

Praktijkcase: Bezoekersonderzoek muziekfestival

De organisatie van een 3 dagen durend festival in Eindhoven wil graag weten wat voor soort bezoekers het evenement trekt en wat hun mening is over dit evenement. Na een intake gesprek waarin hoofd- en deelvragen zijn opgesteld, zijn enquêteurs van Markteffect gedurende het festival de straat opgegaan en hebben zij bezoekers op de diverse locaties van het evenement ondervraagd.

Na uitvoerige kwantitatieve analyses bleek, geheel tegen verwachting van de organisatie in, dat de bezoekers van dit evenement in te delen waren in 3 hoofdgroepen. Alle drie de bezoekersgroepen hadden verschillende achtergrondkenmerken en verschillende motivaties waarom zij naar het evenement kwamen. Zo bezochten zowel bewoners van Eindhoven als van andere steden het festival, maar hadden zij andere redenen en stimuli om naar dit evenement te komen.

Met deze uitkomst heeft de organisatie een beter inzicht gekregen in de samenstelling van de doelgroep. Naar verwachting zal de toekomstige communicatie hier op worden afgesteld, kunnen sponsors beter hun bereik bepalen en zal het evenement zo blijven groeien.

