

VLAAMSE GEMEENSCHAPSCOMMISSIE

DE RAAD

ZITTING 2003-2004

12 JANUARI 2004

**“Onderzoek naar de toekomstperspectieven voor de campagne ‘Cultuurwaardebon’
Studie uitgevoerd door het Communicatie -en Adviesbureau LINK**

VERSLAG

**namens de Commissie voor Gemeenschapsaangelegenheden
uitgebracht door de heer Sven GATZ**

Hebben aan de werkzaamheden van de Commissie deelgenomen :

Vaste leden : Robert Delathouwer, voorzitter, de heren Erik Arckens, Sven Gatz en mevrouw Brigitte Grouwels

Dames en heren,

De Commissie voor Gemeenschapsaangelegenheden organiseerde op maandag 12 januari 2004 een vergadering naar aanleiding van de bespreking van de studie **Onderzoek naar de toekomstperspectieven voor de campagne ‘Cultuurwaardebon’**, uitgevoerd door het Communicatie- en Adviesbureau LINK.

De heer Sven Gatz wordt aangeduid als verslaggever.

I. Uiteenzetting

Tijdens de recente begrotingsbesprekingen werd de vraag gesteld naar een evaluatie van de ‘Cultuurwaardebon’. Collegevoorzitter Pascal Smet liet weten dat het Communicatie- en Adviesbureau LINK onderzoek heeft verricht naar de cultuurwaardebon en dat het onderzoek in de eerst volgende Commissie Gemeenschapsaangelegenheden besproken kon worden.

De collegevoorzitter benadrukt dat tijdens de commissievergadering enkel een toelichting over het onderzoek zal gegeven worden door mevrouw Kristine De Smet van LINK en door mevrouw Karina Luytens van de VGC-administratie, maar dat er nog geen concreet actieplan voorgelegd zal worden. Hij vraagt dat de raadsleden hun vragen en bemerkingen zouden formuleren voor bespreking in een volgende commissievergadering. Nadien kan hiermee bij het opstellen van een actieplan rekening worden gehouden. Het actieplan kan eveneens in een commissievergadering worden besproken.

De eerste uiteenzetting wordt gegeven door mevrouw Kristine De Smet van LINK en zal vooral aandacht besteden aan de conclusies van het onderzoek en de daaraan gekoppelde aanbevelingen.

De belangrijkste doelstelling van het onderzoek was het nagaan van de toekomstperspectieven van de cultuurwaardebon en het evalueren van de cultuurwaardebon als instrument voor cultuurparticipatie. De studie werd uitgevoerd tussen april-juni 2003 en bestaat uit 3 delen.

1. Bronnenonderzoek

Er werd een inventaris gemaakt van de bestaande ideeën en documenten. De eerste conclusie was dat de basisdoelstelling van de cultuurwaardebon zeer sterk is, maar dat ze onvoldoende wordt vertaald in een concrete doelstelling. Verder situeerde

men de cultuurwaardebon in een ruimer begrip van cultuurbeleving. Het huidige gebruik van de cultuurwaardebon is beperkt tot de professionele kunstbeoefening ; amateuristische kunstbeoefening of feesten van allochtone groepen komen hiervoor niet in aanmerking. LINK is van mening dat deze beperking kan blijven, maar dat er enkele nuances aangebracht moeten worden.

Daarnaast werd onderzocht welke doelgroepen bereikt kunnen worden door cultuurparticipatie. Uit onderzoek bleken de belangrijkste doelgroepen te zijn : kinderen, jongeren, ouderen, volwassenen, allochtonen en kansarmen.

Ten slotte heeft het studie bureau onderzoek verricht bij aanverwante initiatieven zoals bv. *De Kaart* en *Artikel 27*.

2. Veldonderzoek

Het veldonderzoek werd verricht via diepte-interviews, ronde tafelgesprekken, schriftelijke en telefonische enquêtes. Hierdoor werden de standpunten van de ontvangers en de gebruikers van de cultuurwaardebon in kaart gebracht.

3. Conclusies en aanbevelingen

De belangrijkste conclusie van het onderzoek is dat de cultuurwaardebon als basisdoelstelling sterk is, maar dat dit onvoldoende wordt vertaald in concrete initiatieven. Op het vlak van het beleid werd geconcludeerd dat de cultuurwaardebon niet volstaat als enige initiatief om de cultuurparticipatie te bevorderen. Wat de communicatie betreft, moet er meer doelgroepgericht gewerkt worden.

De cultuurwaardebon werd getoetst aan de voorwaarden van cultuurparticipatie. In welke mate helpt de bon om aan cultuur te doen ? Hieruit blijkt dat de bon op financieel vlak een grote bijdrage levert. Het financiële voordeel is in mindere mate een motivatie bij de groep “individuen” dan bij de diverse socio-culturele instellingen. De verenigingen die werken met kansarmen gaan er wel vanuit dat de cultuurwaardebon niet helemaal gratis gegeven mag worden aan de gebruikers. Zij vragen aan de gebruikers van de bon een minimaal remgeld (1 euro of 1,5 euro). Dit remgeld vertegenwoordigt geen extra inkomst voor de instellingen, maar wordt bvb. gebruikt voor de terugbetaling van het metroticket van de gebruiker van de cultuurwaardebon.

Geld is één drempel voor cultuurparticipatie, maar tijd en afstand zijn evenzeer belangrijke drempels. Om deze drempels te overstijgen is de

cultuurwaardebon quasi niet geschikt. De cultuurwaardebon geeft hoofdzakelijk een financiële stimulans.

De cultuurwaardebon werd geëvalueerd als product en getoetst op zijn aspecten prijs, plaats, personeel en promotie.

De cultuurwaardebon geeft een prijsvoordeel van 6,20 euro. Er wordt voorgesteld om dit bedrag niet te veranderen. Het huidige aanbod van culturele activiteiten waarvoor de cultuurwaardebon in aanmerking komt, kan grosso modo behouden blijven, en verruimd worden.

Uit het onderzoek bleek eveneens dat er te hoge drempels zijn om de cultuurwaardebon aan te schaffen. Daarom raadt LINK aan om de bon ter beschikking te stellen in een centraal gelegen verdeelpunt. Het studiebureau is er geen voorstander van om de cultuurwaardebons beschikbaar te stellen in de gemeenschapscentra.

Met betrekking tot het personeel dat instaat voor de verdeling van de bon waren er eensluidend positieve reacties. Toch is er een probleem met de verwerkingstijd van de aanvragen. Daarom stelt het bureau voor om meer zaken uit te besteden. In dit verband wordt gedacht aan callcenters die de aanvragen kunnen registreren.

De promotie van de bon laat nog te wensen over en daarom wordt er voor een betere bekendmaking van de cultuurwaardebon gepleit : laat de cultuurwaardebon leven en maak hem zichtbaar !

Om de cultuurwaardebon bekend te maken bij de burger is er een campagne nodig. LINK is geen voorstander van een algemene campagne maar pleit voor doelgerichte campagnes. Belangrijk tijdens de campagne is samenwerking met de diverse kunstinstellingen, socio-culturele verenigingen, sociale-en welzijnsorganisaties en scholen. Uit het onderzoek bleek dat de campagne zich vooral moet richten op volgende 6 doelgroepen : ouders, studenten, nieuwkomers in Brussel, cursisten Nederlands, senioren en socio-culturele verenigingen en welzijnsorganisaties.

Ten slotte bespreekt mevrouw Kristine De Smet de cultuurwaardebon als onderdeel van het beleid met betrekking tot de cultuurparticipatie. Uit het onderzoek bleek dat allochtonen moeilijk aansluiting vinden bij het huidige culturaanbod. Er bestaat dus een gevaar dat cultuur een gesloten circuit zal worden. Het studiebureau pleit niet voor de organisatie van voorstellingen van en voor be-

paalde groepen, maar dringt er op aan te onderzoeken hoe allochtonen beter kunnen participeren in het huidige aanbod. Voor de ouderen zijn er nog bijkomende drempels, namelijk : verplaatsing, afstand. Hierover moet ook nagedacht worden.

Wat betreft de uitbreiding van het aanbod voor kansarmen is nader onderzoek nodig en moet er meer ondersteuning komen voor de initiatieven die door de kansarmen zelf worden genomen.

Mevrouw Kristine De Smet benadrukt dat de gemeenschapscentra een belangrijke intermediaire rol kunnen spelen voor de bekendmaking van de cultuurwaardebon bij de verenigingen en de doelgroepen. Bovendien wordt er gepleit voor een sterker samenspel tussen de diverse directies van de VGC en de culturele instellingen.

Namens de VGC-administratie geeft mevrouw Karina Luytens een korte toelichting over de ontvangers en de gebruikers van de cultuurwaardebon. In 9 jaar tijd is de dienstverlening geëvolueerd van 5.800 klantgerichte aanvragen naar 38.000 aanvragen. Het budget is geëvolueerd van 228.000 EUR naar 395.000 EUR. Er worden nu op jaarbasis ongeveer 110.000 bons afgeleverd, waarvan er in 2002-2003 ongeveer 58.000 effectief werden gebruikt en aan de instellingen werden vergoed (cfr. grafiek 1 'evolutie aanvragen'). Er zijn overeenkomsten met 80 Brusselse instellingen die cultuurwaardebons aanvaarden. 650 verenigingen uit Brussel en Vlaanderen maken gebruik van de dienstverlening en vragen bons aan voor groepsbezoeken. Een cultuurwaardebon bestrijkt een gevarieerde en brede waaier van culturele activiteiten in de stad (cfr. grafiek 2 'gebruik per artistieke discipline').

Inzake de doelgroepenwerking ziet men een aantal opvallende evoluties. Verschillende verenigingen leveren al systematisch inspanningen om hun doelgroep op een concrete en stabiele manier te betrekken bij het culturele leven in Brussel.

* De inspanningen van het Seniorencentrum om de actieve senior te betrekken in het culturele leven zijn al sinds enkele jaren duidelijk merkbaar. Enerzijds worden laagdrempelige voorstellingen in gemeenschapscentra en uitstappen naar musea georganiseerd. Anderzijds bezoekt men met de senioren ook de grotere kunstinstellingen. De senioren leren de cultuurwaardebon kennen via deze acties en vragen nadien ook op individuele basis de cultuurwaardebon aan. Ook de campagne voor de rusthuisbewoners, dit jaar voor de tweede maal opgezet, wil een aanzet zijn om moeilijk bereikbare

groepen naar de concert- en theaterzalen te krijgen. Men constateert dat de inspanning van een centrale vereniging (Seniorencentrum) navolging krijgt bij enkele individuele rusthuizen, die op hun beurt de weg hebben gevonden en aanvragen doen voor culturele uitstappen.

* De Gemeenschapscentra nemen het voortouw in de sensibilisering van kinderen, gezinnen en senioren voor culturele participatie in het eigen centrum, maar sporadisch ook voor uitstappen elders in de stad. Deze stijging heeft in een aantal gemeenschapscentra te maken met specifieke acties of met een algemene stijging van de activiteiten door de renovatie en ingebruikname van nieuwe zalen. Uit de recente cijfers blijkt dat de gemeenschapscentra erin geslaagd zijn tijdens de afgelopen jaren een trouw publiek op te bouwen. Dit publiek wordt aangestuurd door een sterk aanwezig verenigingsleven of met een specifiek cultuurprogramma. De toename van gebruikte bons in de gemeenschapscentra situeert zich voornamelijk in de sectoren van cultuurbeleving voor kinderen, gezinnen en senioren. Gelet op de inspanningen die door de gemeenschapscentra worden gedaan lijkt het aangewezen om een meer algemene strategie uit te werken met deze instellingen om de bon op een consequente en zichtbare manier te promoten. Dit wordt ook voorgesteld in de studie. Eventueel kunnen hier ook acties gepland worden zoals een speciale dag van de cultuurwaardebon in de gemeenschapscentra, enz... (grafiek 3 'gebruik gemeenschapscentra').

Het bereiken van jongeren met de cultuurwaardebon wordt vandaag voornamelijk gerealiseerd door de dienstverlening via de scholen in Brussel en Vlaanderen en de acties en promoties voor hogeschoolstudenten in Brussel (bv. Dag van de Student).

Verschillende kunstinstellingen in Brussel maken programma's waarbij scholen specifiek worden uitgenodigd en waarbij de cultuurwaardebon actief gepromoot wordt als middel voor goedkope deelname. De resultaten in de BOZAR, de Muntshouwborg, de KVS en de Vaartkapoen zijn hiervan de meest succesvolle voorbeelden. (cfr. grafiek 4 met o.a. gebruik scholen).

Bij het begin van het academiejaar worden de hogescholen voorzien van foldermateriaal over de cultuurwaardebon. De 'Dag van de student' zorgt eveneens voor promotie van de cultuurwaardebon bij de studentenbevolking.

Voor de Brusselse jongeren in de jeugdhuisen is er ook nog 'De Kaart', waarbij vaak in combinatie met de cultuurwaardebon wordt gewerkt aan deelname aan voorstellingen in de stad.

* Het bereiken van het cliënteel van de welzijnorganisaties blijft in hoge mate afhankelijk van enkele individuen die zich binnen de bestaande organisaties inzetten voor de begeleiding van maatschappelijk kwetsbaren en affiniteit of interesse hebben voor het culturele gebeuren in Brussel. Het ontbreken van een coördinerende instantie, netwerking of een meer structurele ondersteuning is hier een lacune. Om deze doelgroep op een meer systematische manier te bereiken zijn structurele maatregelen noodzakelijk. Een educatief bemiddelaar of een netwerk van bemiddelaars, stewards, of verenigingen kan zeer nuttig zijn om informatie te verzamelen over specifieke voorstellingen, duiding te geven en ook zeer praktische informatie te verzorgen (vervoer, kledingscode, aspecten van de voorstellingen). Een kortingsstelsel volstaat niet om deze groep te sensibiliseren voor cultuurdeelname.

Wat de dienstverlening en de promotie aangaat, kunnen de volgende elementen worden vastgesteld. Inzake de elektronische aanvragen is de situatie recent gevoelig verbeterd. Dit door de invoering van nieuwe pc's en de stabilisatie van het netwerk van de VGC. Via de restyling van het elektronische aanvraagformulier wordt er gewerkt aan gebruiksvriendelijke informatie.

De systematische inschakeling van de cultuurwaardebon in de communicatiecampagnes van de VGC (bv. Dag van de Student) en ook het informatiepakket voor de nieuwe inwoner is een feit. Deze inbreng kan nog verfijnd worden door meer overleg met de betrokken diensten en directies.

Onder begeleiding van Kunstmaan werd een nieuw campagnebeeld ontworpen (bon, logo, folder). Dit beeld sluit aan bij de nieuwe huisstijl van de VGC en wil ook een ludiek beeld meegeven voor de cultuurbeleving in Brussel. Het nieuwe materiaal sluit ook beter aan bij de bredere waaier aan activiteiten die door de cultuurwaardebon worden bereikt.

De personeels omkadering is erg krap. Er bestaat een duidelijke nood aan bijkomend personeel voor de uitwerking en opvolging van de acties gericht op specifieke doelgroepen. Bij de individuele aanvragen merken we nog een grote discrepantie tussen aanvragen en effectief gebruiken. De dagelijkse opvolging van de dienstverlening kent zeer

scherpe pieken (begin van het seizoen, bepaalde populaire voorstellingen en tentoonstellingen)(cfr. grafiek 5 'spreiding van aanvragen gedurende het seizoen). De situering van de dienstverlening op het gelijkvloers van het Saintelettegebouw is zeker een vooruitgang voor de ontvangst van de groepen en de individuele aanvrager. De locatie van de baliewerking op een meer centrale plaats in Brussel is een streven. Telefonische dienstverlening is geen evidentie. Toen dit tijdens de eerste jaren wel mogelijk was heeft men dit op een bepaald moment moeten afbouwen omwille van het zeer arbeidsintensieve karakter en ook omwille van het feit dat zeer veel post verkeerd toekwam. Om een correcte verzending te garanderen blijft de VGC-administratie voorstander van een schriftelijke of een on-line aanvraag. Als de telefonische aanvraag toch ingevoerd wordt moet er bijkomend personeel worden ingeschakeld of moet dit uitbesteed kunnen worden.

II. Bespreking

De heer Sven Gatz heeft enkele opmerkingen en vragen ter verduidelijking. Hij merkt op dat er niet gesproken werd over het Matheuseffect : mensen die al aan cultuur participeren hebben nu de kans om aan verminderde prijs de culturele activiteiten bij te wonen.

Mevrouw Kristine De Smet benadrukt dat het niet verkeerd is dat iedereen de bon kan aanvragen maar het heeft geen nut om de campagne te richten op deze groep mensen. De bedoeling is om meer energie te besteden aan doelgroepen die normaal niet aan cultuurparticipatie doen.

Naar aanleiding hiervan maakt het raadslid de bedenking dat de groep "individuen" procentueel het meeste gebruik maakt van de bon. Hij is er zeker van dat de bijkomende inspanningen naar bepaalde doelgroepen de verhoudingen in het gebruik van de cultuurwaardebon tussen 'individuen' en 'groepen' zullen wijzigen, maar hij vermoedt dat de groep 'individuen' steeds de grootste zal blijven.

Verder merkte hij een tegenspraak op tussen de twee sprekers betreffende het gebruik van de cultuurwaardebon door de scholen. LINK onderzocht de schoolprogrammatie die door de gemeenschapscentra wordt aangeboden en constateerde dat dit aanbod daalt. Dit werd eveneens door de administratie vastgesteld. Maar binnen de cultuurprogrammatie zijn er andere cultuurinstellingen die hun aanbod meer en meer gaan richten op scholen. Dus in dit geval is er wel een stijging van de cultuurparticipatie van de scholen merkbaar.

Ten slotte wenst de heer Sven Gatz de geografische spreiding van de gebruikers van de cultuurwaardebon te kennen.

Uit het afgelopen onderzoek blijkt dat 25% van de gebruikers uit Brussel komen, 25% uit Vlaams-Brabant en de resterende 50% zijn gebruikers van elders.

De heer Erik Arckens merkt op dat er bij de behoefte aan culturele participatie nog steeds een onderscheid merkbaar is tussen de verschillende maatschappelijke groepen. De samenhang tussen sociaal kapitaal en cultureel kapitaal is doorslaggevend. Volgens hem is culturele participatie niet de 1^{ste} prioriteit van de meest kwetsbare maatschappelijke groepen.

Mevrouw Kristine De Smet laat weten dat uit het onderzoek is gebleken dat kansarmen behoefte hebben aan cultuurbeleving, maar dat ze extra gestimuleerd moeten worden. Zij hebben extra-begeleiding nodig omdat ze met een verminderde zelfredzaamheid kampen.

Het raadslid deelt de mening van het studiebureau dat de cultuurwaardebon niet echt leeft. Hij vraagt wat er gedaan kan worden om deze levendiger te maken, om de groep 'maatschappelijk kwetsbare gebruikers' te vergroten ?

Mevrouw Kristine De Smet benadrukt dat het te ver zou leiden om hierop te antwoorden maar dat in de studie per doelgroep is aangegeven hoe deze mensen beter bereikt kunnen worden. Het belangrijkste is om de campagne per doelgroep te bekijken.

Ten slotte vraagt de heer Erik Arckens hoe men kan bepalen welke soorten cultuur er aangeboden moeten worden ? Hoe kan je vanuit een campagne gericht tot bepaalde doelgroepen toch nog een aanbod bieden dat voor een groter publiek beschikbaar is ?

LINK adviseert een debat te voeren hierover met de diverse culturele instellingen. In de culturele instellingen vormt de artistieke kwaliteit nog steeds de prioritaire maatstaf. Het studiebureau is zeker geen voorstander van de hokjesmentaliteit.

Mevrouw Brigitte Grouwels heeft de indruk dat niet alleen Nederlandstalige personen een beroep doen op de cultuurwaardebon. Ze stelt zich de vraag hoeveel anderstaligen ervan gebruik maken.

Mevrouw Kristine De Smet vindt het een goed idee om na te gaan hoeveel anderstaligen er een beroep doen op de bon maar vreest dat dit praktisch onmogelijk is. Bij de aanvraag van de bon wordt er niet gevraagd naar de nationaliteit van de aanvrager.

Bovendien wenst mevrouw Brigitte Grouwels te weten of de cultuurwaardebbon enkel bruikbaar is bij gesubsidieerde culturele activiteiten of ook bij commerciële culturele activiteiten ?

Het studiebureau adviseert de VGC om het gebruik van de cultuurwaardebbon zeker niet uit te breiden naar commerciële activiteiten, maar het is de keuze van de VGC om te beslissen waar de cultuurwaardebbon uitgegeven mag worden.

Commissievoorzitter Robert Delathouwer vindt de cultuurwaardebbon een goed initiatief. Volgens hem is één van de minpunten dat 75% van de gebruikers van de bon niet-Brusselaars zijn.

Verder stelt hij zich de vraag of er bij het onderzoek een link werd gelegd naar “*De Kaart*” en “*Artikel 27*”.

Ten derde verwijst het raadslid naar het armoederapport uit 1998 waaruit blijkt dat kansarmen die uitgesloten zijn en niet participeren aan cultuur, uitgesloten zullen blijven. Bovendien stelt hij het remgeld in vraag. Hij vraagt zich af of dit wel noodzakelijk is.

Ten vierde vindt hij het voorstel van één centraal uitgiftebureau geen goed idee. Voor senioren kan hierbij de afstand weer voor problemen zorgen.

Ten slotte is het raadslid voorstander van het nader bestuderen van het culturele circuit waarbinnen de cultuurwaardebbon kan aangewend worden. Misschien is het wel mogelijk om de cultuurwaardebbon bruikbaar te maken bij commerciële activiteiten.

LINK heeft inderdaad ook onderzoek verricht naar “*De Kaart*” en “*Artikel 27*”. Er werden bij het bestuderen van deze 2 systemen positieve ideeën opgedaan. Op te merken viel dat er in jeugdhuisen vaak gebruik wordt gemaakt van “*De Kaart*” gecombineerd met de cultuurwaardebbon.

Volgens de ondervraagde instellingen die een beperkt remgeld vragen aan de gebruikers van de cultuurwaardebbon, is dit noodzakelijk om te vermijden dat men zich inschrijft voor een evenement en het zondermeer laat afweten de dag van het

evenement. Dit remgeld wordt geherïnvesteerd in de deelnemers zelf en impliceert een ‘engagement’ van de gebruikers.

Het studiebureau stelt inderdaad voor één centraal uitgiftepunt op te richten maar dit als bijkomend uitgiftekantoor. Het bestaande uitgiftesysteem moet behouden blijven.

Ten slotte benadrukt mevrouw Kristine De Smet dat het gebruik van de bon bij commerciële culturele activiteiten een beleidskwestie is.

Om te eindigen stelt collegevoorzitter Pascal Smet de nieuwe informatiebrochure voor en laat hij weten dat er een concreet actieplan opgesteld zal worden dat in een nader te bepalen commissievergadering voorgelegd zal worden.

De verslaggever,

De voorzitter,

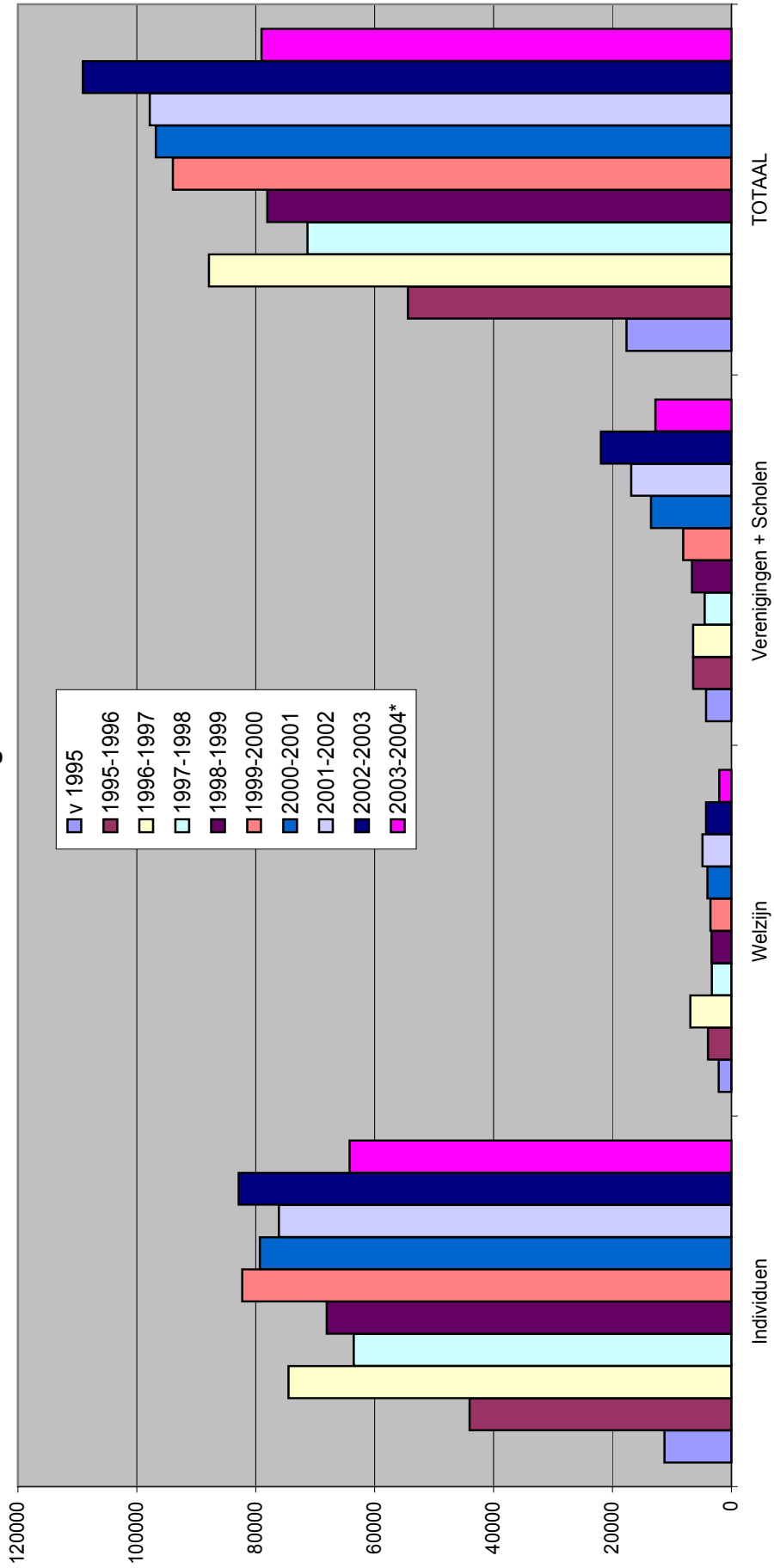
Sven GATZ

Robert DELATHOUWER

BIJLAGEN

GRAFIEK 1

Overzicht aanvragen cwb 1995-2004



Overzicht aanvragen cultuurwaardebon van 1995 tot 2004

TYPE AANVRAGER	v 1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004*
Individen	11.245	44.033	74.510	63.508	68.047	82.291	79.284	76.119	82.872	64.222
Welzijn	2.112	3.942	6.899	3.295	3.345	3.517	4.026	4.854	4.255	2.027
Verenigingen + Scholen	4.279	6.434	6.439	4.482	6.642	8.119	13.512	16.844	21.956	12.795
TOTAAL	17.636	54.409	87.848	71.285	78.034	93.927	96.822	97.817	109.083	79.044

v betekent van 1 februari tot 15 juli 1995.

* tot 23 december 2003

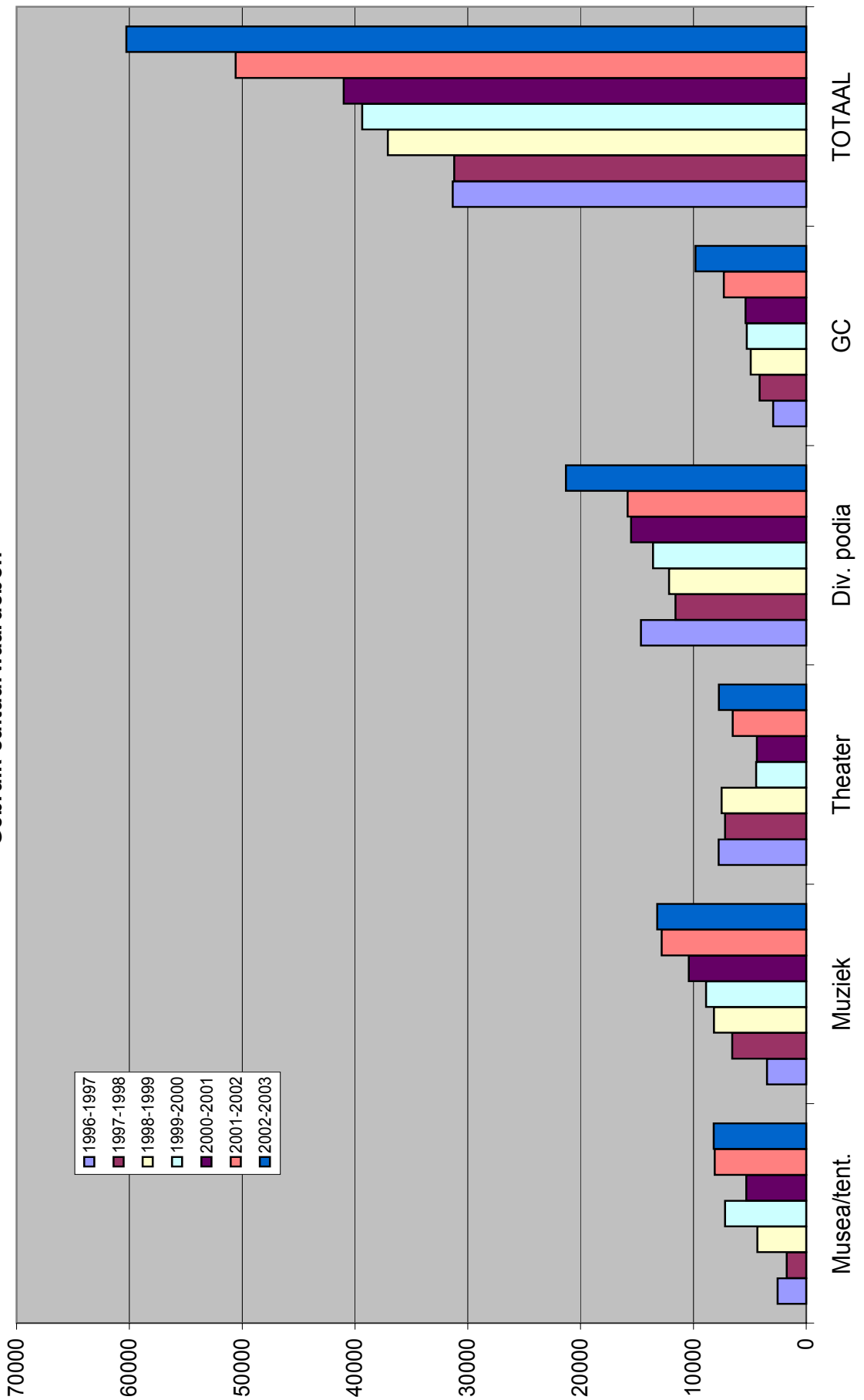
Tot en met het seizoen 1999-2000 werden de aanvragen voor scholen in de groep "Individen" opgenomen.

Vanaf het seizoen 2000-2001 worden de aanvragen als specifieke groep "Scholen" geregistreerd.

TYPE AANVRAGER	2000-2001	2001-2002	2002-2003
Individen	79.284	76.119	82.881
Welzijnsorganisaties	4.026	4.854	4.465
Verenigingen Brussel	5.911	7.575	10.076
Verenigingen Vlaanderen	2.213	1.737	2.583
Onderwijsinstellingen - Brussel-Vlaanderen	5.388	7.532	9.084
TOTAAL	96.822	97.817	109.089

GRAFIEK 2

Gebruik cultuurwaardebon



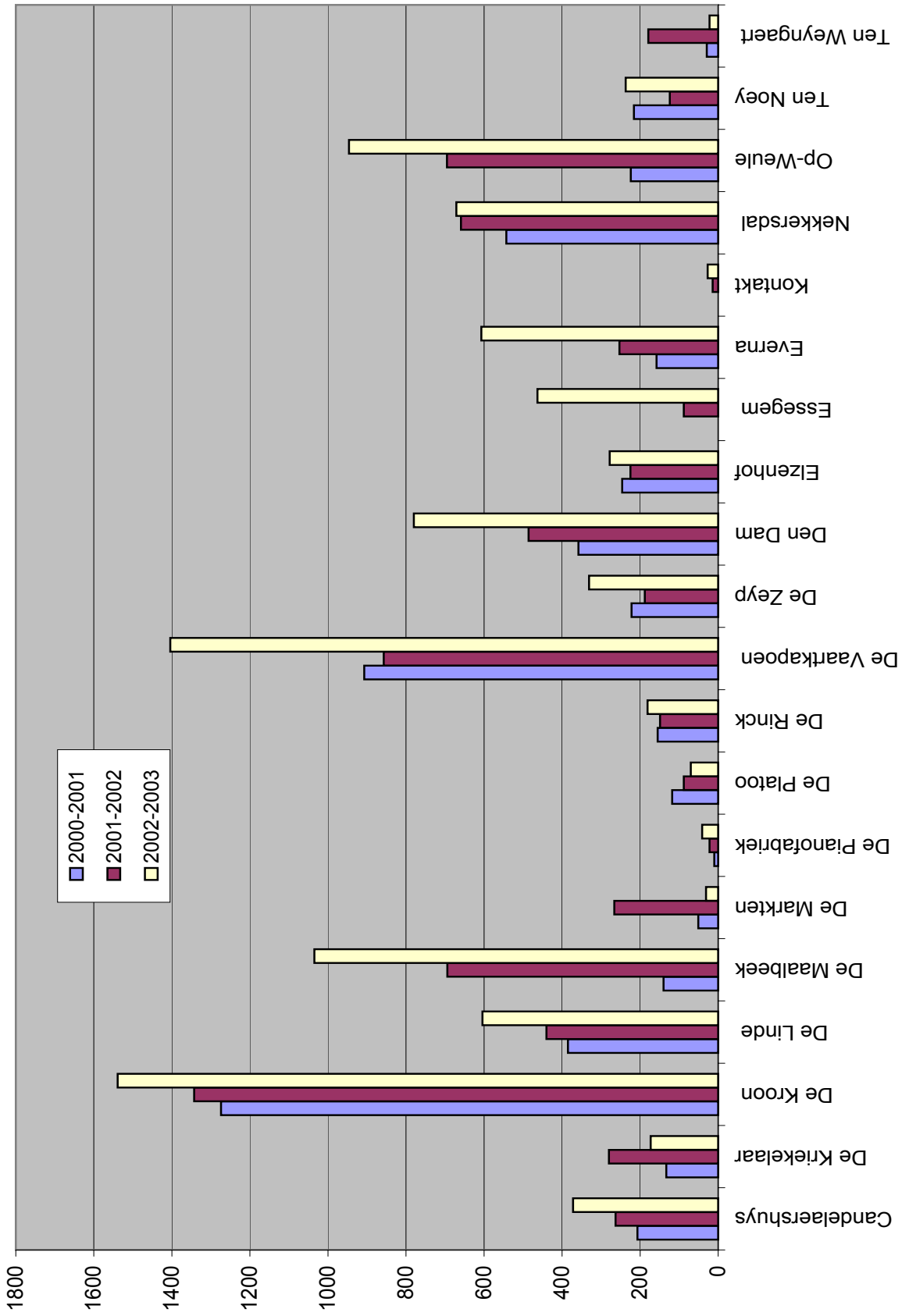
Tabellen cwb 1995 2004.xls

GEBRUIK CULTUURWAARDEBONS

Overzicht gebruikte cultuurwaardebons

INSTELLING	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003
Musea en tentoonstellingen	2.533	1.723	4.325	7.198	5.319	8.110	8.195
Muziek	3.470	6.552	8.169	8.878	10.406	12.809	13.216
Theater	7.761	7.198	7.500	4.436	4.376	6.512	7.741
Diverse disciplines - podia	14.651	11.597	12.165	13.581	15.523	15.842	21.306
Gemeenschapscentra	2.921	4.144	4.928	5.263	5.376	7.313	9.812
TOTAAL	31.336	31.214	37.087	39.356	41.000	50.586	60.270

GRAFIEK 3
Gebruik gemeenschapscentra

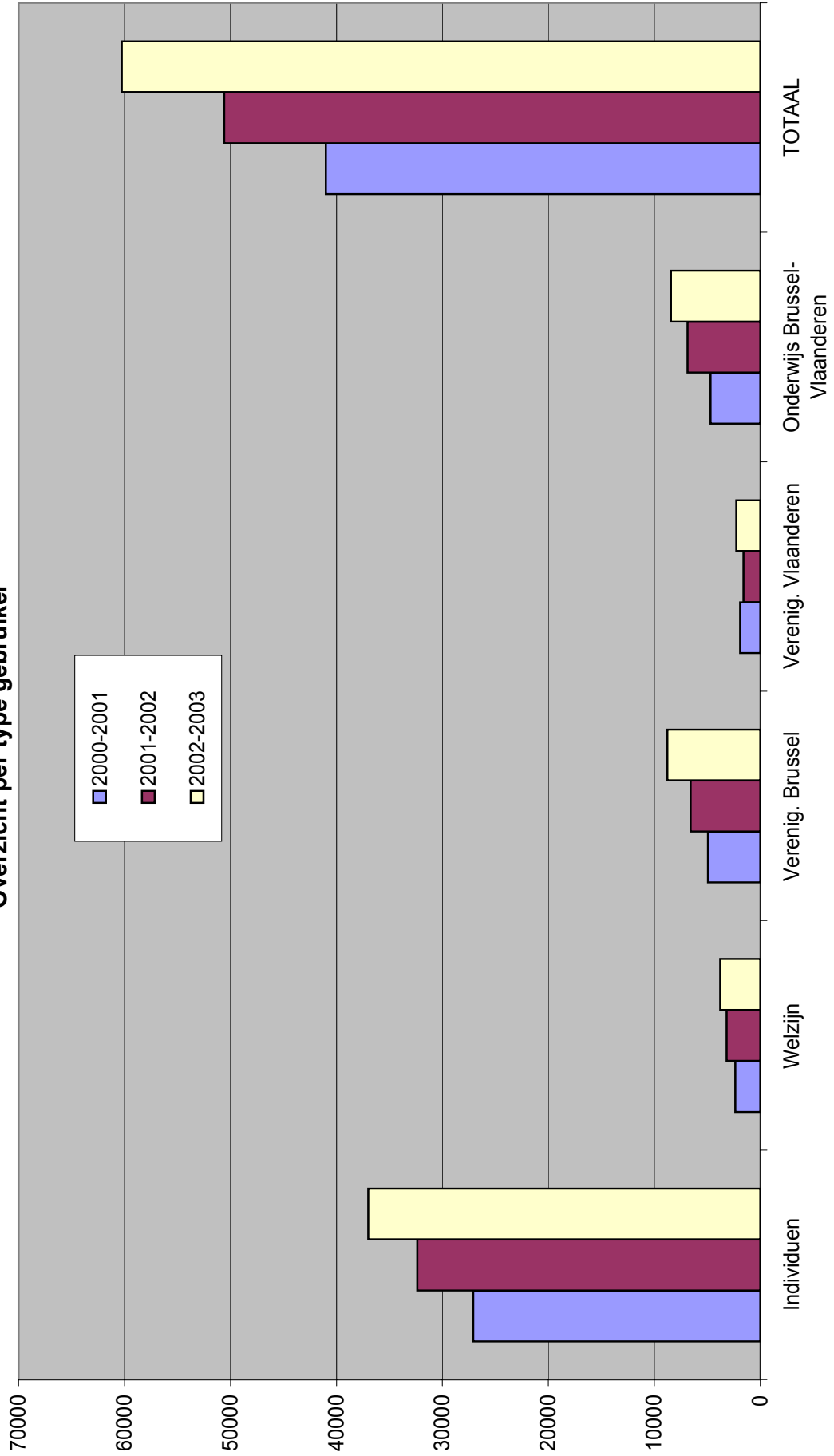


GEBRUIK CULTUURWAARDEBONS IN DE GEMEENSCHAPSCENTRA

INSTELLING	2000-2001	2001-2002	2002-2003
GC Candelaershuis	207	263	372
GC De Kriekelaar	133	280	173
GC De Kroon	1.274	1.343	1.539
GC De Linde	385	440	604
GC De Maalbeek	140	694	1.035
GC De Markten	51	266	31
GC De Pianofabriek	10	22	41
GC De Platoo	118	88	70
GC De Rinck	155	149	181
GC De Vaartkapoen	907	857	1.404
GC De Zeyp	222	188	331
GC Den Dam	358	486	780
GC Elzenhof	246	225	278
GC Essegem		88	463
GC Everna	158	253	607
GC Kontakt		14	27
GC Nekkersdal	543	659	671
GC Op-Weule	224	695	946
GC Ten Noey	216	124	237
GC Ten Weyngaert	29	179	22
TOTAAL	5.376	7.313	9.812

GRAFIEK 4

Overzicht per type gebruiker

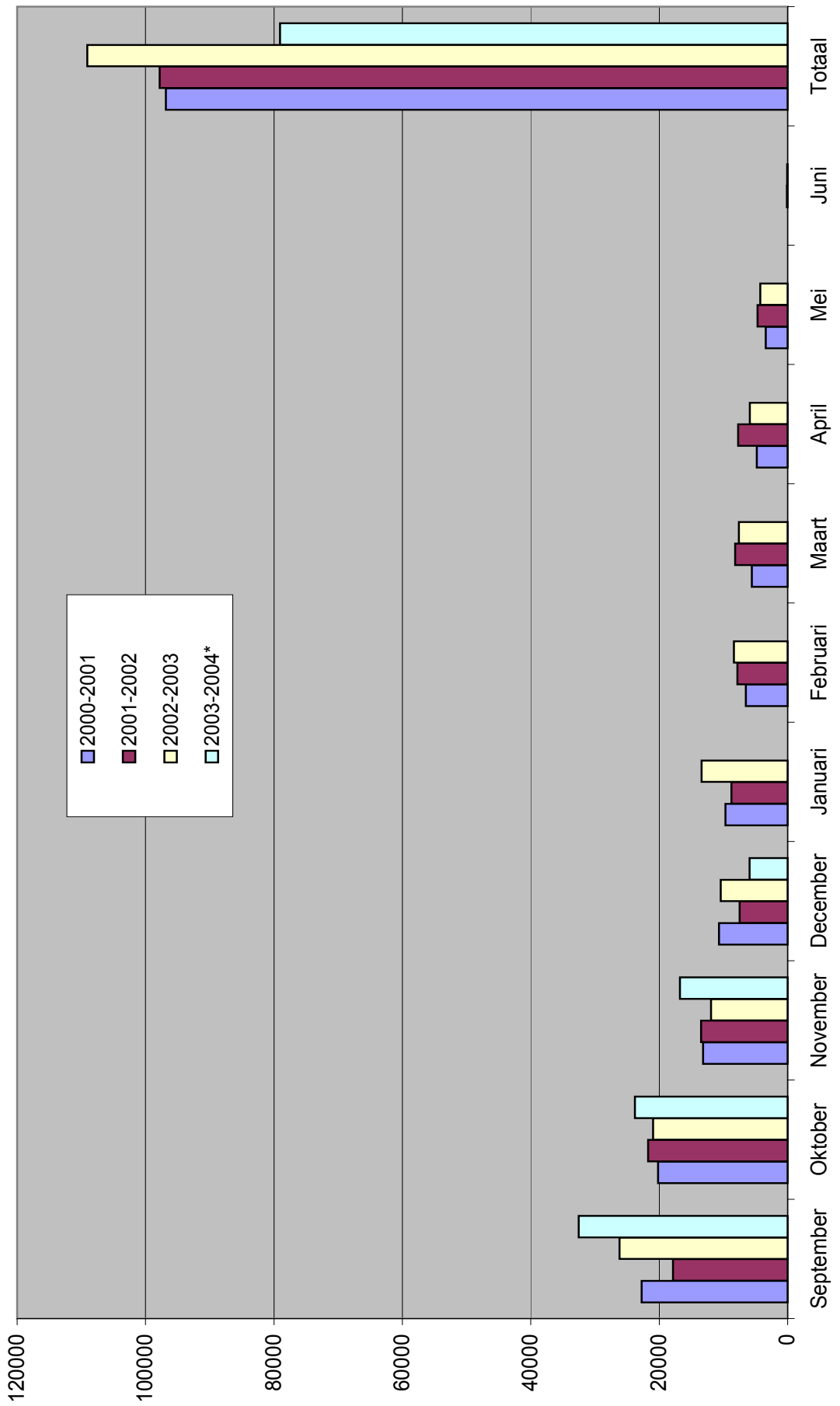


Overzicht gebruik per type

TYPE GEBRUIKER	2000-2001	2001-2002	2002-2003
Individueen	27.082	32.365	36.996
Welzijn	2.369	3.181	3.788
Verenig. Brussel	4.938	6.574	8.784
Verenig. Vlaanderen	1.910	1.601	2.267
Onderwijs Brussel-Vlaanderen	4.701	6.865	8.435
TOTAAL	41.000	50.586	60.270

GRAFIEK 5

Aanvragen per maand



Overzicht aanvragen cultuurwaardebon per maand

Maand	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004*
September	22.724	17.865	26.195	32.543
Oktober	20.196	21.728	20.953	23.795
November	13.175	13.484	11.946	16.773
December	10.705	7.471	10.429	5.933
Januari	9.695	8.752	13.387	
Februari	6.512	7.833	8.353	
Maart	5.592	8.182	7.601	
April	4.787	7.698	5.873	
Mei	3.418	4.697	4.276	
Juni	18	107	70	
Totaal	96.822	97.817	109.083	79.044

* tot 23 december 2003