maakt het mogelijk om een cultuurapp te faciliteren, maar het maakt het ook mogelijk om een website, sociaal mediakanaal of krant te voorzien van de juiste data. Het dataplatform staat ook toe om nieuwe distributiekanaalen te ontwikkelen.
2. Biedt de mogelijkheid voor de ontwikkeling van verschillende distributiekanaalen met een specifieke focus. Indien er een database is met hierin een overzicht van alle culturele evenementen, het type evenement, het tijdstip en de locatie, dan zijn allerlei doorsnedes mogelijk. Het is bijvoorbeeld heel eenvoudig om de events van een bepaalde gemeente te

laten zien door een filtering aan te brengen. Maar het is bijvoorbeeld ook mogelijk om specifieke evenementen te laten. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk om een kanaal te maken met alle muziekevenementen van Zeeland. Het zou zelfs mogelijk zijn om op basis van het profiel van de gebruiker doorsnedes te maken, bijvoorbeeld alleen voor kinderen.

Datum
04/12/2018

Pagina
6 van 11

3. Zorgt ervoor dat er een beter overzicht ontstaat van de culturele data. Nu bestaan er allerlei kanalen en platformen die delen van het aanbod afdekken. Een volledig overzicht ontbreekt. Door een integraal platform te ontwikkelen kan een groot deel van het aanbod centraal geaggregeerd worden.
4. Betekent dat er op termijn kosten bespaard kunnen worden door culturele instellingen en aanbieders van distributiekkanalen. De instellingen hoeven hun data nog maar met één partij te koppelen om een brede exposure te krijgen. De aanbieders van de distributiekkanalen kunnen laagdrempelig en goedkoop data afnemen en zo verder verspreiden.

Invulling van het dataplatform

Een dataplatform is in deze context een set van afspraken tussen cultuurinstellingen en de provincie over het uitwisselen en (her)gebruiken van data, en dat eventueel gekoppeld aan een technische infrastructuur om deze uitwisseling te faciliteren. Cultuurinstellingen kunnen gebruik gaan maken van dat platform door data aan te leveren, te delen en vervolgens te (her)gebruiken. Feitelijk gaat het om een database met hierin zo veel mogelijk gegevens over culturele evenementen (tijd, locatie, soort evenement, toegangsprijs, publiek).

De content wordt aangeleverd door de culturele instellingen. Veelal kan dit via automatische koppelingen. Bij voorkeur wordt de data op een efficiënte manier aangeleverd: gestandaardiseerd, voorzien van metadata en *machine readable*.

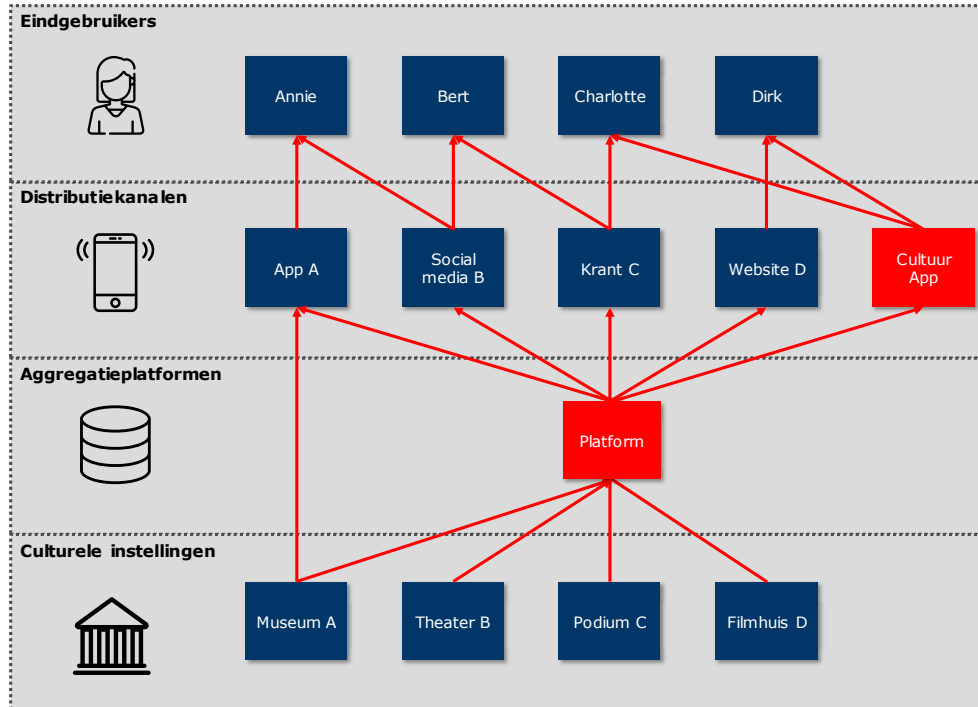
Het is van belang om rustig te bouwen aan voldoende aanbieders van data over culturele evenementen. Er ontstaat dan een "zwaan kleef aan"-situatie waardoor het platform voldoende massa krijgt. Het opzetten van een dergelijk platform vraagt geduld waarbij moet worden geïnvesteerd in het opzetten van het ecosysteem van culturele instellingen (die evenementendata aanleveren) en beheerder van distributiekkanalen die deze data afnemen.

Idealiter treedt een neutrale partij op als beheerder van dit platform. Het eigenaarschap van het platform ligt bij alle partijen die gegevens aanleveren. Hierdoor kan er vorm worden gegeven aan een gedragscode, kwaliteitscontrole van data, monitoring, etc. Het initiatief voor dit platform zou uitdrukkelijk bij de provincie als neutrale partij moeten liggen. Zij kan hierover afspraken maken met het veld en het stokje later overdragen aan de deelnemende instellingen die uiteindelijk ook als eigenaar optreden van het platform.

Schematisch zal het dataplatform er als volgt uitzien.

Datum
04/12/2018

Pagina
7 van 11



Figuur 3. Schematisch overzicht van de situatie met betrekking tot de informatiestroom van een individuele instelling naar eindgebruikers bij een invoering van een dataplatform. De rode pijlen tonen de stroom van data over culturele evenementen van instelling naar eindgebruiker.

Strategische opties

De provincie kan drie opties kiezen om informatie over het Zeeuws cultuuraanbod beter te verspreiden.

Optie 1. Uitvoering geven aan de cultuurapp in smalle zin

In deze optie geeft de provincie uitvoering aan de cultuurapp zoals beschreven in de motie (zoals verbeeld in Figuur 2). De Zeeland-app wordt uitgebreid met het culturele aanbod in Zeeland. Hierdoor ontstaat er een breed, maar onvolledig, inzicht in het culturele aanbod. Immers, om een volledig beeld te krijgen moet een platform worden opgericht waarin de data van alle evenementen wordt ondergebracht (zoals verbeeld in Figuur 3).

Op basis van de analyse en gesprekken komen wij tot de conclusie dat deze optie waarschijnlijk nauwelijks zal bijdragen aan het doel: Het meer onder de aandacht brengen van het Zeeuwse culturele aanbod (onder jongeren). De gebruikers van de app zijn naar verwachting vooral de personen die toch al veel interesse hebben in de Zeeuwse cultuur en die daarover momenteel via andere kanalen informatie verzamelen. Een evident voordeel van deze optie is dat de kosten voor deze optie relatief laag zijn, ervan uitgaande dat er geen volledig beeld van het cultuuraanbod gerealiseerd hoeft te worden.

Optie 2. Uitvoering geven aan de cultuurapp in brede zin.

In deze optie kiest de provincie Zeeland om de cultuurapp iets breder te interpreteren en ook een promotiecampagne te starten voor dit doel. Hierdoor ontstaat er een breed, maar eveneens onvolledig, inzicht in het culturele aanbod.

Datum
04/12/2018

Pagina
8 van 11

Wij denken dat deze optie er waarschijnlijk toe zal leiden dat het doel beter gerealiseerd wordt. Personen met weinig interesse in de Zeeuwse cultuur worden geprikkeld en zullen de distributiekanaalen mogelijk meer gaan gebruiken en de evenementen bezoeken. Deze optie is relatief duur. Vooral de promotiecampagne is relatief duur. Ook zal deze optie voor relatief weinig flexibiliteit zorgen. Op enig moment zullen er wellicht vragen komen of er ook ander distributiekanaal mogelijk is. Ook de organisatorische inbedding van de App zorgt voor inflexibiliteit.

Optie 3. Opzetten van een dataplatform voor culturele evenementendata

In deze optie kiest de provincie voor een rol op een andere plek. De provincie richt zich niet op het distributiekanaal maar op het platform. Op deze manier is het aan andere partijen om deze data te gebruiken in allerlei distributiekanaalen. De provincie investeert in deze optie niet a priori zelf in een cultuurapp. Indien de markt er niet voor zorgt de culturele evenementendata voldoende wordt verspreid, dan kan de provincie altijd nog het initiatief nemen voor een cultuurapp (of een ander distributiekanaal) die gebruik maakt van het platform.

Op basis van dit onderzoek schatten wij in dat er een reëel kans is dat het dataplatform ervoor zorgt dat het primaire probleem op korte termijn wordt opgelost. Een veel belangrijker voordeel is dat deze oplossing ervoor zorgt dat veel andere (mogelijke toekomstige) problemen met betrekking tot data van evenementen relatief eenvoudig kan worden opgelost. De kosten voor de realisatie van het dataplatform zullen niet meevallen. De kosten voor de techniek zijn behapbaar. Maar ook hier is een neutrale partij nodig en dat vraagt om het opzetten van een organisatie. Zeker omdat deze activiteit enkele jaren moeten worden voortgezet om voldoende massa te krijgen. Ook moet tegemoet gekomen worden aan enkele randvoorwaarden zoals – eerder genoemd – het opzetten van een organisatie, het ontwikkelen van afspraken over het aanleveren van data (kwaliteit, standaardisatie, metadatering, geen profieldata etc.)

Evaluatie van de strategische opties

Elk van de drie opties heeft voor- en nadelen. Optie 1 heeft als voornaamste voordeel dat de kosten die worden gemaakt ten opzichte van opties 2 en 3 laag zijn. Ons beeld is echter dat toegevoegde waarde relatief van de app beperkt zal zijn. De tweede optie kan ertoe leiden dat op relatief korte termijn de doelen tot op zeker hoogte worden gehaald. De vraag is wel of de kosten opwegen tegen de baten. Ook de derde optie is relatief duur, maar zij lost wel een meer structureel probleem op. Het zal helpen om data over Zeeuwse cultuur makkelijker te verzamelen en te verspreiden (via allerlei kanalen)..

Ik hoop u met het voorgaande voldoende geïnformeerd te hebben. Indien u nog vragen heeft, kunt mij u mij hiervoor benaderen.

Datum
04/12/2018

Met vriendelijke groet,

Pagina
9 van 11



Partner Dialogic innovatie & interactie

Bijlage 1 Deelnemers workshop

Datum
04/12/2018

Pagina
10 van 11

Naam	Organisatie
	ZB
	Zeelandtheaters
	Middelburg
	Provincie Zeeland
	SCEZ
	Muziekpodium Zeeland
	VVV
	Provincie Zeeland
	Provincie Zeeland
	Provincie Zeeland
	Goes

Bijlage 2 Overzicht interviews

Datum
04/12/2018

Pagina
11 van 11

Naam	Organisatie
	PZC
	VW
	Zeeuwse Connectie
	Publiq
	SCEZ
	VW
	Provincie Zeeland
	Provincie Zeeland