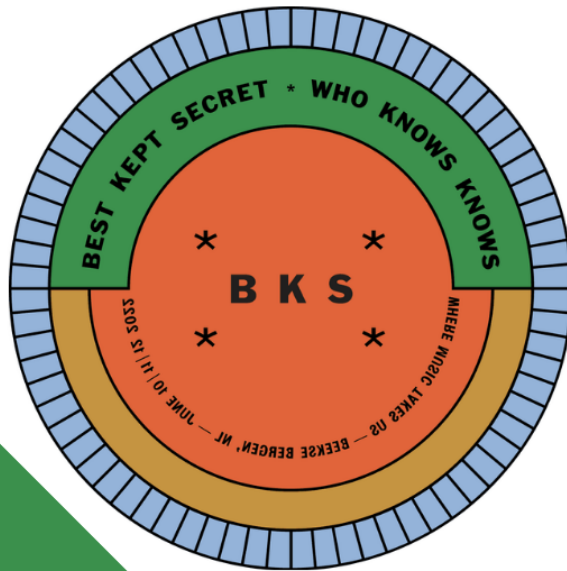


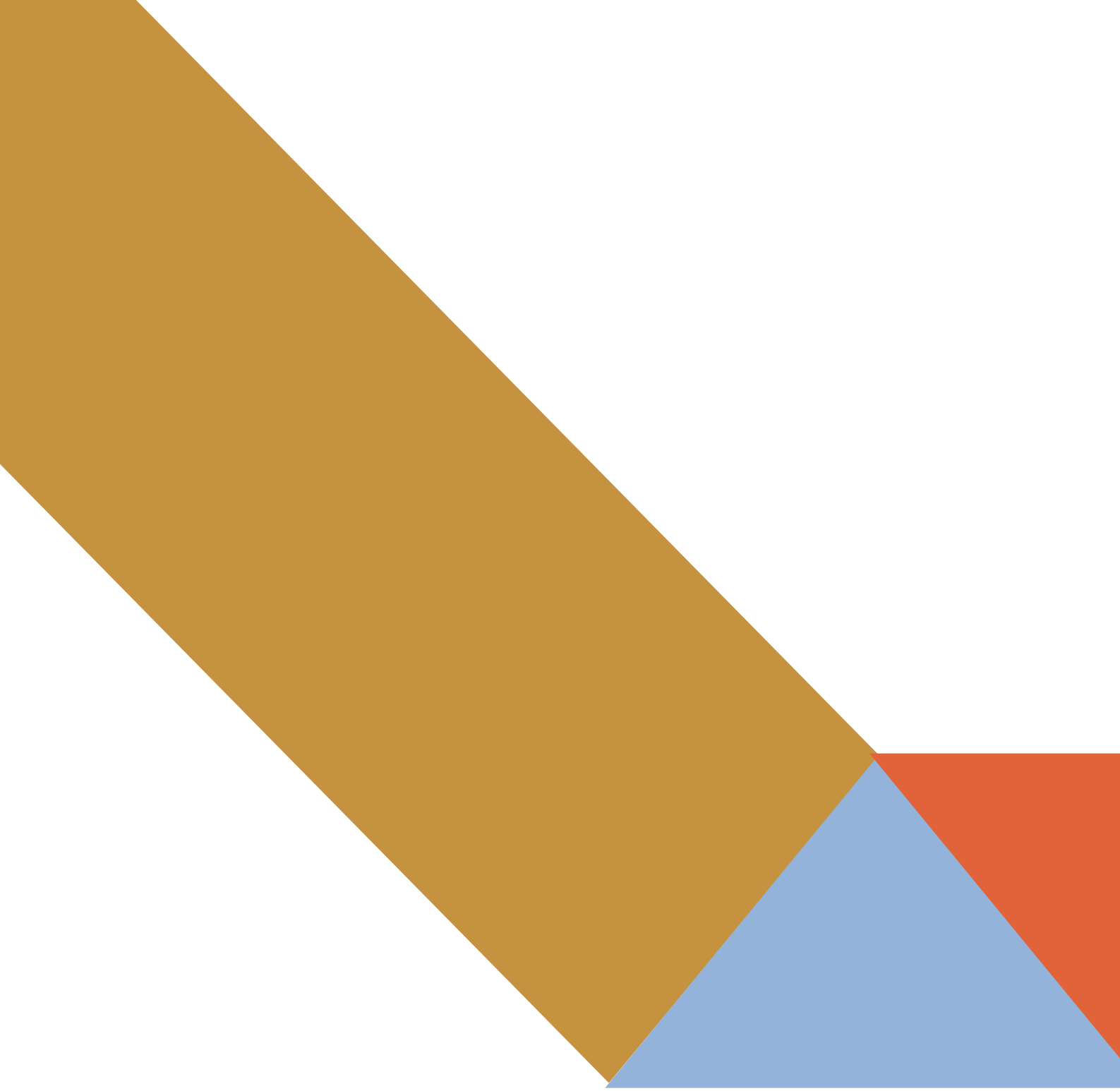


Meer jongeren op het festival "Best Kept Secret"

Onderzoeksrapport
Tilburg, 13 oktober 2022

Lieke Bastiaansen 4531299
Ana
Eef





VOORWOORD

Voor u ligt het onderzoeksrapport dat is geschreven voor Best Kept Secret. Dit onderzoeksrapport is geschreven tijdens periode 5 van de opleiding Commerciële Economie – International Events, Music and Entertainment Studies te Tilburg.

De onderzoeksvraag die centraal staat is: “Wat is de customer journey van de jongeren uit Tilburg tussen de 18 en 25 jaar oud en welke bezoekmotieven spelen hierin een rol?”. Om antwoord te krijgen op deze vraag is er zowel veld- als deskresearch uitgevoerd. De aanleiding van dit onderzoek is dat Best Kept Secret graag meer jongeren wil trekken op het festival.

Er is ruim 6 weken gewerkt aan dit onderzoeksrapport tijdens case 5 - Marktonderzoek & marketingcommunicatie.

Wij wensen u veel leesplezier toe!

Met vriendelijke groet,

Lieke Bastiaansen
Ana
Eef

SAMENVATTING

Best Kept Secret is een 3-daags muziekfestival dat sinds 2013 jaarlijks georganiseerd wordt in Hilvarenbeek. De editie van 2022 trok in totaal 75.000 bezoekers aan en festivaldirecteur Maurits Westerik (2022) beschrijft het als meer dan een muziekfestival. Het festival is zeer divers en brengt mensen bij elkaar doormiddel van muziek, eten en cultuur. Het festival is erop gericht om de bezoekers steeds dingen te laten ontdekken. Het muziekgenre van het festival is wat meer alternatief (Best Kept Secret, 2022).

Ondanks de vele kanten van het festival staat de organisatie toch voor een grote uitdaging. De evenementenbranche is continu in ontwikkeling en de hoeveelheid jongeren uit de omgeving Tilburg die naar het Best Kept Secret komen, stagneert al enkele jaren. Best Kept Secret streeft naar 25 tot 30 procent jongeren van de totale bezoekersaantallen. Maar momenteel zit dit tussen de 15 en 20 procent (Westerik, 2022)

Om dit probleem op te lossen wordt er door 2^e jaar CE-studenten een marketingcommunicatieplan opgesteld, waarbij eerst een onderzoek volgde. Het onderzoek is ingegaan op de bezoekmotieven en de customer journey van de potentiële en huidige bezoekers van het festival. Door middel van desk- en fieldresearch is er antwoord gekomen op de onderzoeksvraag.

Er is kwalitatief onderzoek uitgevoerd in de vorm van interview afname. In totaal zijn er 9 interviews afgenomen met zowel potentiële bezoekers als huidige bezoekers. Uit de interviews kwam voornamelijk naar voren dat de hogere toegangsprijs vooral invloed heeft op de customer journey van zowel de huidige als potentiële bezoekers als de bezoekmotieven. In elke fase van de customer journey komt de prijs-kwaliteit afweging naar voren. Dit zorgt voor afhaak van de jongere bezoekers. Daarnaast hebben vrienden ook een zeer grote invloed op het bezoek. Als er te weinig vrienden zijn met wie het festival bezocht wordt, wordt er in de eerste fase van de customer journey al afgehaakt. Dit kan ook terug gezien worden in de bezoekmotieven waarin gezelligheid, erbij willen horen en verbinden centraal staan. Ook facilitaire voorzieningen hebben invloed op een herhalingsaankoop van de jongere bezoekers. Net zoals de beleving. Thematisering en een sterk concept dragen hieraan bij.



Voorwoord	3
Samenvatting.....	5
1. Inleiding	11
<i>1.1 Beschrijving Best Kept Secret</i>	<i>11</i>
De 4P's	11
Missie en visie	13
Bezoekers.....	13
<i>1.2 Beschrijving branche</i>	<i>13</i>
<i>1.3 Aanleiding</i>	<i>15</i>
<i>1.4 Probleemanalyse.....</i>	<i>15</i>
<i>1.5 Theoretisch onderwerp</i>	<i>16</i>
<i>1.6 Onderzoeksvraag</i>	<i>17</i>
<i>1.7 Leeswijzer.....</i>	<i>17</i>
2. Theoretisch kader	19
<i>2.1 Theoretisch onderwerp relevantie</i>	<i>19</i>
<i>2.2 Begripsdefenitie van customer journey.....</i>	<i>19</i>
De customer Journey in 5 stappen	20
Het 5E Experience Model.....	21
<i>2.3 begripsdefenitie Bezoekmotieven</i>	<i>22</i>
<i>2.4 Dimensies.....</i>	<i>23</i>
<i>2.5 Conceptueel model.....</i>	<i>24</i>
3. Methode	27
<i>3.1 Beschrijving methode.....</i>	<i>27</i>
Kwantitatief onderzoek	27
Kwalitatief onderzoek	27
<i>3.2 Populatie en steekproef.....</i>	<i>28</i>
Populatie	28

Steekproef.....	29
3.3 Operationalisatie	29
3.4 Veldwerkprocedure.....	32
3.5 Betrouwbaarheid & validiteit.....	32
Betrouwbaarheid onderzoek	33
Validiteit onderzoek.....	33
3.6 Analyseprocedure	34
4. Resultaten.....	35
4.1 de bezoekmotieven van de huidige bezoekers.....	35
4.2 de bezoekmotieven van de potentiële bezoekers.....	35
4.3 customer journey van de huidige en de potentiële bezoekers	37
customer journey potentiële bezoekers	37
Customer Journey Huidige bezoekers	38
5. Conclusie.....	41
5.1 Conclusie onderzoek.....	41
5.2 Discussie onderzoek	42
5.3 Implicaties marketingcommunicatieplan.....	42
Bibliografie	43
Bijlagen.....	47
Bijlage 1: transcripten.....	47
Interview 1	47
Interview 2	52
Interview 3	59
Interview 4	63
Interview 5	71
Interview 6	75
Interview 7	80
interview 8	85
interview 9	89

<i>Bijlage 2: Codering</i>	93
Open coderen	93
Axiaal coderen	93



1. INLEIDING

In dit inleidend eerste hoofdstuk vindt er eerst een introductie plaats van zowel de opdrachtgever als de branche. Hierna volgt de aanleiding voor dit onderzoeksrapport en zal er een probleemanalyse worden opgesteld. De probleemanalyse zal worden opgesteld door te kijken naar verschillende factoren die een rol spelen in het ontstaan van het probleem. Hieruit ontstaan de praktijk- en kennisdoelen, waaruit de onderzoeksvraag en verschillende deelvragen uit voort zijn gekomen. Het hoofdstuk sluit af met een leeswijzer voor het verdere rapport.

1.1 BESCHRIJVING BEST KEPT SECRET

Best Kept Secret is een 3-daags muziekfestival dat sinds 2013 jaarlijks wordt georganiseerd in Hilvarenbeek op het terrein van Beekse Bergen. Het is een divers festival waarbij muziek, eten, cultuur en mensen bij elkaar brengen centraal staat (Best Kept Secret, 2022). Op dit festival spelen er grote namen uit de artiestenwereld, maar ook heel veel kleine artiesten, dit doen ze om mensen nieuwe muziek te laten ontdekken. Daar staat de naam ook voor, steeds blijven ontdekken. Het muziekgenre is voornamelijk: indie, folk, hip-hop, rock, elektronisch of een mix van deze stijlen (Best Kept Secret, 2022).

Best Kept Secret is een besloten vennootschap. Dat betekent dat er een vaste groep van personen is die aandeelhouder zijn. Het kapitaal van de BV is in aandelen verdeeld. De aandeelhouders bezitten samen 100% van de aandelen (Schenkeveld advocaten, 2022). Best Kept Secret BV valt onder het evenementenbureau Friendly Fire, dat tevens ook een boekingskantoor is. Friendly Fire is een bedrijf dat ook andere festivals mee organiseert en artiesten managet zoals o.a. Maaïke Ouboter en Krezip (Friendly Fire, 2022).

DE 4P'S

De 4 P's geven een goed beeld van het marketinginstrumentbeleid van Best Kept Secret. Omstreeks 1960 bedacht Edmund Jerome McCarthy, hoogleraar in de marketing, dat bedrijven over vier dingen (P's) na moeten denken als ze succesvol een product willen verkopen. De eerste is het product. Als tweede de prijs van het product, vervolgens de promotie van het product en tot slot de plaats waar het product te koop moet zijn, ook wel distributie genoemd (Bos, 2013). Later zijn er door anderen nog meer P's bedacht, voor Best Kept Secret wordt er ingegaan op deze vier essentiële P's.

Product

Een 3-daags muziekfestival met optredens, eten, kunst en eventueel een campingplaats. Optredens in de genres: indie, folk, hip-hop, rock, elektronisch of een mix van deze stijlen. Tijdens het festival ligt de nadruk op de totaalbeleving. De totaalbeleving wordt gecreëerd met als door alles en iedereen: mensen, artiesten, disciplines en ideeën te verbinden. Met muziek als gemene deler. Een festival vol muziek, eten, drinken, kunst en inspiratie (Westerik, 2022).

Prijs

De ticketprijzen van de meest recente editie zijn:

Weekend incl. camping	€230,-
Weekend incl. camping (groepskorting)*	€215,-*
Weekendticket excl. Camping	€215,-
Vrijdag ticket	€109,-

Zaterdag ticket	€109,-
Zondag ticket	€109,-

*Met een groep van 10 personen ontvang je €15 korting per ticket. (Festivalfans, 2022)

Plaats

Het festival zelf vindt plaats op het terrein van de Beekse Bergen in Hilvarenbeek, vlakbij Tilburg. Het outdoor terrein van Beekse Bergen is 40 hectare groot aan grond, 70 hectare aan water en omgeven door bos, zand, water en asfalt. Hierdoor kun je met een festival letterlijk alle kanten op. Het naastgelegen Lake Resort Beekse Bergen en Safari Resort Beekse Bergen bieden de mogelijkheid om festivalgangers te laten overnachten in de buurt van het festival. Hiervoor hoeven ze het terrein niet eens te verlaten (Beekse Bergen, 2022). Best Kept Secret heeft op het terrein ook een eigen camping waar de bezoekers zelf hun tentje op kunnen zetten of met de camper/caravan op kunnen (Best Kept Secret, 2022).

Het distributiekanaal om een ticket te halen is via Eventim. Eventim is een online ticketshop voor kaartjes voor concerten, musicals, festivals, sportevenementen of theatervoorstellingen (Eventim, 2022). Eventim is tevens een partner van Best Kept Secret (Westerik, 2022). Via sociale media worden de bezoekers op de hoogte gehouden van de kaartverkoop. Ook kun je je vooraf al pre-registreren om op de hoogte te blijven van de kaartverkoop.

Promotie

Best Kept Secret maakt gebruik van zowel online als offline promotie. Op sociale media zijn ze actief op Facebook, Instagram en Twitter.

	Facebook	Instagram	Twitter
In het hoogseizoen*	5/6x per week	5/6x per week	5/6x per maand
Buiten het seizoen**	4/5x per week	4/5x per week	2x per maand

Uploadfrequentie sociale media Best Kept Secret

Bronnen: (Best Kept Secret, 2022) (Best Kept Secret Festival, 2022) (Best Kept Secret, 2022)

* In dit geval wordt het “hoogseizoen” gezien als de maanden april/mei/Juni/juli in de aanloop naar het festival, tijdens het festival en de maand erna.

** Buiten het seizoen wordt in dit geval gezien als alle maanden die hierbuiten vallen.

Wat opvalt is dat er op Facebook en Instagram weinig veranderd qua uploadfrequentie en dat ze heel actief hierop zijn. Op Facebook en Instagram plaatsen ze vrijwel steeds dezelfde posts, heel af en toe komt er op Facebook iets wat niet op Instagram staat. Dit zijn voornamelijk artikelen of interviews over het festival, deze kunnen op Facebook makkelijker gedeeld worden. Op Twitter is het festival wat minder actief, maar dit laten ze zeker niet links liggen. Zo worden er bijvoorbeeld veel tweets van andere accounts “geretweet” van voornamelijk 3voor12. Dat wil zeggen dat een tweet van een ander account gedeeld wordt op het account van @BKSfestival (Best Kept Secret Festival, 2022).

Offline maken ze reclame middels posters, flyers en samenwerkingen met bedrijven in Tilburg zoals Club Smederij (Westerik, 2022). Al brengt dit volgens Westerik (2022) nog niet de impact die ze hopen te bereiken. Ook buiten Brabant hebben ze samenwerkingen met bedrijven om zo meer bezoekers te trekken. Onder andere Muziekgieterij in Maastricht, BAK restaurant in Amsterdam en Kiosk Radio in Brussel (Entertainment Business, 2021).

MISSIE EN VISIE

De missie van Best Kept Secret luidt als volgt: “wij zijn er om mensen, culturen en disciplines samen te brengen middels muziek” (Best Kept Secret, 2022). Best Kept Secret heeft de visie om als year-round platform het gedurende hele jaar door de grenzen van muziek te verkennen. Zo is het verkopen van festivaltickets niet alleen het doel, maar juist ook het verbinden van verschillende doelgroepen via content (Maerman, 2022).

BEZOEKERS

De eerste editie in 2013 was met 15.000 bezoekers per dag uitverkocht schrijft het AD (AD.nl, 2013). In 2022 kijkt Best Kept Secret weer terug op een “zeer geslaagde editie” met gemiddeld 24.000 bezoekers per dag. Hiermee overtreffen ze de laatste editie die in 2019 plaatsvond (ANP, 2022). Helemaal uitverkocht was het niet. Hier is de groei van Best Kept Secret heel duidelijk te zien. Met in 2013 een uitverkochte editie van 15.000 bezoekers. En in 2022, 9 jaar later, 24.000 bezoekers is het festival niet uitverkocht. Maar hieruit mag er wel geconcludeerd worden dat het festival veel groter is geworden door de jaren heen en een hogere capaciteit aankan.

1.2 BESCHRIJVING BRANCHE

De Nederlandse evenementenbranche is een van de grootste ter wereld. In de periode van 1995 tot 2010 groeide de evenementenbranche met 40 procent. Deze groei blijft aanhouden. Momenteel is er sprake van een afnemende groei in de markt van de evenementen. Daarnaast zijn er in de markt van de evenementen veel stakeholders. Denk hierbij aan bezoekers, artiesten, overige deelnemers maar ook de media, medewerkers of sponsors. De combinatie van de groeiende markt en de hoeveelheid stakeholders maakt het voor de overheden aantrekkelijk om te gaan investeren in de markt. Hierdoor wordt de markt steeds stabiel en van steeds grotere invloed (Meijerink, 2013). De markt van de evenementen valt voornamelijk op te splitsen in 2 groepen. De zakelijke evenementen en de publieksevenementen. Het verschil hierin is vooral de doelgroep. Waarbij bij publieksevenementen de doelgroep vaak de keuze heeft voor een evenement is dit bij zakelijke evenementen wat minder. Hierin bepaald vaak de organisatie wie er op het evenement mag komen (PurPur, 2021). Waarbij er misschien verwacht wordt dat zakelijke evenementen minder opleveren dan publieksevenementen is dit niet het geval. De zakelijke evenementen sector is goed voor wel 9,1 miljard euro (Eventplatform - De economische waarde van zakelijke evenementen, sd).

Festivals, zoals Best Kept Secret, vallen onder de publieksevenementen. Het is een samenkomst van mensen op een plek. Op die plek vindt een tijdelijke en georganiseerde en gebeurtenis plaats. Die gebeurtenis is uniek en zorgt ervoor dat de mensen (bezoekers) even weggehaald worden uit de dagelijkse sleur. Daarnaast heeft een festival altijd doelstellingen die ervoor zorgen dat het festival unieker wordt en karakter krijgt. Er zijn dan ook talloze festivals. En dat is in de afgelopen jaren alleen nog maar gegroeid. Zo zijn de hoeveelheden grootste festivals (minimaal 3000 bezoekers) binnen 30 jaar tijd bijna vervijfvoudigd. Zelfs in jaren waarin er veel regen viel, of er andere hele

grote sportevenementen waren (denk hierbij aan de Olympische Spelen of wereldkampioenschappen) nam het aantal van festivals nog steeds toe. De reden van deze enorme groei valt te onderscheiden in 6 redenen. Allereerst zijn de festivals van tegenwoordig steeds spectaculairder geworden. Veel groter en mooier. Esthetiek speelt een steeds grotere rol. Ook speelt het mee dat de wereld steeds meer te maken heeft gekregen met globalisering. De hele wereld is mondialisering geworden en dat helpt dat festivals steeds meer een economisch effect hebben. Ook speelt toerisme een steeds grotere rol. Met een festival in je stad trek je steeds meer mensen. Daarnaast is er sprake van sociale veranderingen. De "hoge" en "lage" cultuur is steeds meer aan het verdwijnen en de mensen krijgen steeds meer te besteden. Festivals worden hierdoor veel meer voor iedereen. Ten slotte heeft de mens van tegenwoordig veel behoefte aan het onderscheiden van zichzelf en is op zoek naar een eigen identiteit. Dit komt ook weer voort uit de globalisering en de sociale veranderingen (Vliet V. , 2012)

Naast de ontwikkeling dat er steeds meer evenementen en festivals bijkomen spelen er nog veel meer ontwikkelingen in de markt. Zo moeten evenementen steeds meer hun visie en missie uitstralen en gaat het steeds minder om gewoon een feestje bouwen. Het bedrijf wil door het uitstralen van hun visie en missie steeds meer de klant binden aan het bedrijf en zorgen voor betrokkenheid. En dat binden speelt in een economisch effect steeds meer een belangrijke rol (Evenementenbureau: 42 trends en ontwikkelingen, sd), zeker als er bedacht wordt dat er steeds meer evenementen en festivals bijkomen. Ook speelt technologie een steeds belangrijkere rol. Iedere bezoeker beschikt tegenwoordig van een digitaal device waarop informatie verkregen kan worden. Er worden apps ontwikkeld die informatie geven over het festival en zorgen voor betrokkenheid (Evenementenbureau: 42 trends en ontwikkelingen, sd). Maar ook helpt het voor marketingcommunicatie. De klant kan hierdoor steeds specifiek en persoonlijker bereikt worden, een stukje content marketing (Strouken, 2021). Daarnaast speelt duurzaamheid een steeds grotere rol en is het echt een trend die doorgetrokken kan worden. Het recyclen van de bakers, het stimuleren van het komen met het openbaar vervoer, afvalscheiding of waterverspillingen. Het komt steeds meer voor bij festivals. Dit komt mede voort uit een deal die gesloten is tussen de koplopers van de evenementen, Stichting Nederland Schoon en het ministerie van Infrastructuur en Milieu (Bode, 2021). Volgens Ter Haar (2020) gaf iets meer dan de helft van de evenementorganisatoren aan dat het verduurzamen van hun product hoog op het prioriteitenlijstje stond. Hierbij waren ze vooral bezig met het gebruik van e-tickets, het veganistisch en vegetarisch eten en het recyclen. Ook speelt lokaal ook een rol. Dit heeft te maken met het aspect van duurzaamheid en haakt gedeeltelijk aan op het aspect van toerisme. Steeds meer festivals werken met leveranciers uit de omgeving. Dat zorgt voor een meer thuisgevoel, dat dan weer zorgt voor de binding (Evenementenbureau: 42 trends en ontwikkelingen, sd). En als laatste grotere trend en ontwikkeling kan er gezegd worden dat diversiteit een steeds grotere rol speelt en gaat spelen. De meeste Nederlandse festivalorganisatoren ondernemen al initiatieven om steeds meer diversiteit te krijgen. En dit wordt ook wel gemerkt, want hierdoor groeit onder andere de evenementenindustrie hard (Eventbrite, 2020).

Doordat de evenementenindustrie hard groeit treedt er veel concurrentie op. De grootste bedrijven worden steeds groter en op elke plek valt er tegenwoordig wel een evenement te vinden (Concurrentie tussen events is moordend, 2015). Doordat er veel concurrenten bijkomen is de grootste uitdaging van de branche het bereiken van (nieuwe) klanten. Immers zorgt dit ervoor dat het evenement kan blijven bestaan. Het is dan ook niet gek dat er een grote trend van diversiteit is. Dit zorgt namelijk voor het aantrekken van nieuwe doelgroepen (Eventbrite, 2020).

1.3 AANLEIDING

Festivaldirecteur Maurits Westerik heeft tweede jaars CE-studenten gevraagd om een marketingcommunicatieplan op te stellen. Met dit plan wil Best Kept Secret de jonge doelgroep rondom Tilburg bereiken en dat zou ervoor zorgen dat deze jongeren uiteindelijk het festival zullen bezoeken.

De editie van 2022 trok in totaal 75.000 bezoekers aan. Het percentage van de jongeren tussen de 18 en 25 jaar ligt tussen de 15% en de 20%. Het aantal jongeren die in 2022 Best Kept Secret heeft bezocht ligt dus tussen de 11.250 en 15.000. Dit is echter een schatting, maar het komt ook overeen met de data die Best Kept Secret heeft van de tickets kopers. Het ideale bezoekersaantal van Best Kept Secret is 27.500 bezoekers per dag en dat maakt 82.500 in totaal. Procentueel gezien vindt Festival Directeur Maurits Westerik een percentage tussen de 25 en 30 een goed aantal jongeren. Als dit berekend zou worden vanuit het ideale bezoekersaantal, zouden dit tussen de 20.625 en 24.750 jongeren zijn. Een goed streven als het gaat om het aantal jongeren is ruim 9 duizend meer jongeren tussen 18 en 25 jaar die uit de omgeving Tilburg komen (Westerik, 2022).

1.4 PROBLEEMANALYSE

Festivaldirecteur Maurits Westerik heeft tweede jaar CE-studenten gevraagd om een marketingcommunicatieplan op te stellen waarmee Best Kept Secret de jonge doelgroep rondom Tilburg kan bereiken en dat deze jongeren uiteindelijk het festival zullen bezoeken. De organisatie wenst te bereiken dat er meer kaarten worden verkocht en dat Best Kept Secret bekender wordt onder jongeren uit de omgeving.

Het probleem dat Best Kept Secret heeft voorgelegd aan de CE-studenten is dat er niet genoeg jongeren uit Tilburg en omgeving naar het festival komen. Best Kept Secret streeft naar de 25% tot 30% jongeren van de totale bezoekersaantallen. Momenteel zit het aantal jongeren tussen de 18 en 25 jaar op 15%-20%. Op lange termijn wordt dit een nog groter probleem. Om dit te voorkomen, zal er nu op in moeten worden gespeeld (Westerik, 2022).

De grootste uitdaging van festivalorganisatoren is het bereiken en aantrekken van (nieuwe) bezoekers. Er kunnen verschillende redenen zijn waarom jongeren ervoor kiezen om Best Kept Secret niet te bezoeken. Een van die redenen kan zijn dat Best Kept Secret na de coronajaren te veel concurrentie heeft gekregen (Festivals, sd).

Jongeren gaan naar festivals waar ze bij willen horen en dat is vaak niet bij Best Kept Secret. Volgens Westerik (Westerik, 2022) is Best Kept Secret een plek waar mensen kleinere artiesten kunnen ontdekken. Festival bezoekende Nederlanders vanaf 35 jaar gaan juist vaker naar kleinschalige, eendaagse festivals en ze willen liever naar een festival met (nog) onbekende artiesten. Jongeren willen vaak niet veel geld uitgeven aan een festival waarvan zij de meeste artiesten op de line-up niet kennen (Senster, Muziekfestivals in trek bij 55-plussers, sd). En juist dat is het concept van Best Kept Secret.

Ook de inflatie speelt een belangrijke rol in de reden waarom er niet genoeg jongeren Best Kept Secret bezoeken. Jongeren hebben door de inflatie minder geld over om leuke dingen te doen en moeten hier dus selectief in zijn. De bezoekers van Best Kept Secret zijn dan mensen die deze festivalervaring wél kunnen betalen en dat drijft de gemiddelde leeftijd op (Valent, 2022).

Volgens Westerik (Westerik, 2022) ligt de gemiddelde leeftijd van de bezoekers rond de 30 jaar. Westerik houdt zich als directeur van het festival bezig met de toekomst van het festival. Op korte termijn ziet de organisatie dit niet als een groot probleem, maar voor op de langere termijn is dit wel degelijk een probleem. Westerik zei het volgende hierover: "Jongeren zijn de nieuwe generatie en belangrijk voor de toekomstige groei van het 3-daags muziekfestival. Deze generatie is nodig om het festival levend te houden. Jongeren zijn de sfeermakers van een festival" (Westerik, 2022).

Over een aantal jaar zal dan vooral de oudere generatie er zijn waardoor het festival nog minder aantrekkelijk wordt voor jongeren en de sfeer zal dan ook totaal anders zijn. De oudere generatie zal naar mate zijn ouder worden minder vaak festivals bezoeken (Senster, Muziekfestivals in trek bij 55-plussers, sd).

Ook vanuit financieel aspect is het verstandig om meer jongere bezoekers te krijgen. Jongeren leveren op langere termijn meer geld op: zij geven op het festival zelf vaak minder uit dan de oudere doelgroep maar jongeren komen meestal vaker terug en blijven meerdere dagen (Senster, Muziekfestivals in trek bij 55-plussers, sd).

Best Kept Secret heeft eerder al meerdere pogingen gedaan om de doelgroep te bereiken. Het Festival is gaan samen werken met bijvoorbeeld Draaimolen, Club Smederij en de Spoorzone. Om jongeren te bereiken die meer in kunst zijn geïnteresseerd is Best Kept Secret ook met De Pont Museum gaan samenwerken. Om het muziekprogramma een stuk 'populairder' te maken heeft Best Kept Secret ervoor gekozen om wat meer en wat kleinere area's erbij te zetten. Dit hebben zij gedaan zodat er wat kleinere party's kunnen ontstaan (Westerik, 2022).

1.5 THEORETISCH ONDERWERP

Volgens Westerik (Westerik, 2022) is het van groot belang voor de lange termijn dat Best Kept Secret meer tickets aan jongeren tussen de 18 en 25 jaar rondom Tilburg moet gaan verkopen. Dit is van groot belang voor de lange termijn omdat de generatie die nu Best Kept Secret bezoekt, over een aantal jaar minder vaak festivals zal bezoeken. Dit in verband met de leeftijd van die bezoekers. Ouderen bezoeken in eenmaal minder festivals dan jongeren (Senster, Muziekfestivals in trek bij 55-plussers, sd).

Om dit doel te behalen moet er duidelijk worden wat Best Kept Secret mist om meer jongere bezoekers tussen de 18 en 25 jaar uit de omgeving van Tilburg te trekken. Het is dus van belang om gedurende het onderzoek te verdiepen in de bezoekmotieven van de jongeren tussen 18 en 25 jaar oud. Dit, omdat een bezoekmotief kan zorgen voor een klantgerichtere aanpak. Die klantgerichte aanpak is dan weer nodig om het marketingbeleid passend te maken op de doelgroep (Zwartbol & De Rooij, 2021). Hierdoor kunnen er jongeren aangetrokken en behouden worden.

Verder is het van belang om duidelijk te weten hoe het beslissingsproces van jongeren eruitziet als ze naar een festival gaan. Als het duidelijk is hoe het beslissingsproces van jongeren eruitziet als naar een festival gaan, wordt het perspectief van de klant inzichtelijk en overzichtelijk gemaakt. Voor Best Kept Secret betekent dat dat zij zo kunnen zien waar de zwakke plekken en sterke punten liggen. Hier kan dan weer op worden ingespeeld om uiteindelijk te zorgen voor meer tevreden bezoekers (Vries, 2020).

Dit kan duidelijk gemaakt worden door een customer journey en staat in verband met de bezoekenmotieven. Door het beslissingsproces van de jongeren in kaart te brengen worden de touchpoints van de doelgroep in kaart gebracht. Zo krijgt de organisatie inzicht in de klantcyclus van de behoefte van de klant tot na de koop of loyaliteit (Verhage, 2020).

1.6 ONDERZOEKSVRAAG

Om het onderzoek verder vorm te kunnen geven is er een onderzoeksvraag opgesteld. Onder deze onderzoeksvraag zijn deelvragen gemaakt, die uitgesplitst zijn in deskresearch vragen en fieldresearch vragen. Daarnaast is er een kennisdoel en een praktijkdoel gemaakt.

Het onderzoek heeft als doel om door middel van een customer journey inzicht te gaan verkrijgen in de bezoekenmotieven van jongeren tussen de 18 en 25 jaar op het gebied van festivals rondom Tilburg. Het kennisdoel is dan ook het inzicht verkrijgen in de interesses en motieven van de doelgroep voor het bezoeken van een festival. Want volgens Westerik (2022) komen er op Best Kept Secret te weinig jongeren naar het festival. Met de 15 tot 20 procent dat nu bestaat uit jongeren worden er te weinig kansen gezien voor de lange termijn om te groeien naar de gewenste bezoekersaantallen en uiteindelijk te groeien als organisatie.

De vraag die hieruit gesteld is, is: wat is de customer journey van de jongeren uit Tilburg tussen de 18 en 25 jaar oud en welke bezoekenmotieven spelen hierin een rol?

De deskresearch vragen die hierbij gesteld zijn, zijn:

- Uit welke dimensies bestaan bezoekenmotieven?
- Wat voor stappen zitten er in een customer journey?

De fieldresearch vragen zijn:

- Wat zijn de bezoekenmotieven van de huidige bezoekers van Best Kept Secret?
- Wat zijn de bezoekenmotieven van de potentiële bezoekers, tussen de 19 en 26 jaar, van Best Kept Secret?
- Hoe ziet de customer journey eruit van de potentiële en huidige bezoekers?

1.7 LEESWIJZER

Dit onderzoeksrapport is opgebouwd uit vijf hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk is de inleiding van het onderzoeksrapport. Hierin wordt een beschrijving van Best Kept Secret en van de branche in gegeven. Gevolgd door de aanleiding van het probleem, de probleemanalyse, het theoretisch onderwerp, de onderzoeksvraag en de deelvragen. Het tweede hoofdstuk bestaat uit het theoretisch kader waarbij er antwoord gegeven wordt op de twee deskresearch deelvragen en is er een conceptueel model opgesteld. In het derde hoofdstuk wordt de methode van het veldonderzoek beschreven. Hierbij komen onderwerpen aanbod zoals de gekozen kwalitatieve methode, de populatie en steekproef, het operationaliseren, de veldwerkprocedure en de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek.

In het daaropvolgend hoofdstuk komen de resultaten van het veldonderzoek aanbod. Het laatste hoofdstuk bevat de conclusie van het onderzoek, waarbij er antwoord wordt gegeven op de onderzoeksvraag en er implicaties besproken worden van het onderzoek voor het marketingcommunicatieplan.

2. THEORETISCH KADER

In dit hoofdstuk wordt er deskonderzoek uitgevoerd naar de twee deskonderzoek deelvragen. Het hoofdstuk begint met de relevantie van het theoretisch onderwerp, gevolgd door onderzoek naar de twee deelvragen:

1. Wat voor stappen zitten er in een customer journey?
1. Uit welke dimensies bestaan bezoekmotieven?

Uit deze theorie worden dimensies opgesteld die in een conceptueel model samenkomen.

2.1 THEORETISCH ONDERWERP RELEVANTIE

Zoals eerder in dit onderzoek al beschreven is het van groot belang dat Best Kept Secret zich maar gaat focussen op het verkrijgen van een jongere doelgroep. Onder een jongere doelgroep wordt de leeftijd van 19 tot 26 verstaan. Daarnaast is het van belang dat die doelgroep uit de omgeving van Tilburg komt (Westerik, 2022). Speciaal deze groep jongeren wordt gehoopt aan te trekken, omdat dit een mooi uithangbord is voor het festival. Jongeren uit de buurt zijn goed voor de sociale cohesie en versterken de identiteit van een regio. Community development, het vergroten van een netwerk en het creëren van onderlinge banden treden hierbij op (Heuvel, 2018).

Om deze doelgroep te gaan bereiken moet er verdiept worden in de bezoekmotieven van de doelgroep. Volgens onderzoek van Ram (2009) wordt er gezegd dat er 3 redenen zijn waarom het belangrijk is om inzicht te verkrijgen in de bezoekmotieven. Zo wordt als eerste reden genoemd dat marketeers nieuwe muziekontwerpen kunnen maken als er inzicht is verkregen in de bezoekmotieven. De programmering van de muziek kan hierdoor aangepast worden en zal veel meer aansluiten op de motieven van de jongeren. Ook hangt een bezoekmotief samen met de motivatie, tevredenheid en voldoening. Als er inzicht wordt verkregen in de bezoekmotieven kan op die tevredenheid en voldoening ingespeeld worden en kan hierdoor de kans van een herhaalbezoek vergroot worden. Als een klant al tevreden is geweest voordat de ervaring er is geweest heeft dit een positieve werking op een herhaalbezoek. En tot slot is het van belang om inzicht te krijgen in de bezoekmotieven zodat er een beter beeld gemaakt kan worden over het beslissingsproces van een bezoeker. Hierdoor kan er een succesvoller marketingplan gemaakt worden die beter op de doelgroep aansluit. Het inzicht verkrijgen in een beslissingsproces kan aan de hand van een customer journey. In een customer journey worden de touchpoints van de doelgroep in kaart gebracht. Door daar inzicht in te verkrijgen wordt de klantcyclus van de behoefte verduidelijkt en kan hier verder op in worden gespeeld (Verhage, 2020).

2.2 BEGRIPSDEFINITIE VAN CUSTOMER JOURNEY

De customer journey is een visuele klantreis waar alle contactmomenten vastgelegd worden die een klant heeft met het bedrijf. Een customer journey helpt het onderzoeken hoe een bedrijf, in dit geval een festival, waardevolle klanten, in dit geval bezoekers kan behouden. Maar ook hoe het festival nieuwe bezoekers kan winnen. Het gehele aankoopproces van de potentiële bezoeker in kaart brengen, brengt verschillende voordelen met zich mee. Deze voordelen zijn de behoeften van de potentiële bezoeker achterhalen, inzicht in de Touch points met de potentiële bezoeker, inzicht

krijgen in de stappen die het festival moet nemen om bezoekers aan te trekken en hoe het festival een langdurige klantrelatie kan opbouwen. Touchpoints zijn de contactmomenten met het festival in de customer journey. De contactmomenten ontstaan iedere keer wanneer een bezoeker een interactie heeft met het festival (Lucassen S. , 2022).

DE CUSTOMER JOURNEY IN 5 STAPPEN

De customer journey model bestaat uit verschillende fases. Deze fases zijn verdeeld over het gehele koopproces. Volgens het model van de Sophie Lucassen (2022) begint de customer journey bij de fase bewustwording en eindigt bij de loyaliteit fase. De fases zullen kort worden toegelicht. Sophie Lucassen gebruikt in haar artikel de woorden 'de klanten' en 'het bedrijf'. In dit onderzoek wordt er gesproken over 'het festival' en 'de bezoekers'.

Fase 1: Bewustwording

In de eerste fase komt de bezoeker voor het eerst in contact met een festival. Dit kan zijn door de sociale mediakanalen van het festival of door het zien van een offlineadvertentie. De potentiële bezoeker wordt bewust van een bepaald probleem. De potentiële bezoeker mist een beleving. Hierdoor ontstaat er een behoefte naar een nieuwe festivalervaring (Lucassen S. , 2022).

Fase 2: Overweging

In deze tweede fase gaat de bezoeker zich verdiepen in het probleem en opzoek naar mogelijke oplossingen. De bezoeker gaat in deze fase een festival vergelijken met andere festivals om zo de beste uit te kiezen. Dit kunnen klanten onderzoeken met prijsvergelijking, productbeschrijvingen of productreviews. In deze fase is het belangrijk voor de organisatie is om een duidelijke communicatie te hebben van de USP, Unique Selling Points (Lucassen S. , 2022). USP is een onderscheidend kenmerk van een product of dienst bedoeld die de consument moet overtuigen om tot aankoop over te gaan (Wat is een USP? (Unique Selling Point), 2022)

Fase 3: Aankoop

In deze fase wordt de daadwerkelijke aankoop gedaan. De klant heeft gekozen om een ticket te halen voor een festival In deze fase zijn er voor de organisatie 3 dingen heel belangrijk: een moeiteloos check-out proces, de keuze in levering en duidelijke communicatie over bestelstatus. De juiste betaalmethode is belangrijk zodat de bezoeker niet afhaakt in het proces (Lucassen S. , 2022).

Fase 4: Herhalingsaankoop

Fase 4 richt zich met name op de service die het festival biedt nadat de klant een aankoop heeft gedaan. Verzending en retour valt onder deze service als we praten over bedrijven en klant. Bij een festival kan de service zijn dat er mee wordt gedacht als een bezoekers iets vervelends is voorgevallen tijdens het festival of als een bezoeker iets is verloren tijdens het festival. Door als een festival klaar te staan voor de klanten en de nodige service te bieden wordt ervoor gezorgd dat de bezoeker een positieve aankoopervaring heeft. Een bedrijf zou in deze fase updates over de verzending geven en het aanbieden van gratis retourneren. Deze fase is belangrijk om ervoor te zorgen dat de bezoeker terugkomt omdat de bezoeker een positieve herinnering geeft aan de service (Lucassen S. , 2022).

Fase 5: Loyaliteit

In de laatste fase, de loyaliteitsfase, zal de bezoeker, afhankelijk de festivalbeleving een herhalingsaankoop doen. Bezoekers die een positieve ervaring hebben gehad met een bepaald festival, zijn bereid dit te delen. Dit werkt voor zowel positieve als negatieve ervaringen. Tevreden bezoekers worden vaak loyaal aan een festival en dat betekent voor het festival dat zij een vaste klant erbij hebben. Loyale bezoekers zijn essentieel want ze zorgen voor positieve mond-tot-mond reclame en de kans is groot dat ze herhaalaankopen zullen doen (Lucassen S. , 2022).

HET 5E EXPERIENCE MODEL

Naast het model van die Sophie Lucassen beschreef is er ook een ander model die gebruikt kan worden bij het onderzoeken van een festival. Dit model heet 'Het 5E Experience model'. Net als het ander model heeft dit model 5 fases, namelijk de fases Excitement, Entry, Engagement, Exit en Extension (Hoe creëer je de perfecte customer journey rondom jouw evenement?, 2021).



1 5E Experience model (Buzzmaster, 2021)

Dit model begint eigenlijk met de 'High concept'. Er moet worden nagaan wat het concept of thema is van het festival en of het wel genoeg aandacht en enthousiasme trekt. Hieronder zullen de 5 fases kort worden toegelicht (Hoe creëer je de perfecte customer journey rondom jouw evenement?, 2021).

Fase 1: Excitement

In deze fase komt de bezoeker voor het eerst in aanraking met een festival. Deze fase wordt ook wel 'Call to Adventure' genoemd. De bezoeker is in aanraking gekomen met het festival door marketing die een festival hiervoor heeft ingezet (Hoe creëer je de perfecte customer journey rondom jouw evenement?, 2021).

Fase 2: Entry

In de tweede fase staat betrokkenheid en kennis centraal. In deze fase zoeken en verkrijgen de (potentiële) bezoekers informatie over een festival. Festivals kunnen in deze fase Spotify lijsten met de muziek die op het festival gedraaid zal worden aanmaken of een podcast met artiesten die op de line-up staan uitbrengen (Hoe creëer je de perfecte customer journey rondom jouw evenement?, 2021).

Fase 3: Engagement

De derde fase speelt zich vooral af tijdens een festival. Op het festival maken de bezoekers direct kennis met de High Concept. Onder het high concept wordt onder andere catering en de aankleding van een festival verstaan (Hoe creëer je de perfecte customer journey rondom jouw evenement?, 2021).

Fase 4: Exit

Fase 4 speelt zich af tijdens het verlaten van een festival. Vaak kiezen festivals ervoor om grote shows als laatste act van de avond op de line up te zetten. Dit wordt gedaan om ervoor te zorgen dat bezoekers het festival verlaten met meer beleving en zodat de kernboodschap van het high concept terugkomt (Hoe creëer je de perfecte customer journey rondom jouw evenement?, 2021).

Fase 5: Extension

In de laatste fase wordt de bezoeker nog betrokken bij de boodschap van het festival. De bezoekers worden nog betrokken doordat festivals een 'verlengstuk' aan het evenement hangen. Dit verlengstuk kan bijvoorbeeld een afterparty van het festival zijn maar ook kan het festival een recap tonen op sociale mediakanalen (Hoe creëer je de perfecte customer journey rondom jouw evenement?, 2021).

2.3 BEGRIPSDEFINITIE BEZOEKMOTIEVEN

Om beter inzicht te krijgen in wat bezoekmotieven nou precies inhouden, is er deskresearch uitgevoerd naar de definities van bezoekmotieven. Allereerst wordt er ingegaan op wat een motief inhoudt en de definitie van een bezoekmotief.

Een motief is een reden om iets te doen (Ensie, 2019). Om het meer te richten op Best Kept Secret wordt er eerst ingegaan op bezoekmotieven. Volgens De Rooij & Zwartbol (2021) is een bezoekmotief een drijfveer om in actie te komen en een specifiek product, in dit geval een festivalticket aan te schaffen. Motieven zijn persoonlijk, het publiek kan volstaan met duizenden mensen waarbij de een met een totaal ander bezoekmotief is gekomen dan de ander. Motieven zijn niet alleen persoonlijk maar ook variabel in tijd en contextafhankelijk. Het ene jaar kan iemand een totaal ander motief hebben om een event te bezoeken, dan het jaar erop.

De Rooij & Zwartbol (2021) delen een bezoekmotief op in twee motieven. De sociale motieven en de culturele motieven. Onder culturele motieven vallen:

1. Esthetiek, genieten van iets moois
2. Ontspanning, dagje voor jezelf
3. Stimulatie, er iets van willen leren
4. Transmissie, een interesse over willen brengen op anderen

Onder sociale motieven schalen zij:

1. Sociale binding, samen met vrienden of familie iets willen ondernemen
2. Sociale attractie, met "gelijkgestemden" vrije tijd willen doorbrengen
3. Sociale verplichting, bezoeken omdat een familie of bekende optreedt
4. Sociale distinctie, je willen onderscheiden van anderen

Volgens de Rooij & Zwartbol (2021) is esthetiek de kern van deze motieven, omdat deze voor de meeste bezoekers centraal staat.

Ook Neelis (2018) schrijft dat een bezoekmotief op te splitsen valt in twee soorten motieven. Persoonlijke en sociale motieven. Onder persoonlijke motieven vallen afleiding, zelfbevrediging, het kennismaken van trends en zintuigelijke stimulatie. Onder de sociale motieven vallen de sociale ervaringen, plezier, status en autoriteit en interesses. Ook Janssen (2016) verdeelt de bezoekmotieven in twee soorten motieven. Hierin gaan ze uit van hedonistische en utilitaristische

motieven. Bij de utilitaristische motieven wil de consument vooral snel en efficiënt mogelijk tegen een lage prijs. Bij de hedonistische motieven draait het vooral om de ervaring en het genot. Dit laat zien dat bezoeken motieven heel variërend zijn, maar voornamelijk opgesplitst worden in twee soorten motieven. Iso-Ahola (1983) maakt een onderscheid tussen twee motivationele krachten: de behoefte om aan je eigen omgeving te ontsnappen én de behoefte om op zoek te gaan naar bepaalde psychologische beloningen. Als de eigen omgeving bijvoorbeeld als te saai wordt ervaren dan wel juist als te hectisch, dan ontstaat de behoefte om een andere omgeving op te zoeken die spannender is of juist ontspanning geeft (Vliet H. v., 2012).

De motieven die hierboven beschreven staan, zijn voornamelijk “push motieven”, hierbij wordt de doelgroep gedreven door interne sociaalpsychologische behoeften (Zwartbol & De Rooij, 2021). Voor Best Kept Secret is het interessant om inzicht te verkrijgen in de “pull motieven”. Waarom trekt Best Kept Secret het huidige publiek aan en hoe kunnen ze hierdoor ervoor zorgen dat dit ook de potentiële klanten zal trekken? Volgens zijn er een aantal kenmerken waarmee de zogenaamde pullmotieven kunnen worden ingericht zodat de beslissing van een bezoeker kan worden beïnvloed om naar een specifiek festival te gaan. De elementen die Neelis beschrijft:

1. Programma: dat wat er op het festival te doen en te zien is, de optredens en activiteiten.
2. Informatie & marketing: dit zijn zowel de marketingactiviteiten om het festival te promoten als de informatie over het festival, zoals de bewegwijzering naar en op het festivalterrein.
3. Eten & drinken: de variatie en de kwaliteit van het eten en drinken op het festival.
4. Comfort voorzieningen: dit betreft allerlei aspecten die van doen hebben met het creëren van een comfortabele omgeving voor de festivalbezoekers. Zoals veiligheid, hygiëne en EHBO posten (Vliet H. v., 2012).

Uit welke dimensies bestaan bezoeken motieven? Dat is de deelvraag waarop deze paragraaf antwoord moet geven. Doormiddel van deze dimensies is het de bedoeling dat het de definitie van het begrip bezoeken motieven duidelijker en uitgebreider is. Een bepaalde dimensie kan voor de een misschien minder belangrijk worden gevonden dan voor de ander. Maar om hier uiteindelijk een conceptueel model van te kunnen maken zijn er een aantal dimensies uitgesprongen die in het conceptueel model zullen worden doorgevoerd. Namelijk de push- en pullmotieven en de sociale en culturele motieven. Deze begrippen zullen tijdens de fieldresearch een rol krijgen.

2.4 DIMENSIES

Eerder in dit verslag zijn twee verschillende Customer Journeys toegelicht en uitgelegd. Het 5E Experience model en het 5 stappen model hebben zowel een aantal overeenkomsten als een aantal verschillen. Zo bestaan beide modellen uit 5 fases. De fases verschillen van naam en daarom dus ook van dimensies. De fases zijn niet hetzelfde maar lopen wel goed over op elkaar. Het 5E Experience model begint met de "High Concept", daar wordt veel nagedacht over wat het thema is van het festival. Bij Best Kept Secret is dit onderdeel goed uitgewerkt met de naamkeuze die de organisatie gebruikt. De High Concept is de why van het festival.

Op de deelvraag: “Wat voor stappen zitten er in een customer journey?” is het antwoord: Een customer journey bestaat uit 5 de stappen. De stappen zijn:

- Bewustwording
- Overweging
- Aankoop
- Herhalingsaankoop

- Loyaliteitsfase

Er is gekozen voor de customer journey die is uitgelegd door Sophie Lucassen omdat deze het meest overzichtelijk is voor het onderzoeken van de stappen die jongeren tussen 18 en 25 uit de omgeving van Tilburg doorlopen. Door alle stappen te doorlopen gedurende de interviews zal blijken wat deze jongeren wanneer wat doen, denken en ondernemen.

De dimensies die binnen de bezoeks-motieven worden geschaald zijn:

- Push motieven
- Pull motieven
- Sociale motieven
- Culturele motieven

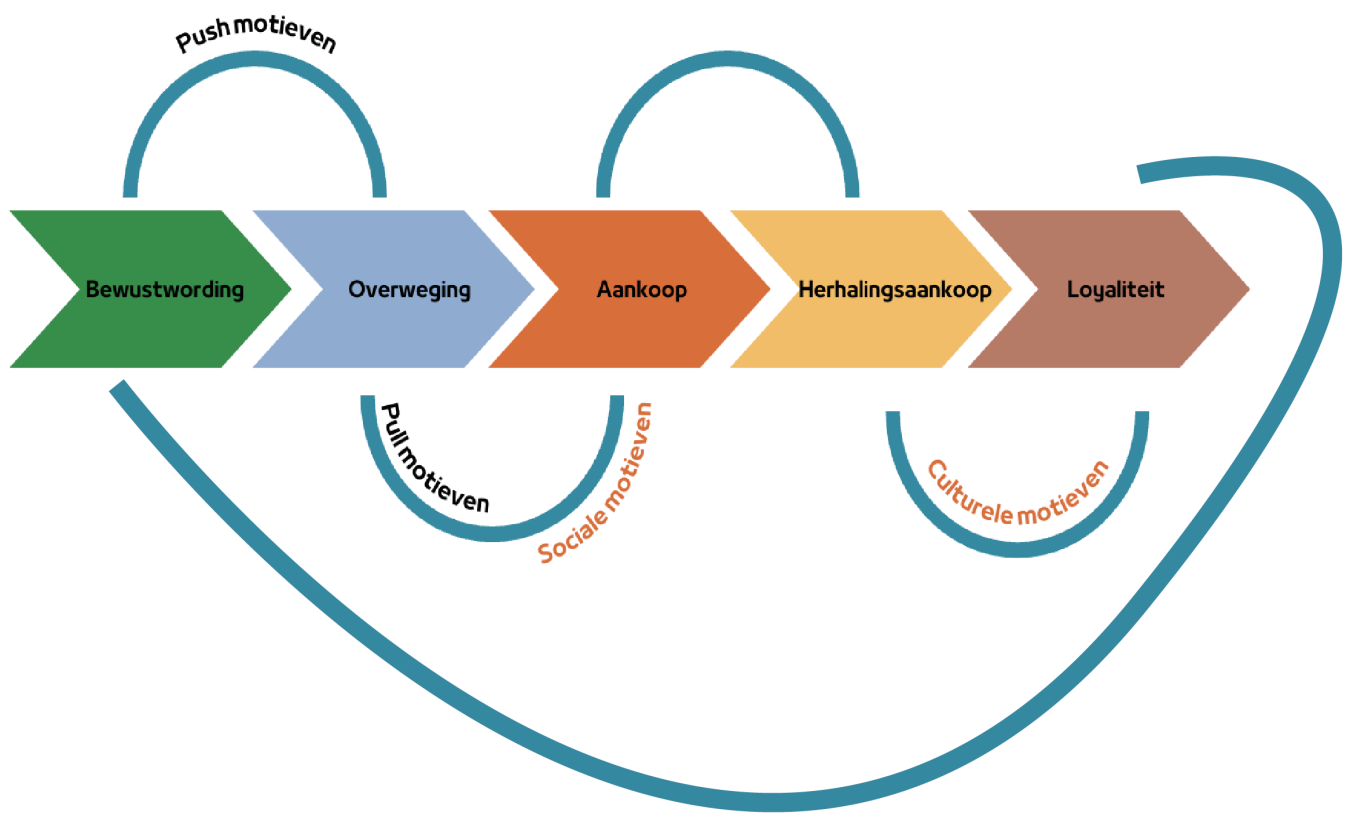
2.5 CONCEPTUEEL MODEL

Het conceptueel model is ontstaan uit verbanden die zijn gelegd tussen de twee verschillende customer journey's. Beide modellen zijn onderzocht, uitgelegd en vergeleken met elkaar. In dit conceptueel model wordt duidelijk hoe de customer journey van jongeren uit Tilburg tussen de 18 en 25 jaar eruit ziet en welke bezoeks-motieven hierin een rol spelen. De customer journey van jongeren uit Tilburg tussen de 18 en 25 jaar bestaat uit meerdere dimensies.

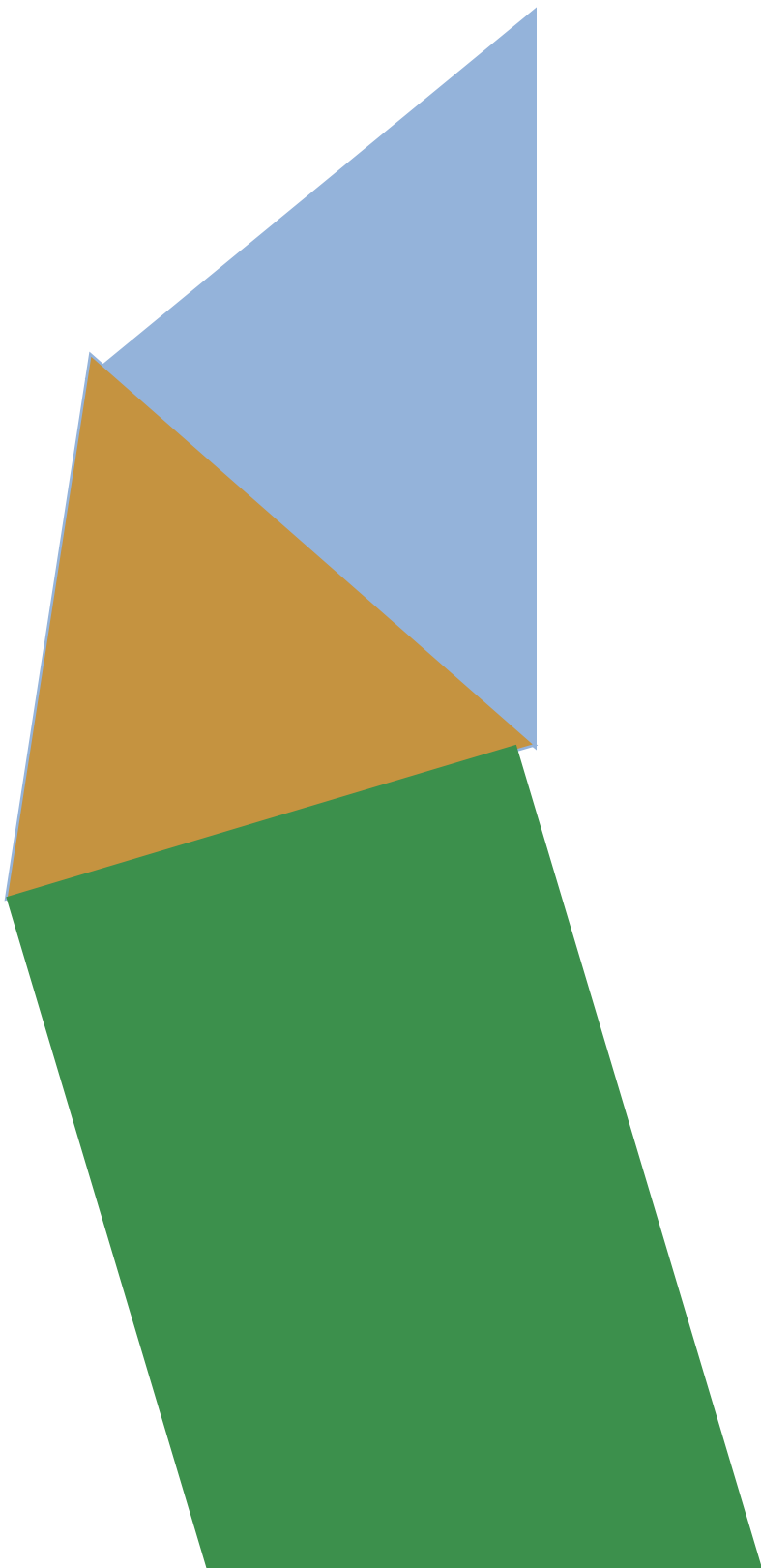
Voor het conceptueel model is er gekozen voor het eerste model dat is toegelicht te gebruiken omdat deze het beste past bij wat er onderzocht gaat worden namelijk wat bezoeks-motieven voor rol hebben in de customer journey. Echter is het conceptueel model aangevuld met informatie uit het ander model, het 5 E Experience model. Zo is de uitleg van de verschillende fases van het 5 E Experience model omgezet in de motieven waar deze voorbeeld onder vallen. Bij fase 3 zijn als voorbeelden gegeven: de catering van het festival en de aankleding. De catering en de aankleding van het festival zijn "pull motieven". Pullmotieven zijn elementen die Best Kept Secret gebruikt om het huidige publiek aan te trekken en ook die potentiële klanten zullen aantrekken.

Deze dimensies zijn: bewustwording, overweging, aankoop, herhalingsaankoop en loyaliteit. Bij zowel bewustwording en overweging horen de push motieven. De push motieven die bij bewustwording en overweging horen zijn sociaal psychologische en culturele motieven.

Bij overweging horen zowel de pull als push motieven. Rond de dimensie 'aankoop' spelen de sociale motieven voor de jongeren uit Tilburg een grote rol. Culturele motieven spelen later een rol, dit gebeurt bij de dimensies 'herhalingsaankoop' en 'loyaliteit'.



2.2. Conceptueel model



3. METHODE

In dit hoofdstuk wordt de methode beschreven die tijdens de fieldresearch, veldonderzoek, is gebruikt. Het begint met een beschrijving van de gekozen methode, vervolgens wordt de populatie en steekproef toegelicht, daarna komt de operationalisatie inclusief operationalisatieschema. Om vervolgens verder in te gaan op de veldwerkprocedure, gevolgd door de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek. Tot slot wordt er nog de analyseprocedure toegelicht.

3.1 BESCHRIJVING METHODE

Voorafgaand aan het onderzoek is bepaald welke onderzoeksmethode er gebruikt zal worden. Er bestaan twee soorten onderzoeksmethodes waar er een gekozen is. Beide methodes worden even kort toegelicht.

KWANTITATIEF ONDERZOEK

De definitie van kwantitatief onderzoek luidt volgens Hylkema, 2020: 'Met kwantitatief onderzoek verkrijg je cijfermatige inzichten over mensen. Het geeft antwoorden op vragen die in hoeveelheden kunnen worden uitgedrukt.' Hierbij omschrijft hij de volgende eigenschappen:

- De vragenlijsten zijn gestandaardiseerd
- De resultaten zijn cijfermatig
- Het geeft antwoord op vragen zoals: 'hoeveel procent van onze klanten is zeer tevreden over onze dienstverlening?' met nadruk op het percentage.
- De respondent vult zelf een vragenlijst in op een computer. Of telefonisch.
- Het duurt meestal niet langer dan 10 minuten.
- De onderzoek data wordt met een speciaal softwareprogramma geanalyseerd. (Hylkema, 2020)

KWALITATIEF ONDERZOEK

Over kwalitatief onderzoek schrijft Hylkema, 2020 de volgende definitie: 'Bij kwalitatief onderzoek achterhaal je diepgaande informatie over motivaties, gedachten en verwachtingen van mensen. Kwalitatief onderzoek draait om woorden en niet om cijfers.' Hij benoemt hier de volgende eigenschappen die kwalitatief onderzoek typeren:

- Een kwalitatief onderzoek doe je met diepte-interviews of groepsgesprekken.
- Bij kwalitatief onderzoek ligt de focus vooral op het achterhalen van het antwoord op waaromvragen. 'Waarom vinden klanten onze dienstverlening onvoldoende?' Met hulp van diepte-interviews ontdek je de verwachtingen en behoeftes van klanten.
- Tijdens de interviews liggen de gespreksonderwerpen meestal vast, maar de exacte formulering en volgorde van de vragen kan per gesprek verschillen.
- De onderzoeker vraagt door als een respondent veel te vertellen heeft over een bepaald onderwerp.
- In interview duurt meestal een half uur tot een uur. Het kan face-to-face of online.
- Na het onderzoek worden de interviews geanalyseerd (Hylkema, 2020).

Het verschil zit hem in de methode en in de informatie die je ermee verzameld. Maar Hylkema, 2020 schrijft nog over twee belangrijke punten van verschil:

1. Ander formaat onderzoeksgroep
Bij kwantitatief ondervraag je een grote groep respondenten, soms wel honderden of duizenden mensen. Bij kwalitatief is het aantal respondenten een stuk kleiner.
2. Andere tijdsinvestering
Kwantitatief onderzoek vergt een grote tijdsinvestering vóóraf. De vragenlijst moet zeker kloppen. Bij kwalitatief onderzoek zit de grootste tijdsinvestering achteraf. Het transcriberen van de interviews kost veel tijd, net als het invoeren van de data en de uiteindelijke analyse (Hylkema, 2020).

Kort gezegd wordt kwantitatief onderzoek gebruikt om zo snel mogelijk zo veel mogelijk response te krijgen. Hierbij worden de resultaten in cijfers uitgedrukt. Kwalitatief onderzoek wordt ingezet om diepere inzichten te verkrijgen en hierbij worden de resultaten in woorden uitgedrukt (Benders, 2022).

Voor dit onderzoek is er gekozen voor de kwalitatieve methode. Zo staat de beleving van de respondenten centraal en kan er goed doorgevraagd worden aan de respondenten (Verhoeven, 2018). Dit betekent dat er interviews zijn gehouden. Voor interviews beschrijft Verhoeven, 2018 drie basisvormen voor het persoonlijk interview te onderscheiden:

1. Het *ongestructureerde interview* (ook wel diepte-interview genoemd) hier werk je als onderzoeker met één hoofdvraag of onderwerp. Zo verloopt elk interview weer anders, afhankelijk van de respondent. De rode draad blijft echter hetzelfde. De eigen inbreng van de respondent is hier maximaal.
2. Het *half gestructureerde interview*. Bij dit type interview is er wel een vragenlijst of een lijst met onderwerpen, maar is er zeker alle ruimte voor de eigen inbreng van de respondent. De onderzoeker stelt zich flexibel in en speelt in op de situatie.
3. Het *gestructureerde interview*. Deze vorm komt in de buurt van het mondeling afnemen van een vragenlijst. Een kwantitatieve methode dus (Verhoeven, 2018).

In dit onderzoek is ervoor gekozen om half gestructureerde interviews af te nemen. Hierdoor werd er gebruik gemaakt van de onderwerpen in het conceptueel model. Het voordeel hiervan was dat er zo meer gedetailleerde informatie gevraagd werd en de onderzoekers meer informatie verkregen over de customer journey van de doelgroep. Vooraf is er een operationalisatieschema opgesteld waar de onderwerpen instaan die tijdens het interview besproken werden. Ook staan er een aantal vragen bij, maar zijn er zeker ook meer vragen door de interviewers gesteld, die aanhaakten op de gegeven antwoorden van de respondent.

3.2 POPULATIE EN STEEKPROEF

Om het onderzoek verder vorm te kunnen geven is er een populatie en steekproef getrokken. Dit zijn de personen bij wie je informatie gaat verzamelen om uiteindelijk antwoord te krijgen op de onderzoeksvraag (Verhoeven, 2018). In de aanleiding van dit onderzoek zijn er al enkele gegevens voor de populatie naar voren gekomen.

POPULATIE

Een populatie is een groep mensen (of zaken of organisaties) bij wie je het onderzoek af gaat nemen. Dat wordt de groep over wie je uitspraken wil doen (Verhoeven, 2018). De populatie van dit

onderzoek is bij voorhand al vastgesteld door festivaldirecteur Maurits Westerik. Het zou bestaan uit jongeren tussen de 19 en 26 jaar oud. Daarnaast zal de populatie waarin de steekproef getrokken wordt woonachtig zijn in of rond Tilburg (Westerik, 2022).

STEEKPROEF

Voor dit onderzoek is de gehele populatie niet zo zeer groot. Maar nog wel te groot om de gehele populatie te onderzoeken. Daarom wordt er een steekproef getrokken. Dit is een selectie uit de populatie (Verhoeven, 2018).

Bij het trekken van een steekproef kan er zowel een aselechte of selecte steekproef worden getrokken. Bij een aselechte steekproef heeft iedereen in de populatie evenveel kans om in de steekproef te zitten (Verhoeven, 2018). Aangezien dit niet haalbaar is voor dit onderzoek (omdat niet iedereen in de gehele populatie wil deelnemen aan dit onderzoek of omdat er niet van iedereen in de populatie gegevens bekend zijn) is er gekozen om een selecte steekproef af te nemen. Daarnaast is er als steekproefmethode een convenience-steekproef gebruikt. In een convenience-steekproef wordt er meer op het gemak ingegaan en kan iedereen die, aan de eisen voldoet én binnen het bereik is deelnemen (Verhoeven, 2018). De onderzoekers hebben in de eigen omgeving rondgekeken en rondgevraagd om zo tot een selectie van de respondenten te komen.

Omdat het om kwalitatief onderzoek en een selecte steekproef gaat zal er ook spraken zijn inhoudelijke generaliseerbaarheid. Daarnaast zal de populatievaliditeit niet geheel hoog zijn. Er zijn namelijk meer vrouwen dan mannen geïnterviewd, waarbij de leeftijden allemaal tussen de 19 en 23 liggen.

Hieronder een overzicht dat gaat over de respondenten in de steekproef:

RESPONDENT	LEEFTIJD	GESLACHT	WONEND	BKS BEZOCHT?
Interview 1	20	Vrouw	Oosterhout	Nee
Interview 2	23	Vrouw	Tilburg	Nee
Interview 3	25	Man	Tilburg	Ja
Interview 4	19	Vrouw	Tilburg	Nee
Interview 5	20	Man	Tilburg/ Hilvarenbeek	Ja
Interview 6	19	Vrouw	Tilburg	Nee
Interview 7	24	Vrouw	Tilburg	Ja
Interview 8	23	Man	Tilburg	Nee
Interview 9	21	Man	Tilburg	Nee

3.3 OPERATIONALISATIE

Bij veldonderzoek komt ook operationalisatie bij kijken. Vooraf wordt heel goed bedacht welke onderwerpen er worden aangesneden en welke informatie er verzameld moet worden (Verhoeven, 2018). Tijdens het operationaliseren zijn begrippen uit het theoretisch kader meetbaar gemaakt. Hiervoor is er gebruik gemaakt van de begrippen in het theoretisch kader en vooral de dimensies van het conceptueel model. [Bij veldonderzoek komt ook operationalisatie bij kijken. Vooraf wordt heel goed bedacht welke onderwerpen er worden aangesneden en welke informatie er verzameld](#)

moet worden (Verhoeven, 2018). Tijdens het operationaliseren zijn begrippen uit het theoretisch kader meetbaar gemaakt. Hiervoor is er gebruik gemaakt van de begrippen in het theoretisch kader en vooral de dimensies van het conceptueel model. Operationaliseren verhoogt de betrouwbaarheid van een interview (Verhoeven, 2018).

Per onderwerp zijn er een aantal vragen opgesteld die tijdens het interview aan bod kunnen komen. Dit vormt de rode draad van het interview. Op de volgende pagina is het operationalisatieschema te zien inclusief de interviewvragen en de bronnen.

DIMENSIE	VRAAG	BRON
Customer journey	- Kun je omschrijven hoe jouw proces eruitziet van het aanschaffen van een festivalticket?	(Lucassen, 2022)
Bewustwording	- Kun je aangeven wat een festival voor jou speciaal maakt? - Wanneer begint voor jou het aankoopproces van een festival? - Wat is voor jou kenmerkend aan Best Kept Secret? - In hoeverre spreekt de naam of thema van een festival jou aan?	(DoubleWeb, 2022) (Hummelink & Raessens, 2016)
Motieven	- Wat is de voornaamste reden dat je een festival bezoekt?	(Zwartbol & De Rooij, 2021) (Janssen, 2016)
Push motieven	- Wat zijn voor jou sociaalpsychologische redenen om naar een festival te gaan? Denk hierbij aan: sociale contacten, saamhorigheid etc.	(Zwartbol & De Rooij, 2021) (Neelis, 2018)
Pull motieven	- Kun je omschrijven wat voor soort festivals jou aanspreken? - Wat mag er op een festival volgens jou echt niet ontbreken?	(Zwartbol & De Rooij, 2021)
Overweging	- Kun je aangeven welke rol de line-up meespeelt in jouw keuze om erheen te gaan? - In hoeverre speelt de ticketprijs voor jou een rol? - In hoeverre speelt de consumptieprijs voor jou een rol? - Kun je omschrijven in hoeverre de ligging/locatie van een festival voor jou een rol speelt?	(Vliet H. v., 2012) (marketing., sd)
Aankoop	- Hoeveel mag een festivalticket kosten voor jou? - Hoe belangrijk vind jij het eten en drinken op een festival?	(Lucassen S. , 2022)
Herhalingsaankoop	- Wanneer is een festival geslaagd voor jou? - Wat kan ervoor zorgen dat je volgend jaar weer teruggaat naar hetzelfde festival?	(Neelis, 2018)
Loyaliteit	- Kun je uitleggen wat je ervan vindt als een festival veel actief is op sociale media buiten het festivalseizoen om? - In hoeverre blijf je na het festival nog betrokken bij het festival?	(Lucassen, 2022)

3.4 VELDWERKPROCEDURE

Als onderzoeksmethode is er gekozen om kwalitatief onderzoek uit te gaan voeren in de vorm van interviews. Hierdoor kan er diepgaand veel meer informatie verkregen worden bij de doelgroep. De interviews die afgenomen zijn, zijn diepte-interviews geweest, die half-gestructureerd zijn. Bij diepte-interviews wordt er antwoord gegeven op één hoofdvraag en/of andere deelvragen. Er is een vragenlijst of een gesprekspuntenlijst om de rode draad in het interview en de betrouwbaarheid wat meer te garanderen. Maar in een diepte-interview is er veel meer ruimte voor eigen inbreng van de respondent. Ieder interview zal dan ook een net ander verloop hebben (Verhoeven, 2018). Er is hier wel gebruik gemaakt van een vragenlijst, die opgesteld is vanuit het operationalisatieschema.

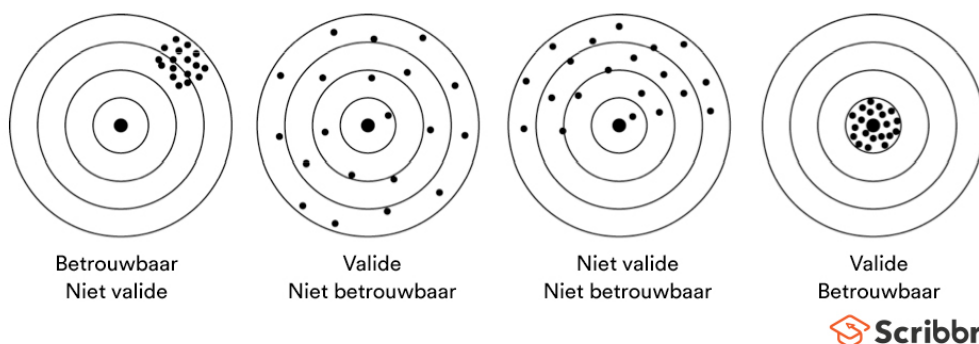
Voor het afnemen van de interviews is er rekening gehouden met wat praktische aspecten. Denk hierbij aan tijd, geld en het verwachte respons. Iedere onderzoeker heeft in totaal drie interviews afgenomen. In totaal zijn 4 van de 9 interviews afgenomen met mannen en de andere 5 met vrouwen. De leeftijd van de geïnterviewde was variërend tussen de 19 en 24. Waarbij 8 van de 9 geïnterviewde woonachtig zijn in Tilburg. De representativiteit van de interviews wordt door deze factoren hoger gemaakt en passend bij de doelgroep die festivaldirecteur Maurits Westerik voor ogen had.

De setting van de interviews was verschillend. In de meeste gevallen hebben de interviews persoonlijk plaats gevonden. Waarbij de interviewer naar locatie is gegaan. Enkele interviews zijn digitaal gegaan. Het gebruikte kanaal hiervoor was MS Teams.

De duur van de interviews verschilde tussen de 25 en 45 minuten. Wanneer er ondervonden werd dat er voldoende informatie verkregen was en de respondent voldoende uitgepraat was, werd er een einde gemaakt aan het interview. Er is geen gebruik gemaakt van incentives. Voor de betrouwbaarheid te garanderen zijn de interviews opgenomen en getranscribeerd. De transcripten zijn opgenomen in de bijlage.

3.5 BETROUWBAARHEID & VALIDITEIT

Aan de hand van de betrouwbaarheid en validiteit kan de kwaliteit van een onderzoek vastgesteld worden. De betrouwbaarheid en validiteit moet zo hoog mogelijk zijn in een onderzoek. Verder in dit hoofdstuk zal beschreven worden wat er in het onderzoek is gedaan om de betrouwbaarheid en validiteit te vergroten.



BETROUWBAARHEID ONDERZOEK

Voor het onderzoek voor Best Kept Secret is er rekening gehouden met de betrouwbaarheid van het onderzoek. Ook is er rekening gehouden om de betrouwbaarheid zo hoog mogelijk te maken. Bij betrouwbaarheid gaat het om de vraag of de onderzoeksresultaten hetzelfde zouden zijn als het onderzoek op dezelfde wijze nogmaals uitvoert zou worden. Om zo veel mogelijk slordige fouten te voorkomen is het in het onderzoek rekening gehouden met een aantal aspecten. De interviews zijn afgenomen door alle 3 de leden van het onderzoeksteam. Alle onderzoeksleden hebben 3 jongeren tussen de 18 en 24 jaar geïnterviewd. In totaal zijn er 3 interviews afgenomen, ieder teamlid nam hier een van af, uit de steekproef van de jongeren die wel eens bij Best Kept Secret waren geweest. Er zijn 6 interviews afgenomen uit de steekproef van de jongeren die nog nooit Best Kept Secret hebben bezocht. De houding van alle 3 de interviewers was tijdens het stellen van de vragen neutraal en open. De respondenten werden hierdoor niet beïnvloed door de interviewers. De interviews werden allemaal afgenomen in een ruimte waar de interviewer en respondent afgezonderd zaten van andere mensen. Vaak was dat in een leeg lokaal of aan een bureau voor zoals de gesprekken op MS Teams als die in het echt. Hierdoor was er geen sprake van afleiding of van invloeden van buitenaf. De verkregen resultaten werden door alle 3 de onderzoekers geanalyseerd, verwerkt en er wordt gezamenlijk hieruit de volledige conclusie getrokken om zo de betrouwbaarheid te vergroten. De interviews zijn zowel op MS Teams als in het echt opgenomen en zodat ze later met veel zorgvuldigheid konden worden getranscribeerd. De interviews zijn letterlijk uitgetypt zodat ze later teruggelezen kunnen worden.

VALIDITEIT ONDERZOEK

Bij validiteit gaat het om de vraag of de resultaten uit het onderzoek wel juist zijn en of erop basis hiervan conclusies getrokken kunnen worden. Bij validiteit gaat het om het instrument waarmee het onderzoek gedaan is. Er bestaan 3 soorten van validiteit namelijk: externe validiteit, interne validiteit en begripsvaliditeit.

Om de externe validiteit te vergroten is er uitleg gegeven als de respondenten een vraag uit de interview onduidelijk vonden. De vragen die waren opgesteld waren eenvoudig en doordat voorafgaand door de interviewers de vragenlijst onderling is besproken en doorgenomen hoefde er niet vaak extra uitleg gegeven te worden. Als dat wel het geval was, was er dan een uitleg gegeven aan de vraag of de vraag is op een andere manier gesteld zodat de respondenten wisten wat er precies gevraagd werd. Dit droeg bij aan de interne validiteit.

Om de interne validiteit verder te verhogen is er rekening gehouden met dat de leeftijdsgroep hetzelfde is en bij zowel steekproef 1 en steekproef 2. De leeftijden zijn bij beide groepen even gespreid. Ondanks dat de ene groep wel het festival heeft bezocht en de andere groep niet zijn hun antwoorden vergelijkbaar en hieruit kan een concrete conclusie getrokken worden.

Doordat alle 3 de onderzoeksleden elkaars data hebben gelezen en verwerkt, is er gezamenlijk een conclusie getrokken. In dit onderzoek is er dus sprake van intersubjectiviteit. Dit betekent dat verschillende onderzoekers onafhankelijk van elkaar hetzelfde middel analyseren. Hun interpretaties kunnen nogal verschillen maar er zullen ook interpretaties zijn die meerdere onderzoekers hetzelfde hebben (Smals, 2018). Er is ook de geschikte methode gebruikt voor het analyseren van alle verkregen data uit de interviews namelijk: coderen.

Door het maken van een operationalisatie schema zijn de begrippen uit het theoretische kader en het conceptueel model over het onderwerp en de hoofd en deelvragen omgezet tot meetbare

begrippen. Hierdoor is het duidelijk wat onder een begrip verstaan wordt. Het begrip kon hierdoor daadwerkelijk gemeten worden.

3.6 ANALYSEPROCEDURE

Als veldonderzoeksmethode is er gekozen voor interviews. Deze interviews zijn afgenomen in de periode van 5 tot en met 10 oktober 2022. Na de afronding van de interviews zijn de interviews direct getranscribeerd. Dit is nodig voor de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek. Deze transcripten zijn opgenomen in de bijlage. De transcriptie is geschreven door degene die het interview afgenomen heeft. Wel heeft elke onderzoeker ieders transcript doorgenomen.

Na het transcriberen is er over gegaan op het codeerproces. Eerst zijn alle interviews open gecodeerd. Dit wil zeggen dat er labels (codes) aan tekstfragmenten verbonden worden. Deze codes geven aan per fragment wat het hoofdthema is (Dingemanse, 2021). Hierna is er overgegaan op axiaal coderen. Hierbij worden de toegekende codes met elkaar vergeleken en samengevoegd binnen een overkoepelende code (Dingemanse, 2021). In de bijlagen staan zowel de open- als de axiale coderingen.

4. RESULTATEN

In dit hoofdstuk komen de resultaten van het veldonderzoek aan bod. Deze resultaten geven antwoord op de fieldresearch deelvragen. De drie deelvragen waar in dit hoofdstuk antwoord op wordt gegeven zijn:

1. Wat zijn de bezoekmotieven van de huidige bezoekers van Best Kept Secret?
2. Wat zijn de bezoekmotieven van de potentiële bezoekers, tussen de 19 en 26 jaar, van Best Kept Secret?
3. Hoe ziet de customer journey eruit van de potentiële en huidige bezoekers?

4.1 DE BEZOEKMOTIEVEN VAN DE HUIDIGE BEZOEKERS

Om het hele plaatje rondom de bezoekmotieven van jongeren tussen de 18 en 25 jaar uit de omgeving Tilburg compleet te krijgen is er gekozen om zowel bezoekers en niet bezoekers van Best Kept Secret te interviewen. Uit de interviews met de bezoekers van Best Kept Secret zijn er een aantal verschillende bezoekmotieven naar voren gekomen. De bezoekmotieven van de geïnterviewde bezoekers van Best Kept Secret zijn: gezelligheid, de alternatieve muziek en de wat alternatieve mensen die er rondlopen, de relaxte sfeer die Best Kept Secret heeft, het kunnen ontdekken van muziek en dat Best Kept Secret een zomerfestival is. Onder een breed assortiment aan eten wordt verstaan dat er ook genoeg vegetarische opties aanwezig zijn en dat er ook voedzamere keuzes zijn dan bijvoorbeeld een frietje mayo. De relaxte sfeer is voor de huidige bezoekers de basis voor het perfecte totale plaatje. Bezoekers vinden het fijn dat iedereen in elkaar in zijn of haar waarde wordt gelaten en dat iedereen aan het genieten op het festival.

“Ik denk de combinatie van muziek en de sfeer. Bij Best Kept Secret is de combinatie van muziek de bekendere namen en dat je daar ook artiesten kunt ontdekken. De sfeer is daar ook altijd heel chill en relaxed, niet zo’n, ja je hebt toch van die festivals waar het echt zien en gezien worden is.”

4.2 DE BEZOEKMOTIEVEN VAN DE POTENTIËLE BEZOEKERS

Tijdens de keuze voor de respondenten onder wie de interviews afgenomen zouden worden. Is er een keuze gemaakt om zowel de huidige als de potentiële bezoeker te interviewen. Hierdoor kan er ook een beeld geschept worden over de bezoekmotieven voor de potentiële bezoekers van Best Kept Secret. Uit de interviews die zijn gehouden kwam voornamelijk naar voren dat potentiële bezoekers vooral de prijs aan de hogere kant vinden. Zeker als de vergelijking gemaakt wordt met concurrenten van Best Kept Secret. Of met substituten van festivals. Zo wordt er door respondent 4 gezegd dat ze eerder naar een Efteling of Wellnessresort zou gaan in plaats van naar Best Kept Secret. Als er naar het bedrag gekeken zou worden zou ze bij de Efteling alle consumpties die ze wil kunnen nemen en dan een leukere dag hebben. Ook gaf respondent 5 aan dat hij maximaal 100 euro zou willen uitgeven. Hij is bereid meer te betalen, maar zou dit alleen doen als het festival echt wel heel groot en gaaf is.

“Max 100 euro voor een dag ticket. Dan moet het wel een dik festival zijn.”

Daarnaast werd er door veel respondenten verteld dat de prijs-kwaliteit verhouding een grotere rol speelt. Bij een hogere prijs, werd er vaak gezegd dat de kwaliteit van de organisatie beter zou moeten zijn. Dan zou de hogere prijs van het festival nog wel de moeite waard zijn. Zo wordt dat letterlijk ook door respondent 4 gezegd:

“Hoe hoger de prijs, hoe beter de kwaliteit moet zijn.”

Een ander bezoekmotief dat hieraan aansluit is dat de faciliteit goed moet zijn. Zo geven alle respondenten aan dat ze het bevorderd vinden als dingen makkelijk gaan. Ze willen niet lang in de rij staan voor bepaalde gelegenheden.

“Dat is echt een hele belangrijke, niet lang hoeven wachten bij de bar. De wc’s moeten schoon zijn. Kijk dan mogen een van die dingen wel wat minder zijn, maar dan moet de rest dat wel compenseren.”

“Nou ja, als het slecht geregeld is ga ik me daaraan irriteren. Gewoon dat het geluid niet goed is ofzo en dat blijf ik dan horen (...) Maar ik wil wel dat ik bijvoorbeeld gewoon door kan lopen van de camping naar het festival en dat ik dan niet nog een uur moeten wachten voordat ik het festivalterrein op mag of af mag.”

Ook de bereikbaarheid van een festival speelt een rol in de bezoekmotieven van de potentiële bezoekers. Potentiële bezoekers vinden het belangrijk dat een kleiner festival, waarbij er vaak maar sprake is van een eendaags bezoek, niet te ver weg is. Voor grotere, meerdaagse, festivals zijn de potentiële bezoekers veel sneller bereid om verder weg te gaan.

De line-up speelt voor enkelen wel een rol in hun aankoopproces. Maar voor anderen weer totaal niet. Wel komt er overeen dat bij iedereen er wel iets van een bekende artiest in moet zitten om aangesproken te worden tot het festival. Het gaat in de meeste gevallen meer om het genre dan ze aanspreekt om daadwerkelijk het festival te gaan bezoeken. Ook helpt de line-up in de meeste gevallen tot een eerdere overtuiging om voor een onbekender festival te kiezen.

“Dat speelt wel een grote rol voor mij ja, van sommige artiesten ben ik wel een beetje fan of die zou ik zo graag een keertje live willen zien. Dus als ik zie dat zij komen bijvoorbeeld dan overtuigd mij dat wel meteen.”

“Maar bij een festival kan je daar wel voor kiezen. Wat ik in het begin al aangaf, ik zou bijvoorbeeld wel naar Pinkpop gaan omdat dat wel het genre is dat mij aanspreekt. Al zou ik daar ook niet elke artiest kennen. Maar ik kies dus wel voor een festival met mijn muziekgenre.”

De vaakst voorkomende push motieven onder de potentiële bezoekers zijn ontspanning, sfeer, een uitlaatklep, nieuwe mensen leren kennen en het gevoel van saamhorigheid. Respondent Yvo beschrijft hierbij het volgende gevoel:

“Je kunt een festival hebben met 1000 mensen of met 10.000 mensen. Dat maakt niet uit. Je voelt je gewoon één met iedereen.”

Bij de sociale motieven kwamen de begrippen “zich één voelen met het publiek”, “met vrienden samenkomen” en “nieuwe mensen leren kennen” het vaakst naar voren. Eigenlijk elke respondent gaf dit aan dat dit heel belangrijk voor ze is.

4.3 CUSTOMER JOURNEY VAN DE HUIDIGE EN DE POTENTIËLE BEZOEKERS

CUSTOMER JOURNEY POTENTIËLE BEZOEKERS

De potentiële bezoekers van Best Kept Secret zijn jongeren tussen de 18-25 jaar oud uit de omgeving Tilburg. De resultaten van de interviews zijn verwerkt in een customer journey. Alle stappen zullen doorlopen worden en worden toegelicht in deze paragraaf.

Bewustwording

Bij de fase bewustwording zijn er een aantal zaken naar voren gekomen. Namelijk dat dat de respondenten zich bewust worden van het festival wanneer ze het toevallig voorbij zien komen op een sociale media-advertentie. Maar dat ze het vooral horen van anderen die er naartoe zijn geweest of die van plan zijn om erheen te gaan. Hierin spelen anderen een grote rol.

*“Vaak zie ik video’s bij anderen op een festival en dan baal ik dat ik dit zelf niet wist
Dan had ik er wel heel graag naartoe gewild maar kom ik er gewoon te laat achter. Dan weet ik
het wel voor het jaar erop en dan schrijf ik me dan gelijk in voor de nieuwsbrief”*

Dit beschrijft een van de respondenten in het interview.

Overweging

Wat opviel is dat er veel verschillende factoren zijn die meespelen in de overwegingsfase van de customer journey, maar dat er één factor echt duidelijk uitspringt bij alle respondenten. Dat is namelijk of er (genoeg) vrienden ook willen gaan. Met uitspraken zoals:

*“Als ik iets leuks voorbij zie komen gooi ik het eerst in de groepsapp.”
“Ik vraag altijd eerst wie er mee willen”
“Als mijn vrienden ergens heen willen dan ga ik ook wel mee”*

Buiten de vrienden die vaak benoemd werden, werd er ook vaak het onderwerp “prijs” benoemd. Vele respondenten gaven aan dat ze festivals vaak heel duur vinden en dan eerst bij zichzelf nagaan hoeveel andere festivals ze al op de planning hebben staan, of ze het geld er dan nog voor neer kunnen en willen leggen. In de overwegingsfase speelt de ligging vaak ook een rol. Zoals Yvo beschrijft:

*“Hier in de buurt zijn er toch al zoveel festivals en zo dat ik er dan eerder eentje aan me laat
voorbijgaan die verder weg ligt. Omdat ik toch al weet dat ik het hier ook heb.”*

De line-up speelt voor de ene een grotere rol dan voor de anderen. De respondenten gaven aan dat sommige festivals de line-up steeds later pas bekend maken dus dat ze vaak al een ticket moeten kopen voordat de line-up bekend is. Bij nieuwe festivals speelt dit vaker een belangrijkere rol dan voor festivals waar de respondenten al bekend mee zijn.

Pull motieven die potentiële bezoekers vaak benoemd hebben zijn: leuke artiesten, goed concept/thema, aankleding, goed georganiseerd en hiermee valt het vooral op dat velen zeggen dat het meer dan alleen de optredens zijn die uiteindelijk aantrekken. Zo schrijft Max dat hij het vet vindt wanneer een thema over het hele festival is doorgetrokken:

*“Bij Intents was alles in superheldenthema, van de stages tot aan de foodarea’s echt overal waar
je keek. Daar was echt goed over nagedacht.”*

Aankoop

De fase aankoop bestaat uit wat minder stappen volgens de respondenten. Ze geven aan dat het weer opnieuw begint bij vrienden vragen, de prijs checken en dan komt de echte aankoop. De aankoop zelf stelt eigenlijk maar weinig voor komt uit de resultaten. Het in de wachtrij staan houdt niemand tegen en heeft misschien zelfs wel iets verteld Max:

“Dat hoort eigenlijk wel een beetje erbij toch, de spanning of je nou wel of geen kaartje hebt maakt het juist wel speciaal vind ik.”

Herhalingsaankoop

De redenen dat de respondenten over gaan op een herhalingsaankoop heeft met verschillende factoren van het festival te maken. Wat vaak benoemd werd is dat het belangrijk is dat alles goed geregeld was op de vorige editie, dat het concept leuk was en dat ze op social media actief blijven, ook buiten het festivalseizoen om. Bijna iedereen geeft expliciet aan dat een festival ook echt om beleving gaat. Dus als die goed zit, dan zullen ze het jaar erop weer terugkomen. Respondent 4 kwam met een opvallend idee:

“Oeh ik heb iets goeds bedacht. Als je het volgende jaar weer gaat, krijg je een beetje korting. Als je vorig jaar ook al bent geweest. Dan zeg je van “he jij bent een trouwe bezoeker, dan krijg je de volgende keer, zeg maar iets extra’s van ons” of misschien als je eens een vriend meeneemt of een nieuw persoon meeneemt dat je dan ook. Als je met meer, of ja 2, een grotere groep ofzo komt, je ook korting krijgt.”

Dit was haar antwoord op de vraag: “En wat kan ervoor zorgen dat je volgend jaar weer terug naar Best Kept Secret of hetzelfde festival gaat?”

Loyaliteit

De een verteld dat ze social media spam vindt en er niets van hoeft te zien, terwijl de ander juist heel betrokken blijft bij het festival. Zo zegt respondent 1 het volgende:

“Maar ze moeten niet te veel posten. Want dan haak ik af vanwege de spam. Als ik ze gewoon af en toe op mijn feed zie, dan helpt het wel. Dan word ik er weer aan herinnert.”

In tegenstelling tot Max, hij blijft juist heel graag betrokken bij een festival:

“Ik volg en like eigenlijk ook bijna alle berichten die achteraf nog online komen. Het is dan gewoon tof om dan beelden terug te zien en setjes terug te luisteren, dat Brengt je dan echt weer terug op die dag”

In de resultaten is te zien dat de ruime meerderheid toch wel betrokken wil blijven met name omdat ze dan een fijn gevoel/herinnering bij die dag hebben. Een respondent gaf aan dat ze zich inschrijft op de nieuwsbrief om zoals eerste op de hoogte te zijn van de ticketverkoop en de artiest announcements.

CUSTOMER JOURNEY HUIDIGE BEZOEKERS

De huidige bezoekers van Best Kept Secret die zijn geïnterviewd zijn tussen 18 en 25 jaar oud en komen uit de omgeving van Tilburg. Om de deelvragen te beantwoorden is er een customer journey gemaakt van de huidige bezoekers van Best Kept Secret. De 5 stappen die huidige bezoekers hebben doorlopen worden in dit hoofdstuk verder beschreven.

Bewustwording

Bij de eerste fase zijn er weinig dingen naar voren gekomen. De geïnterviewden gaven aan dat zij zich gingen verdiepen in het bezoeken van het festival al wanneer het festival pas net was afgelopen of wanneer ze via sociale mediakanalen zagen dat er weer kaarten beschikbaar kwamen voor de volgende editie. Doordat dit genoemd werd in een groepsapp waar vrienden of kennissen in zitten werden zij aangespoord om er ver na te denken of ze het festival wilden bezoeken. Respondent 4 werd zich bewust van het festival Best Kept Secret toen hij gratis tickets kreeg omdat hij in de buurt woont van waar het festival werd gehouden.

Overweging

In de tweede fase spelen meerdere factoren een rol. Zo vinden alle geïnterviewde het belangrijk dat het festival prima bereikbaar is met het openbaar vervoer. Het liefst zelfs dan nog dat het festival bereikbaar is met de fiets. Als een festival verder weg zou zijn, zouden ze die ook wel bezoeken. Voor de een is Amsterdam echt de max. En voor de ander ligt het er maar net aan wanneer het festival is door drukke werkweken. De bezoekers van Best Kept Secret vinden een goede line up heel belangrijk. De line up speelt in hun aankoopproces een grote rol. Ook vinden zij het belangrijk dat het festival niet al te duur wordt. Als dat wel het geval is dan zoeken zij naar goedkopere tickets voor het festival op ticketswap bijvoorbeeld.

"Ik denk de combinatie van muziek en de sfeer. Bij Best Kept Secret is de combinatie van muziek de bekendere namen en dat je daar ook artiesten kunt ontdekken. De sfeer is daar ook altijd heel chill en relaxed, niet zo'n, ja je hebt toch van die festivals waar het echt zien en gezien worden is."

Pull motieven

De huidige bezoekers vinden een breed assortiment een eetkraampjes belangrijk en ook een leuke aankleding van de stages of area's. Ook vinden de huidige bezoekers het belangrijk dat de alles goed geregeld is vanuit de organisatie.

Sociale motieven

De sociale motieven zijn de gezelligheid op het festival en het ontmoeten van nieuwe mensen.

Aankoop

De bezoekers van Best Kept Secret die geïnterviewd zijn geven aan dat ze het belangrijk vinden om te weten of vrienden ook Best Kept Secret bezoeken.

"Vooral de gezelligheid, weg met vrienden en weg van de dagelijkse sleur."

Herhalingsaankoop

Het festival opnieuw bezoeken gebeurt als de bezoekers vinden dat het een goed totaal plaatje was en als er weinig tegenviel vanuit de organisatie. Als de bezoekers een warm gevoel krijgen bij het terugdenken aan het festival dan betekent dit vaak dat zij het festival weer zullen bezoeken.

"een goede line-up, een fijne sfeer en betaalbare kaartjes"

Culturele motieven

De culturele motieven zijn volgens de huidige bezoekers de wat alternatievere muziek die best Kept Secret heeft, het ontdekken van nieuwe muziek en de relaxte en ongedwongen sfeer die er op het festival is.

Loyaliteit

In de laatste fase geven bezoekers aan dat zij na het festival nog graag betrokken blijven. Dit doen zij door de sociale mediakanalen van Best Kept Secret te volgen. Als zij het een geslaagd festival vonden, zitten ze gelijk na het festival weer klaar om zich in te schrijven voor de ticketmelding. De bezoekers vinden over het algemeen leuk als zij sfeerbeelden op hun feed krijgen van het festival. Mocht het festival meer posten, dan scrollen zij verder.

“Ja, ik heb meteen aangemeld voor die mailinglijst van als de tickets online komen of ze mij dan inlichten.”

5. CONCLUSIE

Het laatste hoofdstuk van het onderzoeksrapport is de conclusie die uit het onderzoek getrokken kan worden. Vanuit het theoretisch kader en het veldonderzoek zijn er inzichten gedaan die belangrijk zijn bij het beantwoorden van de onderzoeksvraag.

5.1 CONCLUSIE ONDERZOEK

Vanuit het vooronderzoek is er aan het begin van het onderzoek een onderzoeksvraag opgesteld. Deze vraag stond het hele onderzoek centraal en legde de basis voor het onderzoek. Waarna data zijn verzameld en er antwoord zal gegeven worden op de vraag:

“Wat is de customer journey van de jongeren uit Tilburg tussen de 18 en 25 jaar oud en welke bezoekmotieven spelen hierin een rol?”

Uit het kwalitatieve veldonderzoek is gebleken dat de customer journey voor zowel potentiële als huidige bezoekers vrijwel identiek gelijk aan elkaar zijn. Er zitten geringe verschillen in de stappen die ze doorlopen. Bij beide viel het op dat externe factoren zoals de omgeving en de prijs een grote rol spelen in het aankoopproces. Zo valt het op dat er bij elke stap in de customer journey de prijs/kwaliteit verhouding weer in overweging wordt genomen. Zo worden de bezoekers continu weer geconfronteerd met de redelijk hoge prijzen van dit moment. Verder valt het op dat de vrienden een grote invloed hebben. Zo wordt er gelijk in de eerste fase al afgehaakt als er te weinig mensen zijn om mee te gaan. Dit haalt het aantal jongeren hierdoor ook erg naar beneden.

Dit is ook terug te zien in de bezoekmotieven. Hieruit blijkt dat grotendeels echt gaat voor gevoel van verbinding, saamhorigheid en het gevoel er ergens bij te horen. De facilitaire voorzieningen scoren erg hoog op het gebied van herhalingsaankoop. Hierbij wordt er ook veel waarde gehecht aan de thematisering en het concept van een festival. Het gaat echt om de beleving van de bezoekers. De beleving speelt bij loyaliteit ook nog een grote rol. Zo vinden bezoekers het leuk om terug te kijken naar het festival en weer dat gevoel naar boven te halen.

Om de conclusie te visualiseren zijn de bevindingen van dit onderzoek doorgevoerd in een eigen customer journey die rekening houdt met de bezoekmotieven.



5.2 DISCUSSIE ONDERZOEK

Als er teruggekeken wordt op de uitvoering van het onderzoek dan is het onderzoek goed en naar verwachting verlopen. De betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek ligt vrij hoog, echter had dit nog iets vergroot kunnen worden als er meer respondenten waren geïnterviewd die bekend waren met Best Kept Secret of zelfs daar zijn geweest. Zodat er meer inzichten waren op de huidige bezoekers van Best Kept Secret en er theoretische saturatie bereikt kon worden. Uit de interviews bleek dat de prijs een grote invloed heeft op de overweging van de doelgroep. Dit resultaat is wel in overeenstemming met de verwachting dat voor sommige studenten festivals te duur zijn en daarom (nog) niet gaan. Een mogelijke verklaring voor dit resultaat is de hoge inflatie op dit moment.

Door de keuze van half-gestructureerde interviews kan het zo zijn dat niet bij alle interviews precies dezelfde vragen aan bod zijn gekomen. Hierdoor zijn sommige vragen misschien niet gesteld, in de toekomst zou dit misschien iets meer gestructureerd mogen zijn. Om zo de betrouwbaarheid van het onderzoek te verhogen.

5.3 IMPLICATIES MARKETINGCOMMUNICATIEPLAN

Vanuit dit onderzoek zullen de inzichten verwerkt worden in een marketingcommunicatieplan. Deze inzichten zijn verwerkt in implicaties die in het marketingcommunicatieplan doorgevoerd zullen worden. Het betreft de volgende implicaties:

- De campagne moet een onlinecampagne worden, die ingezet gaat worden op Instagram en TikTok. Omdat de doelgroep hierop actief is en hier tijdens de bewustwordingsfase mee in aanraking zal komen.
- De content die gecreëerd wordt moet een indruk achterlaten bij de doelgroep. Waardoor er mond-tot-mondreclame ontstaat en de content gedeeld wordt met vrienden. Dit is belangrijk omdat de omgeving veel invloed heeft op de doelgroep.
- In de campagne moet het thema en de beleving van het festival er echt uitspringen. Dit omdat dit een belangrijke rol speelt voor de doelgroep.
- De campagne moet echt bijdragen aan de naamsbekendheid in Tilburg en omgeving. Omdat er is gemerkt dat voor vele het festival nog onbekend is.

BIBLIOGRAFIE

- AD.nl. (2013, December 23). *Uitverkocht Best Kept Secret kijkt uit naar eerste editie*. Opgehaald van AD.nl:
<https://www.ad.nl/ad/nl/5602/Muziek/article/detail/3462314/2013/06/20/Uitverkocht-Best-Kept-Secret-kijkt-uit-naar-eerste-editie.dhtml>
- ANP. (2022, Juni 12). *Best Kept Secret kijkt terug op geslaagde editie*. Opgehaald van welingelichtekringen.nl: <https://www.welingelichtekringen.nl/anp/best-kept-secret-kijkt-terug-op-geslaagde-editie#:~:text=De%20organisatie%20van%20Best%20Kept,laat%20de%20organisatie%20zon%20dagavond%20weten.>
- Beekse Bergen. (2022). *Zoveel meer dan een festivalterrein*. Opgehaald van beeksebergen.nl: <https://www.beeksebergen.nl/organiseren/meetings-events/festivals>
- Benders, L. (2020, Mei 8). *Het 7S-model van McKinsey toepassen in je scriptie*. Opgehaald van scribbr.nl: <https://www.scribbr.nl/modellen/7s-model-mckinsey/>
- Benders, L. (2022, Augustus 20). *Methodologie of methoden in je scriptie*. Opgehaald van scribbr.nl: <https://www.scribbr.nl/scriptie-structuur/methodologie/>
- Benders, L. (sd). Validiteit en betrouwbaarheid. *Validiteit en betrouwbaarheid vaststellen in je scriptie*. Scribbr.
- Best Kept Secret. (2022, Oktober 6). *@BKSFestival*. Opgeroepen op Oktober 6, 2022, van Twitter.com: <https://twitter.com/bksfestival?s=11&t=OkNdtuLSRWdEs9AQgoZ8iA>
- Best Kept Secret. (2022, September 6). *About Best Kept Secret*. Opgehaald van [www.bestkeptsecret.nl](https://www.bestkeptsecret.nl/about): <https://www.bestkeptsecret.nl/about>
- Best Kept Secret. (2022, Oktober). *Best Kept Secret Festival*. Opgeroepen op Oktober 2022, van Facebook: <https://www.facebook.com/BKSFestival/>
- Best Kept Secret. (2022). *Last information*. Opgehaald van [Bestkeptsecret.nl](https://www.bestkeptsecret.nl/news/last-information/31641): <https://www.bestkeptsecret.nl/news/last-information/31641>
- Best Kept Secret Festival. (2022, Oktober 6). *@bksfestival*. Opgeroepen op Oktober 26, 2022, van Instagram.com: <https://www.instagram.com/bksfestival/>
- Bode, S. (2021). *Groen, groener, groenst: festivals verduurzamen volop*. Opgeroepen op 2022, van Change Inc.: <https://www.change.inc/retail/groen-groener-groenst-festivals-verduurzamen-volop-31461>
- Boest. (sd). <https://boest.nl/branches/festivals/>. Opgehaald van Festival marketing.
- Bos, S. (2013, Juli 9). *Marketingmix*. Opgehaald van [finler.nl](https://www.finler.nl/kennis/marketingmix/): <https://www.finler.nl/kennis/marketingmix/>

Buzzmaster. (sd). *Het 5E Experience model*.

catchingmusic. (2022). *Nachtprogramma best kept secret 2022*. Opgehaald van catchingmusic.nl: <https://www.catchingmusic.nl/nieuws/nachtprogramma-best-kept-secret-festival-2022/>

Concurrentie tussen events is moordend. (2015). Opgeroepen op 2022, van eventplanner.nl: https://www.eventplanner.nl/nieuws/7138_concurrentie-tussen-events-is-moordend.html

Dingemanse, K. (2021, Oktober 26). *Stappenplan om interviews te coderen*. Opgehaald van scribbr.nl: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/coderen-interview/>

DoubleWeb. (2022, maart 17). *Wat is een USP? (Unique Selling Point)*. Opgehaald van doubleweb.nl: <https://www.doubleweb.nl/wat-is/usp/>

Ensie. (2019). *Wat is de betekenis van motief?* Opgeroepen op September 28, 2022, van ensie.nl: <https://www.ensie.nl/betekenis/motief>

Entertainment Business. (2021, December 9). *Best Kept Secret lanceert nieuwe positionering en identiteit*. Opgehaald van entertainmentbusiness.nl: <https://www.entertainmentbusiness.nl/live/best-kept-secret-lanceert-nieuwe-positionering-en-identiteit/>

Evenementenbureau: 42 trends en ontwikkelingen. (sd). Opgeroepen op 2022, van Evenement Organiseren: <https://www.evenementorganiseren.nl/artikel/evenementenbureau-42-trends-en-ontwikkelingen-453.html>

Eventbrite. (2020). *2020 Event trendrapport*. Eventbrite.

Eventim. (2022). *eventim.nl*. Opgehaald van Dé online ticketshop voor live entertainment ticket: https://www.eventim.nl/?affiliate=GAD&gclid=Cj0KCQjw-fmZBhDtARIsAH6H8qjIGZqLAY6VuXZwl_2et52SQk-B2qSzWm9O3c-85NKkgW0Y32kIlXcaAt-DEALw_wcB

Eventplatform - De economische waarde van zakelijke evenementen. (sd). Opgeroepen op 2022, van <https://www.eventplatform.nl/coronavirus/de-economische-waarde-van-zakelijke-evenementen/>

Festivalfans. (2022). *Best Kept Secret*. Opgehaald van festivalfans.nl: <https://festivalfans.nl/event/best-kept-secret-festival/>

Festivals. (sd). Opgehaald van boest.nl: <https://boest.nl/branches/festivals/>

Festivals. (sd). Opgehaald van Boest.nl: <https://boest.nl/branches/festivals/>

Friendly Fire. (2022, September 14). *Artist Management*. Opgehaald van Friendly-fire.nl: <https://friendly-fire.nl/management>

Haar, A. T. (2020). *Onderzoek Nederlandse evenementenbranche laat in 2020 groei zien*. Opgeroepen op 2022, van Events.nl: <https://www.events.nl/nieuws/onderzoek-nederlandse-evenementenbranche-laet-2020-groei-evenementen-en-vraag-naar-marketeers>

- Heuvel, C. v. (2018). *De bijdrage van een kleinschalig festival aan community development en imagoverbetering*. Bachelorscriptie, Rijksuniversiteit Groningen.
- Hoe creëer je de perfecte customer journey rondom jouw evenement?* (2021, mei 18). Opgehaald van buzzmaster.nl: <https://www.buzzmaster.nl/blog/hoe-creeer-je-de-perfecte-customer-journey-rondom-jouw-evenement/>
- Hoe creëer je de perfecte customer journey rondom jouw evenement?* (2021, mei 18). Opgehaald van buzzmaster.nl: <https://www.buzzmaster.nl/blog/hoe-creeer-je-de-perfecte-customer-journey-rondom-jouw-evenement/>
- Hummelink & Raessens. (2016). *Inleiding strategische marketing*. Amsterdam: Boom Uitgevers. Opgeroepen op September 22, 2022
- Hylkema, H. (2020, September 24). *Het verschil tussen kwalitatief en kwantitatief onderzoek*. Opgehaald van customeyes.nl: <https://www.customeyes.nl/kennis/het-verschil-tussen-kwalitatief-en-quantitatief-onderzoek/#:~:text=De%20definitie%20van%20kwalitatief%20en%20kwantitatief%20onderzoek&text=De%20definitie%20van%20kwalitatief%20onderzoek,woorden%20en%20niet%20om%20cijfers.>
- Janssen, K. (2016). *Bezoekmotieven in middelgrote binnensteden*. Radboud Universiteit. Radboud Universiteit.
- Linde, M. v. (2019, januari 22). *Customer journey*. Opgehaald van marketingbright.nl/: <https://www.marketingbright.nl/customer-journey/>
- Lucassen. (2022, augustus 25). *wat-is-de-customer-journey-en-hoe-breng-je-hem-in-kaart?* Opgehaald van icm.nl: <https://www.icm.nl/extra/wat-is-de-customer-journey-en-hoe-breng-je-hem-in-kaart/>
- Lucassen, S. (2022, augustus 25). *Lucassen, S. (2022, 25 augustus). Wat is de customer journey en hoe breng je hem in* <https://www.icm.nl/extra/wat-is-de-customer-journey-en-hoe-breng-je-hem-in-kaart/>. Opgehaald van ICM opleidingen & trainingen.
- Maerman, L. (2022, Juli 21). *Best Kept Secret als Customer Data Platform-case*. Opgeroepen op September 14, 2022, van marketingfacts: <https://www.marketingfacts.nl/berichten/best-kept-secret-als-customer-data-platform-case/>
- marketing., F. (sd). <https://boest.nl/branches/festivals/>.
- Meijerink. (2013). *De economische betekenis van een festival -een kwalitatief onderzoek naar de economische potentie van het TT Festival-*. Rijksuniversiteit Groningen.
- Neelis, I. (2018). *Bezoekmotieven: autonoom of toch beïnvloedbaar?* Radboud Universiteit. Radboud Universiteit.
- PurPur. (2021). *Zakelijke evenementen*. Opgeroepen op 2022, van PurPur: <https://www.purpur.nl/zakelijke-evenementen/>

- Ram, J. (2009). *Julidans*. Masterscriptie, Universiteit Utrecht.
- Schenkeveld advocaten. (2022). *Besloten Vennootschap (BV)*. Opgehaald van [schenkeveldadvocaten.nl](https://www.schenkeveldadvocaten.nl/woordenboek/besloten-vennootschap-bv/#:~:text=Een%20BV%20heet%20voluit%20Besloten,samen%20100%25%20van%20de%20aandelen.): <https://www.schenkeveldadvocaten.nl/woordenboek/besloten-vennootschap-bv/#:~:text=Een%20BV%20heet%20voluit%20Besloten,samen%20100%25%20van%20de%20aandelen.>
- Senster, J. (sd). *Muziekfestivals in trek bij 55-plussers*. Opgehaald van [motivaction.nl](https://www.motivaction.nl/kennisplatform/nieuws-en-persberichten/muziekfestivals-ook-in-trek-bij-55-plussers): <https://www.motivaction.nl/kennisplatform/nieuws-en-persberichten/muziekfestivals-ook-in-trek-bij-55-plussers>
- Senster, J. (sd). *Muziekfestivals in trek bij 55-plussers*. Opgehaald van [motivaction.nl](https://www.motivaction.nl/kennisplatform/nieuws-en-persberichten/muziekfestivals-ook-in-trek-bij-55-plussers): <https://www.motivaction.nl/kennisplatform/nieuws-en-persberichten/muziekfestivals-ook-in-trek-bij-55-plussers>
- Smals, H. (2018, januari 21). *Objectiever door Inter-subjectiviteit*. Opgehaald van [communicatiekc.com](https://communicatiekc.com/2018/01/21/objectiever-door-inter-subjectiviteit/): <https://communicatiekc.com/2018/01/21/objectiever-door-inter-subjectiviteit/>
- Strouken, V. (2021). *Website bezoekers boeien en binden*. Opgeroepen op 2022, van Visia Media: <https://www.visia.media/website-bezoekers-boeien-en-binden/>
- Valent. (2022, juni 14). *Bij Best Kept Secret is alles bij het oude, maar waar zijn de jongeren?* Opgehaald van [trouw.nl](https://www.trouw.nl/cultuur-media/bij-best-kept-secret-is-alles-bij-het-oude-maar-waar-zijn-de-jongeren~b81f6ce9/): <https://www.trouw.nl/cultuur-media/bij-best-kept-secret-is-alles-bij-het-oude-maar-waar-zijn-de-jongeren~b81f6ce9/>
- Valks, F. (2021, november 25). *Best Kept Secret maakt informatie kaartverkoop bekend*. Opgehaald van [festileaks.com](https://festileaks.com/2021/11/best-kept-secret-2022-maakt-informatie-kaartverkoop-bekend/): <https://festileaks.com/2021/11/best-kept-secret-2022-maakt-informatie-kaartverkoop-bekend/>
- Verhage, B. (2020). Inleiding tot marketing. In *Inleiding tot marketing*. Noordhoff.
- Verhoeven, N. (2018). Wat is onderzoek? In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?* Den Haag: Boom.
- Vliet, H. v. (2012). *Festivalbeleving*. Utrecht: Hogeschool Utrecht.
- Vliet, V. (2012). *Festival beleving*. Hogeschool Utrecht .
- Vries, T. d. (2020, juli 9). *Customer journey: uitleg en voorbeeld*. Opgehaald van [machielsen.nl](https://www.machielsen.nl/termen/customer-journey/): <https://www.machielsen.nl/termen/customer-journey/>
- Wat is een USP? (Unique Selling Point)*. (2022, maart 17). Opgehaald van [doubleweb.nl](https://www.doubleweb.nl/wat-is/usp/): <https://www.doubleweb.nl/wat-is/usp/>
- Westerik, M. (2022). Debriefing Best Kept Secret.
- Zwartbol, S., & De Rooij, P. (2021). *Klantsegmentatie op bezoekmotieven*. Opgeroepen op 2022, van Cultuurmarketing: <https://cultuurmarketing.nl/klantsegmentatie-op-bezoekmotieven-longread/>

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: TRANSCRIPTEN

INTERVIEW 1

Woensdag, 5 oktober

Interviewer (Lieke)

De geïnterviewde is geanonimiseerd, dus we noemen haar respondent 1

Hoi respondent 1., hoe gaat het? Hoe was je dag?

Wil je dat weten? Nou moe. Ik ben helemaal op. Het begon vannacht al dat ik niet kon slapen enzo en ik lag er nog wel mega op tijd in. Had mezelf echt voorgenomen om lekker op tijd naar bed te gaan enzo. Maar ik kon totaal niet slapen. Dus ik heb nog even mijn kamer opgeruimd ofzo en nog even met mijn vriend gesnapt. Maar die was in de bioscoop en reageerde natuurlijk niet. Maar toen was ie terug en hebben we nog even gesnapt. Maar hij ging slapen. Besef he, hij sliep gewoon eerder dan ik! Terwijl ik mezelf had voorgenomen eerder te slapen dan hij. Dus ik maar muziekje opzetten voor uhm ja. Hoe noem je dat? Je weet wel.

Muziek voor de afleiding?

Ja dat. Gewoon lekker voor de afleiding. En dan niet te hard maar dat ik daar een beetje moe van wordt. Maar toen was het drie uur toen ik sliep en toen moest ik natuurlijk weer vroeg op voor school enzo. Bla bla bla je snapt m wel. Meid is moe.

Hahah ja dat snap ik wel dan. Drukke nacht gehad dus.

Jaaa

Maar ik hoorde je net zeggen dat je muziek geluisterd hebt om in slaap te komen. Hoor van meer mensen eigenlijk wel dat ze dat doen. Doe je dat vaker?

Jup, dat is eigenlijk mijn must go als ik niet in slaap kom. Daar kan ik wat meer van ontspannen en dan slaap ik echt beter.

En wat voor een muziek luister je dan op dat moment?

Uhm. Dat is heel verschillend. Ik denk wat ik op dat moment wil. Zin in heb ofzo. Dat kan de ene keer toch net wat meer Nederlands zijn en de andere keer gewoon de guilty pleasure. One Direction ofzo. Of New Rules. Maar die muziek vind ik nu echt leuk. Dus dan ga ik meezingen enzo en dat werkt niet echt voor het slapen.

En wat voor muziek luister je in het algemeen, normaal dan?

Op dit moment gewoon de trendy muziek. Maar dat vind ik niet altijd even leuk. Maar toch luister ik het. Weet je dat ik uhm namelijk. Ik heb een afspeellijst samen met mijn vriendinnen. En ja vriendin 1 gooit daar gewoon allemaal zo in. Van die Antoon ofzo. En daar luister ik dan wel naar. Maar leuk is een ander woord. Dat is gewoon normale muziek ofzo. Maar New Rules luister ik op dit moment wel lekker veel naar.

Ja en dat is begrijpelijk. Hahahha. Leuke muziek namelijk.

Ja! Als er een concert komt gaan we he. Ik ben ze nog steeds aan het DM'en in de hoop dat ze het weer lezen en ze mogelijk een Europa tour doen en dan naar Nederland gaan hoor. Koop ik gelijk, hatsa, die kaartjes.

En naast muziekconcerten. Vertel eens, ga je wel eens naar muziekfestivals?

Mmm ja. Af en toe. Ik ben wel eens naar een concert geweest. Maar echt gaan ga ik nog niet echt.

Wat is het laatste festival dat je bezocht hebt?

Promsfestival! Maar daar heb ik eigenlijk ook meer geholpen dan dat ik er echt naar toe ben geweest. Maar dat helpen was wel vet hoor. Op de vipdeks enzo. Al die trappen waren wel wat minder. Maar het was leuk. Waylon viel wel een beetje tegen. Maar de rest was gaaf. Maar ja, moest ook wel. Als je ouders daarin wat organiseren.

Ja, moet ook haast wel ja. En wat maakte het nou dat dat festival echt heel leuk was?

De sfeer denk ik. Het was wel een iets ouder publiek. Zeg maar echt publiek als onze ouders. Zij passen daar echt perfect in. Maar dat maakt niet heel veel uit. De sfeer was daar gewoon gezellig. Iedereen was lekker los en het boeide niemand ene reet. Dat is wel lekker bij die doelgroep. Die denken echt fuck it. nou, als ik mijn ouders daar zo zou zien. Ik zou me kapot schamen. Zie je ze al gaan?

Gewoon een gezellige sfeer vind jij dus belangrijk. Kun je uitleggen wat voor jou dan die gezellige sfeer is?

Dat niemand dus zich wat aantrekt van de rest. Maar wel rekening met elkaar houdt enzo. Dat iedereen vriendelijk is. En dat er van die gesprekken ontstaan. Je weet wel, van die typische gesprekken die meiden op de wc hebben tijdens het stappen. Dat zijn echt de beste gesprekken. Gewoon random. Maar daar gooi je ook je hele levensziel aan onbekende mensen. Iedereen zou je helpen, maar er tegelijk ook geen fuck om geven. Geniaal.

En als je niet naar Proms zou zijn geweest. Maar naar een ander festival. Welk festival zou je dan kiezen en waarom?

Ja jonge. Zo goed ken ik die festivals niet ofzo. Maar ik denk gewoon een trendy festival. Dus iets van Wish ofzo. Dat zie ik wel veel verschijnen op Instagram. Dat iedereen daar is geweest dan en dat lijkt me wel leuk.

Alright. En stel je zou een kaartje gaan kopen. Hoe zou jouw koopproces eruitzien dan?

Hoe bedoel je? Even in jip en janneke taal lieverd. Ik praat geen marketing.

Hahah. Ohw ja sorry, ik kan het alleen niet in jouw taal. Scheikunde. Omzetten. Maar zal mijn best doen. Als je een kaartje gaat kopen, wat doe je dan allemaal. Dus vanaf het oriënteren tot het bezoek. Beter zo?

Ja geintje. Snapte de eerste ook wel hoor. Maar uhm goeie. Ik zou eerst aan mijn vrienden vragen wie waar heen zou willen. Even op de sociale mediakanalen kijken enzo. En als we hetzelfde festival leuk zouden vinden. Dan denk ik dat ik. Uhm. Ohw even kijken naar de prijs natuurlijk. Ik keek eerst voor de leuk en ga me later pas bezighouden met de prijs. Maar ik heb natuurlijk van dat soort vrienden die niet te veel uit willen geven en alles zo goedkoop mogelijk willen. Maar wel te veel bier drinken op een avond enzo. Maar ja. Die willen gewoon niet zo veel uitgeven. En als we het daarover eens zijn, dan bestelt een van de twee het natuurlijk. En daarna kijken we wel wat we met vervoer doen. Dat komt meestal echt pas een week voor het festival. Niet heel handig dus. Maar ja.

En je noemde net iets van sociale mediakanalen, waar je je even op gaat oriënteren. Hoe belangrijk vind je dat een festival online is, tijdens of na het festivalseizoen om?

Uhm. Ja vind ik eigenlijk wel leuk. Het is niet dat ik ze stalk ofzo. Maar ik vind het wel leuk om te zien als ze continu van die recap posts doen enzo. Dan blijf je er wel een beetje bij betrokken. Ik tenminste. Maar ze moeten niet te veel posten. Want dan haak ik af en krijg je zo'n spam. Ik volg zo veel mensen al op Instagram. Dus ik wil wel zien wat relevant is enzo. Dus ja.

Maar in hoeverre helpt het je dan om betrokken te blijven?

Als ze gewoon normaal posten en ik het af en toe op mijn feed zie, dan helpt het wel. Want dan word ik er continu aan herinnert enzo. En dat is wel fijn. Dus je zou wel eerder dingen daarvan kopen. Zit vast een marketing gedachten achter en dat weet jij dan weer. En dan trap ik daar dan weer in en jij blij. Hahah. Je zo gaat dat. Maar ja, het helpt mij om me wel betrokken te houden.

En even terug naar een prijs. Hoe duur mag voor jou een festivals zijn?

Dat ligt er heel erg aan, wat voor festival het is.

Hoe ziet jouw perfecte festival er dan voor jou uit? Wat mag er niet ontbreken?

Uhm. Ik denk dat het vooral heel gezellig moet zijn. Er moet wat te eten zijn en natuurlijk bier. Maar dat spreekt denk ik wel voor zich.

Je noemt eten. Vertel eens. Hoe belangrijk is eten dan voor jou?

Belangrijk. Anders overleef ik het niet he. Je moet wel eten. Al vergeet ik dat ook wel eens als ik lekker aan het feesten ben. Maar nee, als ik lang bezig ben en ik heb bier op heb ik gewoon zin in een vette hap. Pizza of friet kan ik dan wel naar binnen eten. Gewoon niet te moeilijk. Als er maar gewoon genoeg is. Prijs daarvan maakt me dan niet zo zeer uit. Als ik maar kan eten. Waarschijnlijk ben ik toch zat dan en denk ik niet meer aan geld. Dat kan er dan ook nog wel bij hoor. Maar ik wil in het begin ook wel lekker eten en niet alleen maar ongezonder. Gewoon goede hapjes enzo. Maar dat is meer in het begin als in nog hersenen heb.

Haha oké. En voor dat festival he, die je nu omschrijft. Hoeveel mag dat voor jou dan kosten?

Bedoel je eten en bier? Of alles?

Alles eigenlijk. Hoe duur mag voor jou een of dat festival weekend zijn?

Uhm. Ik denk ongeveer 200 euro voor dat weekend. Is dat normaal? Geen idee, bezoek het nooit eigenlijk. Maar klinkt wel normaal. Met alles erop en eraan. En dan friet gewoon de normale prijs. Dus maximaal 5 euro en een biertje maar iets van 3,50. Ook niet te duur. De prijs die je op stap ook zou betalen gewoon.

Ken je het festival Best Kept Secret?

Nee.

Dat is een festival met alternatieve muziek in Hilvarenbeek. Het draait naast de muziek ook wat meer om de beleving en de cultuur. Spreekt dat je aan?

Welke artiesten komen daar allemaal?

Uhm. Merol, Froukje en Sigrid. Dat zijn denk ik wel de meest bekende.

Ja, ken ik wel. Spreekt me op zich wel aan. Ook al is het niet helemaal mijn genre. Ik luister er niet na. Maar dat ontdekken lijkt me wel leuk. Hoe duur is het?

Nou, dat wilde ik net gaan zeggen. Het festival kost voor een dagticket ongeveer 170 euro.

Oke laat maar. Dat is te duur. Dan spreekt het me niet meer aan en zou ik niet meer gaan. Dat is me echt even te duur. Zeker voor een student. Ik zou het wel leuk vinden om nieuwe muziek te ontdekken en juist te kijken wat mogelijk is. Maar als het zo duur is ga ik denk ik niet. Ik zou dan toch eerder voor een dagje stappen kiezen in plaats van dit. Voor mij waarschijnlijk even leuk. En minder duur. Kies ik toch voor de makkelijke weg. Maar misschien ben ik wel gewoon niet zo'n festival ganger.

Maar op stap kun je niet echt kiezen voor de line-up. Dat is meer wat er dan gedraaid wordt. Kun je aangeven welke rol de line-up van een festival dan meespeelt in de keuze om naar een festival te gaan?

Ontdekken vind ik leuk. Maar ik wil wel iets van bekende artiesten op mijn lijst hebben staan. Dus niet alleen maar onbekende. Froukje ken ik dan wel. Maar Sigrid niet. Op zich niet erg. Maar ik zou daar dan geen 170 euro voor betalen. Dus hoe duur het is, hoe meer bekends ik wil denk ik. Betere kwaliteit voor mij dan.

En maakt de ligging van een festival nog wat uit voor jou?

Weet ik niet zo. Ik denk het wel. Het moet wel goed bereikbaar zijn. Maar dat komt omdat ik me vaak pas last-minute ga oriënteren op de locatie. Dus als ik er dan achter kom dat het slecht bereikbaar is, zet ik mijn kaartjes te koop hoor. Maar dat is ook niet helemaal handig van mij, zo last-minute pas gaan kijken naar alles. Moet ook wel eerder. Maar bereikbaarheid is dan wel handig ja. Nou is Tilburg, Hilvarenbeek best prima te bereiken vanuit Oosterhout. Dus dat komt wel goed denk ik. Mijn kaartje zou ik dan in ieder geval niet zo snel te koop zetten.

Oké, nog een vraagje en dan denk ik dat ik alles heb. Wat moet een festival allemaal doen, zodat je volgend jaar weer terugkomt?

Ik denk een onvergetelijke ervaring geboden hebben. Dat ik het zo leuk vond dat ik volgend jaar weer kan. maar dan moet het wel niet helemaal hetzelfde zijn. Maar moet daar wel een beetje verandering in zitten. Dus iets van andere artiesten of net een ander twist. Ja dat.

Dankje respondent 1. Ik heb het. Duidelijk. En nu lekker naar bed zo en wat bijslapen. Hahahhha.

Hahah. Ja ga ik doen. Houdoe en bedankt he. Joe joe

INTERVIEW 2

Vrijdag 7 oktober 2022

Interviewer (Lieke)

De geïnterviewde is geanonimiseerd, dus we noemen haar respondent 2

Ja! Volgensmij doet ie het. Zo moet het goed gaan.

Ohw nice.

Dus ik hoop dat dat werkt. Nou, we kunnen beginnen. Hallo respondent 2. Hoe is het?

Goed!

Ja goed? Nog iets leuks gedaan afgelopen dagen?

Jazeker. Vooral druk. Veel dingen gedaan met Avalon en de studie samen.

Want je studeert nog wel? Of niet? Want ik hoorde van mijn zus dat je een bestuursjaar had. En dat is vaak even niet studeren. Toch?

Ja klopt. Ik heb inderdaad een bestuursjaar. Maar dat is parttime. Dus ik doe daarnaast ook nog studeren.

Mmm ja. Aha.

Maar dat is dus wel druk ja.

Ja dat snap ik. Druk. Gister nog op stap geweest?

Ja...

Hahah dat klinkt lekker positief. Ben je een beetje brak?

Ik? Nee joh. Hahaha. Ja... ja... ja... nee valt wel mee. Ik heb ook gewoon niks uitgegeven en alleen maar bier gekregen!

Ohw maar dan doe je het goed toch?

Jazeker. Maar nee, we waren ook op tijd thuis. Maar toen was ik al, zeg maar. Best ver. Ik was wel al om 1 uur thuis.

Maar dat is best een prima tijdje hoor.

Ja precies.

Vertel eens, waar ben je op stap geweest?

Ja bij Shoco.

Uhm. Nee die ken ik niet.

Aah ja, die zit in de heuvelstraat zegmaar. Waar ook The Llive enzo zit.

Kom je eigenlijk alleen maar in de kroegen en clubs of ga je ook nog eens naar wat anders? En wat voor iets anders dan natuurlijk?

Uhm nee niet echt eigenlijk.

Want?

Ja, ik ben 1 keer naar een festival geweest. Ik was 14 of 15 toen ofzo. Ik was daar samen met mijn ouders. Maar dat was wel leuk. Dat was het Nirvana festival in Lierop. Maar ja, ik weet niet. Ik heb niet echt van die vrienden die naar festivals gaan ofzo. Ik heb veel meer van die vrienden, met wie ik dan weg zou willen, die alleen maar naar kroegen en clubs gaan en gewoon zo uitgaan. Maar ja, dan is dat dus niet zo makkelijk om even naar een festival te gaan.

Maar zou je, als het alleen aan jou is, kunnen vertellen of je dan wel zou gaan?

Ja, ik denk het wel. Het is echt alleen meer dat ik daarvoor de vrienden niet echt heb ofzo. Dus als het alleen aan mij was zou ik zeker wel gaan.

Oké stel. Je zou naar dat festival willen die jou leuk lijkt. Welke stappen zet je erin om tot het kopen van het ticket te komen. Wat zijn die overwegingen die je daarin maakt?

Ja goeie. Ik zou denk ik in de eerste instantie goed in de gate houden wanneer de ticketverkoop online gaat. En zodra ze in de sale zijn, ze vrij snel kopen. Zoals ik bij concerten zou doen. Klaar zitten en gelijk kopen.

Uhm ja oké. En die keuze voor het festival dan he. Waarop zou je je keuze dan maken? Want er zijn natuurlijk ook festivals die iets minder populair zijn en niet zo snel uitverkopen zoals je net omschreef.

Nou ja, de familie van mijn vriend wil heel graag een keer naar Tommorowland. Omdat dat echt de grootste is. En dat lijkt me wel heel gaaf. Dus als zij mij zouden vragen. Zou ik zeker geen nee zeggen en gewoon meegaan.

Dus als ik het goed begrijp kies je dus eigenlijk daarin wat andere doen. En minder uit jezelf. Klopt dat?

Ja klopt wel. Ik ben ook helemaal niet zo bekend met die festivals enzo en ik zou eigenlijk niet zo goed weten wat populair is en wat niet enzo. Dus ik zou inderdaad eerder met iemand mee gaan en daarbij aansluiten.

En als je nu echt zonder dat iemand je daarin stuurt een keuze moet maken. Welke festival zou je dan kiezen en waarom?

Ik denk dan toch Pinkpop ofzo. Ja Pinkpop. Gewoon met veel popartiesten en een groot en breed aanbod. Dat lijkt me leuker dan een technofestival ofzo. Het is gewoon meer mijn muzieksmaak. En dat spreekt mij gewoon al veel meer aan.

Oké dan ben ik benieuwd. Als je wat meer van de pop houdt dat iedereen kent. Of je dan het festival Best Kept Secret kent?

Ja!

Ohw ja? Echt?

Haha maar ja. Eigenlijk ook alleen maar omdat ik gevraagd ben om daar te werken. Anders had ik het niet gekend hoor.

Maar dan kan ik dus de aanname doen dat je wel een beetje weet wat het is enzo?

Nee doe maar niet. Ik ken alleen de naam eigenlijk en zou ook niet weten waar het ligt. Al heb ik me er toentertijd wel een beetje in verdiept natuurlijk. Want ik wil wel weten waar ik dan zou gaan werken. Ik kan wel gokken dat het in regio Tilburg is omdat ik daar woon en verwacht dat ik er anders niet voor gevraagd zou zijn. denk ik.

Nou ja heb je goed. Het zit in Hilvarenbeek in ieder geval. Maar wat viel voor jou op? Wat waren de kenmerken van Best Kept Secret volgens jou?

Dat het allemaal een beetje mysterieus was. Dat is mij bijgebleven. Meer niet echt. Het klinkt wel interessant ofzo, ook al is het zo mysterieus en staat er niet heel veel informatie gegeven.

Wat denk je dan dat het thema van het festival zou kunnen zijn?

Mysterieus sowieso. Moet wel. Als ze dat niet willen uitstralen doen ze denk ik iets verkeeds. Maar ik denk ook wat alternatiever? Maar dat is een gokje.

Ja klopt.

Aah. Maar dat vind ik wel dat je een beetje kan zien aan het logo en de website ofzo. Ik weet niet. Het straalt dat wel een beetje uit. En ik ken het sowieso niet mega goed. Als het pop zou zijn geweest dan waarschijnlijk wel een beetje.

Wat denk je dat de inschatting van leeftijd is? Welke mensen denk je dat er rondlopen op zo'n festival?

Ik denk alternatieve mensen wat meer. Ook logisch met een alternatief muziekgenre ofzo. Maar ik denk dat de leeftijd wel heel gevarieerd is. Dat zie je vaak trouwens wel met een alternatief genre. Ik denk dat het echt varieert van 18 tot 40-jarige enzo. Een heel breed publiek.

En je hebt er vanuit je vrienden dus niet veel over gehoord? Hoe ben je er dan door benaderd om ervoor te werken?

Ik ben benaderd door het bedrijf waar ik werk. Die doen vaker dat soort dingen en vroegen of ik het leuk vond.

Maar wat is dan de reden dat je er uiteindelijk niet heen bent geweest.

Nou ja, het sprak me eigenlijk wel aan. Dus het was niet dat ik het gewoon niet interessant vond ofzo. Maar ik had echt geen tijd hahaha. Het kwam toen echt niet lekker uit.

Wat is, naast het werken op festivals, dan de voornamelijkste reden dat je naar een festival zou gaan?

Voor mij is dat denk ik voornamelijk het met vrienden zijn en een leuke avond hebben. Maar ook wel nieuwe mensen ontmoeten. Of nou ja, niet nieuwe mensen ontmoeten zoals met iedereen praten en echt vrienden er mee maken. Maar meer onder de mensen zijn. Die gezelligheid van mensen gewoon om je heen. Ja vind ik leuk. Kan ik van genieten.

In het begin gaf je aan dat je nooit echt naar festivals bent geweest omdat je daar de vrienden niet voor hebt. Maar je geeft ook aan dat je nieuwe mensen ontmoeten leuk vindt en onder de mensen zijn. Maar dat heb je bij festivals natuurlijk ook gewoon. Welke drempel is er dan nog meer die je daarin tegenhoudt?

Ja. Ik ben nog steeds een student hoor. Ik heb wel gehoord hoe duur daar die drankjes soms kunnen zijn. En nou geloof mij, dat is niet echt bevorderend als een student. Gister heb ik toevallig in de club alles gratis gekregen. Maar dat gaat op een festival echt minder. Je moet entree betalen. Eten en drinken. Kampeerplek bla bla bla. Dat kan best wel hard aantikken en daardoor kan het echt wel heel duur worden zo'n weekend. Dus ja, voor mij kan het echt wel een drempel zijn ja.

Oké ja, en naast de prijs he. Kan je aangeven welke rol de line-up van een festival voor jou speelt?

Ik denk, als ik een festival bezoek ik inderdaad daarin wel wat meer zou kiezen. Bij een club of kroeg kies je daar wat minder voor omdat je zelf daarin minder kan bepalen wat er gedraaid wordt. Maar bij een festival kan je daar wel voor kiezen. Wat ik in het begin al aangaf, ik zou bijvoorbeeld wel naar Pinkpop gaan omdat dat wel het genre is dat mij aanspreekt. Al zou ik daar ook niet elke artiest kennen. Maar ik kies dus wel voor een festival met mijn muziekgenre. Dus Best Kept Secret spreekt me dan toch minder aan kwa genre. Ik zou denk ik echt eerder naar een Pinkpop gaan of mogelijk nog iets van house ofzo. Al zou ik ook echt totaal niet weten welke artiesten er nou bij een house festival horen. Maar de muziek zelf, in het algemeen, is gewoon top.

Zou je kunnen omschrijven welke rol de ligging en locatie van een festival voor jou speelt?

Ja hoor. Haha. Nou ja, voor mij zou het voor een meerdaags festival niet echt uitmaken. Meerdaags is toch altijd al een gedoe met spullen enzo. Dus dan kan die locatie en vervoer er ook nog wel bij. Je komt toch wel brak terug. Maar voor een enkel daags festival is dat toch lastiger. Dan zou ik het wel fijn vinden als het gewoon goed bereikbaar is met de trein ofzo. Dat maakt het gewoon allemaal wat makkelijker en kun je meer genieten van dat kortere moment op een festival. Bij een meerdaags festival kan je wat meer losgaan en net wat harder gaan. Hahah ik ga dit weekend nog weg...

Ohw leuk. Wat ga je doen?

Ik heb dit weekend competitie in Nijmegen. En dan vanavond al een pre-party. Morgen competitie en weer een goed feest. En dan zondag je ziel bij elkaar rapen en dan weer dat hele end terug. Nou valt Nijmegen – Tilburg wel mee. En dat is gewoon een rechtstreekste lijn met de trein. Maar dan nog. Niet als ik brak ben haha.

En dan de volgende vraag. Hoeveel mag voor jou een festivalticket kosten?

Ik denk wel 100 euro. Als je nog een heel weekend... nou ja ligt eraan. Als je met vrienden gaat en het is echt het ding zeg maar, het weekend, dan wel wat meer denk ik. Maar anders wel maximaal 100 euro voor mij.

En wat is voor jou meer?

Met alles erop en eraan? 200 denk ik? Toch wel het dubbele. Dan zie ik het meer als een kleine vakantie.

Hoeveel denk je dat Best Kept Secret voor een dagticket kost?

60?

Ik denk iets meer. Best Kept Secret is ongeveer 160 euro voor een dagticket. Dan heb je overigens nog niks van consumptie.

Jeetje... what the fuck. Dan maakt de prijs voor mij dus wel zeker uit. Dat is echt wel heel veel. Ik heb wel gehoord dat alle festival bij Hilvarenbeek dit jaar niet zo'n succes waren. Mogelijk dat het daaraan ligt?

Ja zou kunnen. Ze zijn wel echt al wat meer jaren zo duur. Dus denk niet dat dat de grootste factor is.

Maar echt jeetje. Daarom zei ik net al 100 wat het voor mij zou mogen kosten. Want dan moet ik al die consumpties nog nemen. Dat is ook niet bepaald goedkoop.

Hoe belangrijk is het eten en drinken op een festival voor jou dan?

Niet zo belangrijk als tijdens het uitgaan denk ik. Maar vind het wel belangrijk hoor. Vooral drinken vind ik ietsjes minder belangrijk. Je wilt toch net wat meer onthouden over de artiesten dan helemaal niks en een avond die gewoon mega vaag is. Dat je echt nog weet dat je er bent geweest. Maar eten, ja wat ik eet vind ik eigenlijk niet eens zo belangrijk. Meer dat ik wel iets eet.

Bij Best Kept Secret heb je bijvoorbeeld, wat ik gelezen dan heb, echt wel wat meer hoogstaand eten en trek je niet zomaar een frikandel uit de muur ofzo. Dat is wel iets beter allemaal. Wat vind je daar dan van?

Duur denk ik. Als ik de ticketprijs hoor is die al niet zo goedkoop laat staan het eten. Vind dat het dan allemaal wel een beetje aan de hoge kant is. Al zou de kwaliteit echt wel goed zijn. Ik zou het er alleen niet zo voor willen betalen bij een festival dat al wat duurder is.

Alright, wanneer is een festival voor jou echt geslaagd?

Goeie vraag. Ik ga niet zo heel vaak naar een festival. Maar ik denk als ik terugkom en ik heb echt een leuke dag gehad of een leuk weekend.

En wat is voor jou "leuk"?

Dat er niet veel dingen fout gingen of er dingen slecht geregeld waren bijvoorbeeld. Dat je dan lang moest wachten op dingen.

Dus je vindt het belangrijk dat een festival voornamelijk goed geregeld is en dat maakt het voor jou geslaagd? Kun je dit nog een beetje beter uitleggen of beschrijven?

Nou ja, als het slecht geregeld is ga ik me daaraan irriteren. Gewoon dat het geluid niet goed is ofzo en dat blijf ik dan horen. En een beetje mag natuurlijk. Dat is natuurlijk en we zijn allemaal mensen. Maar ik wil wel dat ik bijvoorbeeld gewoon door kan lopen van de camping naar het festival en dat ik dan niet nog een uur moeten wachten voordat ik het festivalterrein op mag of af mag.

Wanneer is het festival voor jou dan zo geslaagd dat je honderd procent zeker het volgende jaar nog een keer gaat?

Als ik het echt wel leuk vind zou ik sowieso nog een keer gaan. En ik zou het echt leuk gevonden hebben als ik er een maand later op terug heb gekeken en bedacht heb "oh ja, dat was echt heel erg leuk". Dan zou ik denk ik nog eens gaan.

Want je bent nog nooit echt op een festival geweest. Ben je dan eerder van ik ga gewoon proberen en verschillende festivals uittesten of blijf je meer bij dezelfde hangen en ga je er vaker naar toe. Hoe sta jij daarin?

Uhm. Ik ga sowieso niet heel veel gaan proberen want dat wordt heel duur. Maar ik zou gewoon naar 1 of 2 gaan waarvan mensen zeggen dat ze leuk zijn. Gewoon rondvragen en als ze leuk zijn en als ze leuk zijn daarnaar weer. En anders naar een andere.

Grappig. Je zei in het begin dat jouw proces van aankoop vaak gewoon impuls was. Maar hierin zeg je toch dat je eerst wat meer gaat rondvragen?

Hahah ja klopt. Ja ik zou wel eerst voordat ik ga aankopen wat meer rondvragen ja. Polsen bij anderen, want ik ken wel mensen die vaker op stap gaan. Maar dat zouden niet de vrienden met wie ik zou gaan. Denk dat ik ook wel even op de sociale media zou kunnen kijken naar hoe en wat.

Oehw ja. Wat vind je er dan van als een bedrijf veel op sociale media actief is buiten het festivalseizoen om.

Ohw daar zou ik me aan irriteren denk ik. Ik heb dat al met die grotere zwemwedstrijden enzo. Dan vind ik dat dan leuk de eerste periode. En dan is het afgelopen en blijven ze maar Instagram post doen en dan denk ik zo van "wat moet ik daar nou weer mee".

Maar in hoeverre helpt het je om er betrokken bij te zijn?

Ja het zou me wel helpen. Je ziet het dan toch continu op je beeldscherm verschijnen en je wordt er wel continu mee geconfronteerd. Het zorgt wel voor meer betrokkenheid bij mij, al vind ik het ook wel rete irritant.

En in hoeverre blijf je na een festival nog betrokken bij een festival?

Niet echt veel eigenlijk. Festival geweest en gelijk wel een beetje klaar. Misschien als ze leuke dingen op Instagram posten of leuke announcements dan zou ik het nog wel leuk vinden. Maar niet als het elke keer recaps zijn en elke keer van die dingen waar je niet echt wat aan hebt op dat moment.

Maar voor mij zijn die recaps juist je je daarbij te betrekken. Maar als ik het goed begrijp werkt dat voor jou niet?

Ja, zeg maar bijvoorbeeld. Bij zwemmen posten ze elke keer een recap van andere wedstrijden en meerdere keren per week. Ja, dat is gewoon irritant. Daar heb ik niks aan op dat moment.

Want?

Ja weet niet. Geen binding op dat moment. En het volgende evenement is toch pas weer over een tijdje en daar hoef ik gewoon op dat moment nog niet over na te denken ofzo.

En wat moet een festival dan doen om wel die betrokkenheid bij jou te bereiken?

Ja bijvoorbeeld al heel erg op tijd bepaalde artiesten annuncen. En steeds nieuwe dingen bekendmaken. Dat je iedere keer weer meer weet. Continu die extra informatie daarin geven. Maar wel nuttige informatie.

Oké, en als je dan op een festival bent. Wat mag er voor jou echt niet ontbreken?

Bier!

Haaha duhh. Had niks anders bij jou verwacht.

Gelukkig zijn we student en geen alcoholist daardoor hahaha.

En nog meer naast alcohol?

Gewoon goede muziek.

Dus je zou voor een festival kiezen voor muziek, alcohol en dat het goedkoper moet zijn? Of zie ik dat verkeerd?

Nee goed hoor. Ik ben voldaan als ik een gezellig dag heb gehad en nog wel alles kan herinneren ja. Dus dat zie je goed hoor.

Dankjewel respondent 2. Je was een fijne respondent, gewoon lekker doorpraten. En ik heb een duidelijk beeld over hoe en wat.

Hahaha geen dank. Vond het erg gezellig.

Mooi zo! Thanks!

INTERVIEW 3

Zaterdag 8 oktober 2022

De geïnterviewde is geanonimiseerd, dus we noemen hem respondent 3.

Ik zou je eerst willen vragen of je jezelf kort zou willen voor stellen.

-Ja, natuurlijk. Ik ben 24 jaar en woon in Tilburg. Ik geef bijles op een school in Tilburg. Wil je nog meer van mij weten haha.

Dit is helemaal goed zo hoor. Oke, we hadden het op werk erover dat je al een aantal jaar Best Kept Secret bezoekt. Wanneer ben je er voor het eerst geweest?

-In 2013 heb ik voor het eerst Best Kept Secret bezocht.

Ahh, dan ga je er inderdaad al even. Maar dat is eigenlijk een goed teken want je hebt het daar dan denk ik naar je zin. Heb je gedurende al die jaren Best Kept Secret zien veranderen?

-Ja ik heb gemerkt dat ze de laatste editie het nachtprogramma meer hebben uitgebreid.

Ja, dat kan wel kloppen inderdaad.

-Het was eerst vooral over dag dan de bandjes en het is eigenlijk door de jaren heen wel steeds meer met DJ's en van die leuke ontdekkingsplekjes zegmaar.

Oke, wel veel verandering dus.

-Ja, ik ben zelf in die jaren natuurlijk ook ouder geworden. Dus ik heb het niet zo gezien als hele grote veranderingen. Lowlands staat bijvoorbeeld echt bekend om het nachtprogramma en om het feest en ik denk dat Best Kept vooral bekend staat voor het festival en qua namen nodigt Best kept secret ook ander publiek uit.

Ja, oke.

De datums van de editie van 2023 zijn al bekend. Wanneer begint voor jou het aankoopproces? Kan voor Best Kept Secret zijn maar ook een ander festival die je graag bezoekt.

-Eigenlijk op het moment dat 2022 was afgelopen haha.

Oh dan al gelijk haha.

-Ja, ik heb meteen aangemeld voor die mailinglijst van als de tickets online komen of ze mij dan inlichten.

Hoe komt dat?

-De vorige editie was gewoon weer zo goed bevallen

Oké.

-Ja, het is dichtbij huis en ik vind het altijd, ja het is echt een zekerheidje dat je daar hebt.

Oké, zijn er andere factoren die invloed hebben of je en festival bezoekt?

-Ik weet van heel veel mensen dat ze er heen gaan dus ik koop een kaartje en ik zie dan wel wie er nog meer een kaartje hebben gekocht. In mijn vriendenkring gaan er altijd mensen dus ik weet eigenlijk dat het wel goed komt.

Even kijken, wat vind jij belangrijk bij een festival?

Ik denk de combinatie van muziek en de sfeer. Bij Best Kept Secret is de combinatie van muziek de bekendere namen en dat je daar ook artiesten kunt ontdekken. De sfeer is daar ook altijd heel chill en relaxed, niet zon, ja je hebt toch van die festivals waar het echt zien en gezien worden is.

Ja klopt.

Ja dat heb je dus niet bij Best Kept.

Dus eigenlijk wat je net noemde is dus ook een beetje kenmerkend aan Best Kept Secret?

Ja eigenlijk wel

Hoe belangrijk vind jij de naam van een festival?

Ja eigenlijk wel belangrijk, het is toch wat je voor het eerst hoort over z'n festival. Bij best Kept Secret was dat ook heel erg. Het was ook echt een verrassing. Opeens was er een festival waar Artic Monkeys kwam en toen dacht ik leuk en hier in Tilburg leek.

Wat mag er volgens jou echt niet ontbreken aan een festival?

-Goede muziek, je moet eigenlijk gewoon weten dat als je naar een festival gaat het weten goed is en over het algemeen goed geregeld is.

Hoe belangrijk is de line up van een festival? En heeft dat invloed of je er wel of niet heen gaat?

Eigenlijk niet heel belangrijk. Ik ga alleen naar Best Kept Secret en ik heb telkens een kaartje gekocht zodra het kon. Ik heb dus eigenlijk niet eens gewacht op de namen. En ik weet nog de keer voor corona in 2019 had ik allemaal dingen opgeschreven waar ik naar toe wilde en heb ik uiteindelijk de hele tijd voor z'n dj-podium gestaan. Dus ja er komen vette namen en meestal zorg ik er wel voor dat ik die zie maar soms zie je dan niet. Ik vind de sfeer belangrijker dan de line up. Als de sfeer goed is, heb ik vaak al een toffe avond.

Merk jij, als trouwe bezoeker, verschil in publiek als een grote naam op de line up staat?

Ja, bij ons in de groep weet ik dat zij een kaartje halen zodra het kan maar als ik kijk naar bijv collegas die gaan dan zie ik dat die gaan op de dag dat de grootste naam komt. Dus ja dat wel.

In hoeverre speelt de consumptieprijs voor jou een rol? Kan je je nog herinneren hoeveel een biertje kostte bijvoorbeeld bij Best Kept Secret?

-Ja, ik weet niet eens hoeveel dat was hahah. Je weet gewoon je gaat naar een festival en je gaat veel geld uitgeven. Dan ga ik er ook niet de hele tijd op letten ofzo. Het zou leuker zijn als de festivals goedkoper waren natuurlijk. Kijk je kreeg zo'n muntje om een beker statiegeld, dat was dus wel irritant want je kon wel een rondje drinken halen maar je moest dan iedereens zijn beker halen om

iedereens muntje te geven en dan denk je bij een rondje dat doe ik nog wel. Maar ik heb dus zeven euro voor plastic bekertjes betaald en die kon ik niet meer terugkrijgen want je kon maar een muntje inleveren per drankje dus dat vond ik vervelender want je betaalde dus meer voor plastic bekertjes dan voor bier. Ik heb volgens mij de hele tijd die halve liters Weizener voor 8 euro ofzo gedronken. Ja dat was wel duur maar ja. Je weet gewoon dat festivals dure gelegenheid zijn.

Oke, was je afgelopen zomer een dag naar Best Kept secret gegaan of een weekend?

-Ik ben er altijd een weekend.

Wat is voor jou de maximale prijs voor een weekendticket?

-Ik ga altijd zonder camping. Die is goedkoper. Voor Lowlands heb ik dit jaar 250 euro betaald. Zoiets max denk ik.

Hoe belangrijk vind jij het eten en drinken op een festival

-Ik denk dat het een kracht is van een festival als zij goede eettentjes hebben. Dat je dus niet alleen een frietje of een kroket kunt halen maar ook wat uitgebreidere currys bijvoorbeeld. Als je een heel weekend op een festival bent wil je natuurlijk goed eten dus ja dat vind ik wel belangrijk.

Wanneer is een festival voor jou een geslaagd festival?

-Als het totaal plaatje klopt. Als het lekker weer is, lekker met je gezicht in het zonnetje, gezelligheid. En als je verrast wordt door de muziek. Als je dan bijvoorbeeld iets nieuws leert kennen.

Volg je festivals op sociale media?

-Ja

Wat vind je ervan als festivals actief zijn op hun sociale mediakanalen en dan vooral buiten het festivalseizoen om?

-Zo kom je natuurlijk veel bij je doelgroep in aanmerking. Dat doen festivals toch best wel veel.

Ja, dat klopt. Zou je dat dan leuk vinden of vervelend?

-Nee, ik vind het juist leuk als festivals posten. Festivals posten vaak van die sfeerbeelden en dan kom je toch weer even terug in die vibe waar je toen inzat. Je gaat dan altijd naar jezelf zoeken zovan misschien sta ik wel op die foto's.

Vind je dat je na afloop van festivals nog betrokken blijft bij het festival? Ik hoorde je op werk praten over een Best Kept Secret groepsapp.

-Ja die is ooit ontstaan als best Kept Secret app maar tegenwoordig wordt er wel veel meer in gepraat maar ik zie die mensen wel echt alleen bij Best Kept Secret.

Komen de mensen die in de groepsapp zitten ook uit de omgeving van Tilburg?

-Ja, die komen ook uit Tilburg of Hilvarenbeek. Dat een beetje. Bijvoorbeeld zo'n Sin Paul die draait wel eens in de spoorzone ook en dan is het zo van 'Hey jongens, die draait ook altijd op Best Kept. Dan gaan we er ook altijd met een groepje naar toe.

Ah leuk! Nog een vraag: Zou het voor jou uitmaken als Best Kept Secret vanaf 2023 ergens anders zou worden gehouden? Dus niet meer op het terrein van de Beekse Bergen. Misschien dan wel Noord-Holland, de randstad een beetje.

-Ja, juist het chille vind ik dat ik lekker thuis kan slapen. Ja ik heb ook een keer op de camping geslapen. Maar omdat het voor mij ook altijd tussen 2 werkweken is kan ik niet echt vrij vragen. Dus ik kan niet in een weekend naar een festival als je daar nog kei ver moet gaan reizen. Dan moet je dus zondagavond eerder naar huis omdat je de volgende dag moet werken. Met Down the Rabbit Hole heb ik dat bijvoorbeeld wel gedaan. Uiteindelijk dacht ik toen echt 'waarom ben ik gegaan' want ik was echt zondagmiddag alweer terug naar huis gegaan. Het chille vind ik juist als een festival om de hoek is.

Denk je dat mensen die Best Kept Secret bezoeken ook uit de buurt komen?

-Ja, en ook veel Belgen. Omdat het natuurlijk best dichtbij België is. Ja echt een grote groep Vlaanderen die daar rondlopen.

Oke, wel logisch eigenlijk ja.

Dit was het wel zon beetje. Ik heb veel aan je gehad. Ik wil je bedanken voor je tijd!

-Ja graag gedaan.

Veel succes op werk nog!

INTERVIEW 4

Zaterdag, 8 oktober 2022

De geïnterviewde is geanonimiseerd, dus we noemen haar respondent 4

Wat gaan we vandaag doen?

Ik ga een interview met je afleggen!

Aha! Wat leuk. Waar gaan we het over hebben?

Ik moet een onderzoeksrapport maken om vervolgens een marketingcommunicatieplan op te kunnen stellen voor onze opdrachtgever. Best Kept Secret. Ik weet niet of je dat kent?

Ja, die ken ik.

Echt? Dat is keileuk. Fijn!

En wanneer moet het af zijn?

Nou ja, in principe is maandag de case paperday. Maar wij als groep gaan voor donderdag. Dan hebben we lekker een rustig weekend enzo. En jij? Ook al bijna klaar voor de eerste tentamenweek?

Nou ja, ik heb niet echt toetsen he. Wel dingen die ik moet inleveren voor feedback. Dat wel. Maar verder zeggen ze gewoon van "ja het is jouw verantwoordelijkheid. Als je dingen niet inlevert voor feedback zoek je het zelf maar uit. Als je je punten maar haalt straks, vinden wij het allemaal gewoon prima". En ja, als je je punten nog steeds niet haalt. Boeit het ze eigenlijk nog steeds niks. Hahah. Hebben ze nog meer geld van jou.

Maar dan heb je straks toch ook, net zoals ik best wel veel vakantie of ja, vrije dagen?

Ja dat zou in principe wel kunnen. Maar ik doe nog een extra project naast school. Want dat kon. Over de Dutch Design Week. Dus ik ben de hele week op de Dutch Design week druk bezig. Dus dat wordt superleuk. Maar ja.

Dat is keileuk!

Ga jij ook nog naar de Dutch Design Week of niet?

Nee. Ik heb er vorig jaar wel bij de balie geholpen. Voor work uren toen. Maar dit jaar, nee ik zou er niet meer uit mezelf bij de balie gaan helpen ofzo. Als vrijwilliger ofzo. Vond ik wel leuk vorig jaar. Maar ik heb liever ander dingen te doen.

Maar wil je het wel gaan bezoeken?

Mmm ja, weet niet. Vorig jaar kon ik gratis omdat ik een dagje geholpen had. Maar dit jaar is het anders. Ik weet niet, ik vind het wel duur. Dus ja

Ja, als je het niet leuk vindt. Zou ik ook niet gaan. Maar ik vond het vorig jaar wel echt waard. Want ik ben vorig jaar volgens mij echt de hele week geweest. Zo vaak als ik kon. Ik had een heel planning uitgetypt met dit ga ik doen en daarna dit. Maar ja, vanwege mijn studie is het ook wel handig.

Ja, ik wil net zeggen. Voor jou is het hartstikke interessant eigenlijk. Wat ga je dit jaar dan eigenlijk doen?

Nu gaan we iets met een trend doen. We hebben trends onderzocht en dan gaan we op de Ducht Design Week signalen zoeken van wat dan past bij die trend. En dan gaan we die mensen meten langs die signalen en kijken of dat past. En aan de hand daarvan gaan we de tend uitleggen. En we hebben dit jaar ook een stand. Ik en nog iemand anders hebben de stand ontworpen, dus we hebben nu ideeën die we hebben ontworpen en gaan we nu uitvoeren. Dus dat wordt heel erg leuk.

Ja, heel vet! Ik ga lekker even inhaken op het onderwerp evenement enzo.

Nou ik ben benieuwd. Laten we gewoon lekker beginnen.

Ga je wel eens naar festivals?

Nee. Eerlijk gezegd niet.

Maar, Dutch Design Week is ook een festival he.

Ohw ja. Nou. Ja, dan natuurlijk wel ja.

Maar nog nooit op een muziekfestival geweest?

Ja minder dan. Sowieso vroeger, of ja heel vroeger zijn we ooit naar een festival geweest. Dat heette folk roots. Maar daarna ben ik eigenlijk nooit meer naar een festival geweest. Ik ben wel laatst in Eindhoven, met Bevrijdingsdag, dat was ook met muziek naar toe geweest. En ik ben laatst nog naar Waylon geweest. Maar dat was meer een concert dan een festival.

Want, waarom ga je niet naar festivals?

Uhm. Ik weet het niet eigenlijk. Het is allemaal heel druk ofzo. En al die mensen willen drinken en dat wil ik niet. Hahah.

Voor jou staat een festival dan meer voor zuipen en muziek dan voor die beleving?

Ja, ik denk het wel ja. En ik denk dat ik op zich wel naar een festival zou willen gaan. Maar ik zou dan ook niet weten met wie ik zou gaan. En uhm waarheen ik zou gaan. Eigenlijk is dat heel onduidelijk. Dus stel Best Kept Secret is dus heel leuk en ik weet daar niks van en dan, ja. Dan kan ik daar ook niet heen gaan. Omdat ik niemand heb om daar mee naar toe te gaan.

Ja, oké. Dat snap ik wel. En stel he, dat je wel naar een festival gaat. Welke factoren spelen dan een rol in je aankoopproces?

mmm. ik denk wel. Of ik vrij ben die dag. Want stel ik heb dan al werk ingepland moet ik daar natuurlijk vrij voor vragen of daar iets voor regelen. Dus het liefste op een dag dat ik al vrij ben. Uhm, en ik denk ook prijs is ook best wel een grote factor. Ik denk als ik dan zie van, dit is wat er allemaal al

is en de helft daarvan vind ik niet leuk, dan wil ik daar ook niet voor betalen. En als ze dan alleen bepaalde acts op 1 dag hebben en die vind ik niet leuk, ga ik niet die dag en ga ik wel die andere dag. Want daar zijn wel leuke artiesten.

Aaah, oké.

Dus acts is wel belangrijk. Activiteiten en foodstands vind ik belangrijk, uhm en de mensen waarmee ik kan gaan. Dus stel er is een dag waarop ik alleen maar met 2 mensen kan gaan en de andere dag kan ik met 3 mensen gaan. Dan denk ik dat dat ook wel een verschil maakt. Dus de beschikbaarheid van andere mensen maakt ook nog uit.

Oké, interessant goed antwoord. Daar kan ik veel mee. Gewoon alles bijna al beantwoord he. Je noemde net dat de prijs van een festival invloed had op de keuze of jij voor het festival zou kiezen. Dan even een vraagje daarop. Je kent Best Kept Secret. Dus mogelijk kan je dit beantwoorden. Hoeveel denk je dat een dagkaartje voor Best Kept Secret kost?

Ik heb echt totaal geen idee. Ik heb wel ooit de naam gezien. Ik weet alleen echt niet waar het is en hoe duur het is. Ik heb echt geen idee. Maar volgens mij zijn festivals iets van, corrigeer me als ik het fout zeg, iets van 120 euro gemiddeld?

Nou, je zit niet heel slecht hoor. Best Kept Secret is 170 euro voor een dag ticket. Dat is voor festivals relatief duur.

Ja, nou ja kijk. Als ik naar iets zou gaan als Best Kept Secret is voor mij de concurrentie. Uuh. Zit de concurrentie tussen iets van de Efteling ofzo. En dan is de Efteling gewoon goedkoper en dan kun je gewoon de hele dag van alles doen wat je wilt en kun je nog extra eten erbij doen enzo. Dus dan kom je misschien ook wel aan die 170 euro. Dus dan zou ik misschien eerder de Efteling kiezen dan dat ik naar Best Kept Secret zou gaan. Dus misschien, maar ik weet niet of dat voor meer mensen ook geldt, maar voor mij zo dat dat wel voor mij geldt. En andere concurrentie zou dan ook nog zijn voor mij, bijvoorbeeld naar iets gaan als een Wellnessresort. Maar ik weet niet of je daar iets aan hebt, aan deze informatie dan?

Ja wel hoor! Alles wat je zegt is top en waardevolle informatie. Al denk je dat je nutteloos praat. Ik hoor echt al genoeg leuke dingen.

Haha. Oké dan is het goed. Uhm maar oké, of ik die 170 euro zo betalen? Ja, dat ligt er dan weer aan of ik denk van "nou daar heb ik zin in", maar voor mij ligt het ook heel erg aan ja maar dat is gewoon. Maar mijn vriend zei ook al tegen mij dat ik verslaafd ben aan marketing. En dat is ook wel waar. Voor mij ligt het er ook heel erg aan hoe het vormgegeven is. Ziet ietsjes er rommelig op de site bijvoorbeeld of heel kinderachtig eruitziet, of als het er heel erg Wannabee uitziet dan denk ik van nee. Dat doe ik niet. Maar als alles een heel erg mooi samenhangend geheel is bijvoorbeeld dan ben ik wel eerder geneigd om een product te kopen. Je hebt bijvoorbeeld een merk die shampoo verkoopt. En dat heeft gewoon echt hele mooie flessen, en dat werkt. Want kijk, als het een mooie fles heeft ga ik dat kopen! Want ik vind dat mooi. En zo werkt dat bij mij.

Ja, zo herken ik jou wel een beetje ja. En wat is dan voor jou het ideale festival?

Even nadenken hoor. Ik denk dat er wel, uhm. Overdag zou er dan r&b gespeeld worden. En in aparte kleine tentjes, gewoon heel gezellig. En dan kun je daarna een meet en greet doen met de artiest en dan misschien dat je ook ergens een tentje hebt waar je je dan op kunt geven om zelf te kunnen gaan

spelen ofzo. Lijkt me ook wel leuk. En even kijken, er moet een ballenbak komen. En een glijbaan. En 's avonds gaan we techno muziek luisteren met z'n alle en hebben we een grote rave.

Dus als ik het goed begrijp, zit vooral jouw festivalervaring. Omdat je het vooral vergelijkt met de Efteling en een Wellens en een ballenbak natuurlijk bij de beleving dan bij muziek.

Ja, maar wel met r&b hoor. Er moet wel iets van muziek in. Maar ik vind het persoonlijke ook heel belangrijk hoor. Dat je wel ook met de artiesten erna kunt chillen. En van mij moeten het niet per se hele bekende artiesten zijn hoor. Je kunt ook gewoon onbekende en niet ontdekte artiesten doen die wel een beetje talent hebben en je er wel meer kan ontdekken. En ik bedacht me net nog iets. Misschien zou het ook leuk zijn als je een soort van tent hebt dat je je kan omkleden in het midden van de dag. Lijkt me heel leuk. Gewoon dat je daar kleren kunt neerhangen en kleren kunt pakken en daar gewoon waar jij denkt dat je leuk vindt aantrekken. Verkleedtent.

Hahah. Ja! Wat leuk.

En je zei net iets over onbekende artiesten enzo en je noemt veel dingen op die meer gericht zijn op cultuur. Weet je wat voor een soort festivals Best Kept Secret is?

Uhm nee.

Kun je een gokje doen?

Nou, ik denk. Dat Best Kept Secret wel als ik wat meer naar de naam kijk. Denk ik wat meer met magisch iets. Zoiets?

Uhm. Mmm ja. Nou ja nee. Uhm ongeveer. Het is alternatief en wel inderdaad een beetje geheim. Maar artiesten als Froukje en S10, Merol spelen daar.

Aah oké. Ja ik vind Nederlands normaal niet zo leuk. Maar artiesten als Froukje en S10 ken ik wel en vind ik wel leuk. En ze hebben ook samen een liedje. Zonder gezicht heet die volgens mij en die is wel echt leuk. Sigrid is volgens mij ook datzelfde genre en die is van... ja weet ik niet meer. Maar die heeft wel van die chillen muziek die ik ook wel leuk vind.

En kun je eens vertellen wat je denkt dat Best Kept Secret meer doet dan alleen muziek?

Nee, ik denk. Volgens mij werden daar ook. Nee ik heb echt geen idee.

Hahah. Het zit ook heel erg, en daarom vind ik het grappig dat je wat meer op de beleving zit. Want dat zit Best Kept Secret ook. Zij doen ook wat meer met kunst, en goed eten. En hebben iets van een stichting waarin ze nog wat goeds doen voor de wereld enzo. Het is meer dan alleen muziek. Zou dit je aanspreken? En waarom?

Nou ik denk op zich wel. Maar ik kan natuurlijk niet in de toekomst kijken en zien hoe de situatie mijn toekomst gaat veranderen. Maar ik denk dat als ik als ik volgend jaar. Want nu hebben we het er ook over gehad en ken ik het. Misschien dat ik dan volgend jaar er toch wel wat meer naar ga kijken. En ga kijken wat de line-up is en hoe het eruit ziet. Misschien dat ik het dan toch zou overwegen om erheen te gaan. Maar dat ligt natuurlijk dan ook nog aan de tijd en hoe en wat enzo.

En welke rol speelt die line-up, die je net wel even noemde, daar dan in?

Als ik enthousiaste vrienden heb, die ook mee willen. Dan zou ik wel gaan en maakt de line-up niet zo heel veel uit. Maar ik zou wel gaan kijken wie de artiesten zijn en of ik ze ken. Of niet, dat vind ik ook prima. Mogelijk ontdek ik via hen dan weer nieuwe muziek. Die ik wel leuk vind. Maar liever natuurlijk geen Nederlandse muziek.

En, je zei net iets over die vrienden om mee te gaan. Wat is voor jou ook nog meer een drempel voor het besluit van een festival?

Uhm. Ja ik denk of ik daar op dat moment behoefte aan heb. Stel ik ben in een drukke periode met school dan denk ik vaak van doe maar niet. Of ik heb ergens stress om. Dan zou ik niet gaan. Maar stel ik denk van dat kan wel nu en daar heb ik op dat moment ook geld voor. Want dat is ook belangrijk. En of inderdaad vrienden mee willen. Ik heb bijvoorbeeld ene vriendin die heel veel van rapmuziek houdt, maar ik weet niet of zij mee zou gaan naar zo'n festival. Al zit ze wel al een tijdje aan mijn hoofd te zeuren dat we naar een festival moeten samen. Dus ja, ik denk dat ik dan misschien wel zou gaan. Als zij ook mee wil.

Oké, wat mag er op een festival volgens jou echt niet ontbreken? Op die ballenbak na dan hahaha.

Haha. Nee die mag wel ontbreken hoor die ballenbak. Maar wat mag er niet ontbreken? Ik denk iets van security. Als iedereen zich gewoon veilig voelt. Maar ik kan me wel voorstellen, ik ga dus eigenlijk nooit uit, maar kan me zeker wel voorstellen dat mensen gaan drinken en iets van druks gaan gebruiken en ze misschien wel gaan vechten. Ja ik weet niet, maar dat wil ik gewoon niet hebben. En daar wordt het ook niet gezelliger van. Dus ik denk dat het wel belangrijk is om dat de te hebben. En wat er ook niet mag ontbreken is een goede vibe.

En wat is voor jou die goede vibe dan?

Ja een vibe is wel lastig uit te leggen hoor. Die moet je gewoon voelen.

Maar probeer het toch eens?

Ja, gewoon dat iedereen gewoon zichzelf kan zijn. Kan doen wat ie wil. Uhm. Maar dat er wel echt lol wordt gemaakt. Maar niet dat je heel stijfjes bij elkaar staat ofzo. Gewoon dat je heel vrij kunt zijn. Ook wel een beetje de rede dat je naar een festival gaat toch?

Dus die uitlaadklep bijvoorbeeld?

Ja.

Dan nog even terug naar die prijs van Best Kept Secret. Je hebt dus voor die 170 euro alleen een dagkaartje. Daar moet nog consumptie bij. Hoeveel mag voor jou een consumptie op een festival kosten?

Dat ligt er heel erg aan wat voor eten en iets het is. Maar met de stijgende prijzen denk ik dat ik wel eerder zou tolereren dat de prijzen als een drankje bijvoorbeeld drie euro kost. Maar ja, ik denk dat ik maximaal voor een drankje ongeveer 5 euro zal betalen. Maar dat is ook al wel echt heel veel voor 1 drankje. Waarschijnlijk krijg je daar dan ook maar een mini plastic bekertje en niet eens een normaal glas. En uhm. Ja dat zou dan wel 5 euro zijn. Maar dat ligt er ook aan. Want stel, stel je hebt een cocktail of een mocktail ofzo. Dan is het toch wel 10 euro ofzo. Maar dan moet ie wel heel groot zijn. Maar ander drankjes als frisdrank is vijf euro wel de max. en dan is vaak dat al echt veel.

Vind je eten en drinken op een festival dan ook echt belangrijk?

Het moet vooral niet te duur worden. Al is 5 euro voor frisdrank ook wel echt duur. Maar als het gewoon goede kwaliteit is zoals een smoothie ofzo. Dan ligt die ergens ook al snel hoger. Maar voor eten ligt het er vooral aan wat ze hebben. Stel ze hebben pizza's, maar dat ligt er dan ook weer aan hoe groot die pizza is, ligt mijn maximaal ook wel op 10 euro. Uhm ja maar misschien tot 12, 50. Maar op zo'n dag denk ik dan ook wel weer van je bent daar dan toch al en wil je gewoon lekker wat eten en dan moetje ook niet te veel nadenken over geld. Wel een beetje natuurlijk, want je bent nog steeds student en wil wel wat sparen voor je toekomst enzo. Maar zo'n dag is dan ook wel weer der tijd om het los te laten ofzo. Dus, ja. Ik denk dat het hoe hoger de prijs is, maar moet ook niet belachelijk hoog worden, moet de kwaliteit ook wel beter worden. Maar het moet natuurlijk niet te hoog worden op een dag.

Ja, de kwaliteit speelt voor jou in daarin ook een rol.

Ja klopt. Hoe hoger de prijs hoe beter de kwaliteit moet zijn.

Weet je trouwens waar het festival Best Kept Secret ligt?

Nee.

Tilburg. Hilvarenbeek.

Haha. Serieus?

Ja.

Dat wist ik helemaal niet.

Het is dus best om de hoek voor jou. Het is ook net geweest, dus je zou verwachten dat je er wel wat van zou hebben meegekregen.

Niet dus. Hahah.

Kan er ook aan liggen dat het niet zo heel groot is. We hadden bezoekersaantallen gekregen. Dit lag rond de 25.000 per dag. En ze willen dus groeien. Maar ze willen voornamelijk groeien. En dan eigenlijk groeien in de hoeveelheid jongeren dat op het festival afkomt. Wat denk je dat de leeftijdsbalans is op het festival? Hoeveel procent zal bestaan uit jongeren?

Uhm. Ik denk dat dat 40% is.

En wat is de variatie binnen de leeftijd? De leeftijdsgrenzen?

Best Kept Secret. Oeh. Ik denk dat de gemiddelde leeftijd rond de 40 zal liggen?

Ik denk dat je daar goed in de buurt mee zit. De precieze cijfers weet ik dus ook niet. Maar zoiets zou het zijn inderdaad.

Ja dat kan ook wel. Omdat het aan de duurdere kant is. Komen daar, je weet wel, de mensen met een hoger inkomen op af. En dat zijn nou niet zo zeer de studenten denk ik. Maar de mensen die in de hogere sociale klasse zitten ofzo.

Ja heb je denk ik wel gelijk in. En wanneer is een festival voor jou echt geslaagd?

Ik denk dat als ik terugkom en ik denk van he dat was leuk. Ik heb leuke mensen ontmoet, lekker muziek geluisterd en lekker gegeten enzo. En dat ik dan thuiskom en moe en voldaan ben. Die 2.

En wat kan ervoor zorgen dat je volgend jaar weer terug naar Best Kept Secret of hetzelfde festival gaat.

Oeh ik heb iets goeds bedacht. Als je het volgende jaar weer gaat, krijg je een beetje korting. Als je vorig jaar ook al bent geweest. Dan zeg je van "he jij bent een trouwe bezoeker, dan krijg je de volgende keer, zeg maar iets extra's van ons" of misschien als je eens een vriend meeneemt of een nieuw persoon meeneemt dat je dan ook. Als je met meer, of ja 2, een grotere groep ofzo komt, je ook korting krijgt.

Grappig. Hierin zit je dan ook wel weer op het geld. Beleving is dus voor jou top, maar die beleving moet zo goed zijn, dat je het volgende jaar terug wilt. Wat is dan dat stukje beleving die jij nodig hebt om volgend jaar weer terug te komen?

Uhm ik denk. Nieuwe artiesten! En misschien ander soort eten dingen. Dat je die beleving weer opnieuw kan beleven.

En kun je uitleggen of het actief zijn op sociale media van het festival, buiten het festival seizoen om, helpt om jou betrokken te houden?

Ik kijk niet op sociale media, behalve YouTube. Dus dan zouden ze mij moeten mailen als ze me willen bereiken. Dus nee, dat boeit me eigenlijk niet zo. Tenzij ik zo benieuwd ben naar die artiesten die bekend gemaakt worden. Dan zou ik misschien wel gaan kijken op Instagram kijken ofzo.

Maar wanneer ben je dan zo benieuwd?

Ik denk omdat jij iets daarover gezegd hebt nu, dat ik dan even ga kijken. En dan als ze al dingen aan het posten zijn van "ja wij zijn terug" en dat ze al iets van artiesten bekend gemaakt hebben ofzo en ze dat goed opgebouwd hebben. Denk ik wel dat ik wel eerder zou gaan.

En dat is dan wel weer leuk aan het concept van Best Kept Secret. Het is "secret". Dus op dit moment weten we, buiten de data om, niks over de artiesten, line-up en andere dingen. Dit wordt pas bekendgemaakt hoe dichterbij het evenement plaatsvindt.

Kun je wel al een kaartje kopen dan? Of dat ook nog niet?

Volgens mij dat nog niet. Je kunt alleen nog de data in je agenda zetten. Op hun website staat ook alleen maar informatie over hun missie en visie. En dat je je al kan inschrijven voor de voorverkoop.

Weet je wat ik denk dat misschien zou helpen dan. Als ze iets van een foto onthullen, maar dan alleen maar een klein stukje van de foto ziet ofzo. En dat de foto dan steeds meer bekend wordt. Dat ze dan kunnen speculeren over de artiest. Maar dat ze het nog niet weten.

Grappig. Want zo ziet hun website er op dit moment uit. Het zien van foto als je je muis over de website schuift.

Ja hebben ze leuk bedacht!

Stel je bent bij een festival geweest. Mag Best Kept Secret zijn, maar ook een andere. In hoeverre blijf je dan betrokken bij dat festival als het festival al afgelopen is?

Uhm dat hangt ook echt af van, bijvoorbeeld bij Dutch Design Week ik ga er dan al redelijk vaak heen en ben er elk jaar dan ook wel benieuwd naar wat er dan gaat gebeuren. En dan nu met mijn studie ga ik er nog vaker heen en blijf ik, afhankelijk van of ik het leuk heb gevonden of niet, blijf ik ook daarbij betrokken. En het speelt ook echt wel een grote rol dat ik er behoefte aan heb. Want stel ik zou nu naar een kinderfestival gaan, maar ik vond dat vroeger altijd heel leuk. Maar nu niet, dan ga ik daar nu niet meer heen. Die behoefte is er dan niet meer om zoiets te doen. Of iets voor mij voldoening geeft op dat moment. Stel ik zou nu gaan werken volgend jaar of ergens en ik zou dan zien van Dutch Design Week is er weer, maar ik heb het heel druk met werken ofzo en ik heb daar geen tijd voor. Of ik kan beter uitrusten. Zou ik denk ik niet gaan.

Maar wat moet een festival dan doen om jou toch te laten gaan? Dus dat jij alles, dus alle plannen voor dat weekend of dag afzegt om daarbij te zijn?

Om heel eerlijk te zijn, ik denk niet dat ik dat zou doen. Het ligt er ook echt heel erg aan. Om mij zo ver te krijgen denk ik dat ze van tevoren misschien al, maar dan ook ver van tevoren, mij moeten gaan overtuigen om echt te komen en ik denk dat ze misschien ook iets van extraatjes moeten gaan regelen. Iets van plan je outfit ofzo. Dat zou dan wel leuk zijn. Dat ze al iets van reminders doen van "dit wordt je outfit". Dat je al keuzes krijgt enzo. En da vind ik ook wel heel belangrijk. Dat ik er wel al iets over weet. En volgens mij heb ik een maand er tussenin dat ik steeds mijn beschikbaarheid moet aanpassen. Dus sowieso een maand van tevoren zou uit het dan al moeten weten. En hebben besloten om te gaan. Dus ja. Maar ik denk niet dat ik zo extreem zou gaan. Als er een verjaardag van iemand is ofzo, ga ik eerder naar daar dan een festival.

Een festival is denk ik voor jou gewoon niet prioriteit 1.

Nee, zo interessant vind ik het niet altijd.

En dan nog even een leuk vraagje. Hoe belangrijk vind je het dat een festival goed bereikbaar is?

Nou ja. Een festival dat echt heel leuk is, zou ik best wel voor willen gaan. Groningen ofzo. Maar dat ligt echt aan hoe leuk het festival is. Dus het ligt niet per se aan waar het festival ligt, want ik heb wel eens overwogen om naar een concert in Parijs te gaan. Maar dat vond mijn moeder niet zo'n goed idee, omdat ik ze 2 zusjes daar alleen gewoon niet fijn vond en ze ons te jong vond. Maar ik heb het zeker overwogen. Als iets leuk is, wil ik echt overwegen om wat verder weg te gaan.

Ik denk dat ik alles heb. Dankjewel lieve respondent 3. Topper.

Heel graag gedaan. Ik vond het erg gezellig. We moeten binnenkort echt even bijkletsen ofzo. Kunnen zo nog wel uren door.

Nou zeg dat wel!

INTERVIEW 5

De geïnterviewde is geanonimiseerd, dus we noemen hem respondent 5.

Datum: 6 oktober 2022

Hey, welkom! En fijn dat ik je mag interviewen.

Graag gedaan, ik heb het voor je over.

Zou je iets over jezelf willen vertellen?

Ik ben 20 jaar, ik woon in Hilvarenbeek en in Tilburg. Ik werk fulltime. Heb vorig jaar mijn mbo afgerond en heb nu een tussenjaar. Ik zou volgend jaar commerciële economie willen studeren op het HBO. In mijn vrije tijd spreek ik af met vrienden en speel ik voetbal.

Toevallig haha, commerciële economie.

-Ja inderdaad.

Heb je al leuke weekend plannen?

-Ik moet zaterdag de hele dag werken, zondag heb ik voetbal en ik ga daarna uit

Goede mix tussen werk en leuke dingen. Waar ga je uit?

-In Tilburg, Baret. Ik ga met vrienden van de voetbal

Ga je altijd uit in Tilburg?

-Ja eigenlijk wel. Soms ook in Breda en Amsterdam.

Hoe vaak ga je ongeveer uit in Tilburg?

-1 of 2 keer per week

Bezoek je ook festivals?

-Ja

Wat was je eerste festival?

-Dolle dinsdag

Wat is dat voor iets?

- Een Carnaval hardstyle festival

Oké klinkt grappig, met wie bezoek je festivals?

Met vrienden, eigenlijk altijd wel dezelfde vast vriendengroep.

Wat voor soort festivals zijn het dan?

Het zijn vooral techno, house en hardstyle festivals.

Zou je voor mij kunnen omschrijven jouw proces eruitziet van het aanschaffen van een festivalticket?

- Meestal zie ik er wat van voorbij komen op Instagram of in de groepsapp. Als ik dan interesse heb, dan haal ik een kaartje. Meestal is het zo dat we eerst kaartjes halen en dan pas kijken of we kunnen en of het uitkomt.

Oké en wat doe je dan als het niet uitkomt?

-Dan verkoop ik mijn kaartje gewoon op ticketswap of rechtstreeks aan vrienden of ik zet het op Instagram

Wat maakt voor jou een festival voor jou speciaal?

- De Sfeer, muziek, gezelligheid

Enn, wanneer begint voor jou het aankoopproces van een festival?

-Ligt eraan, bijvoorbeeld voor Intens zat iemand van de groep al klaar om kaartjes te halen.

Zeg je de naam Best Kept Secret je wat?

-Ja

Hoe ken je het?

-Mensen die in de buurt wonen van het festivalterrein krijgen gratis kaartjes en een brief over de mogelijke geluidsoverlast.

Ahh zo, hadden jullie thuis ook gratis kaartjes gekregen?

-Ja

Ben je er ooit geweest?

-Ja

En met wie ben je daar heen geweest?

-Met vrienden uit het dorp die ook gratis kaartjes hadden gekregen.

Was je er heen geweest als je geen gratis kaartjes had gekregen?

-Nee, dat sowieso niet

Hoe komt dat?

-Ja, het zijn niet mijn mensen en ook niet mijn muziek

Heb je het wel leuk gehad?

-Ja, fantastisch...hahaha. Nee vond het niet zo eigenlijk.

In hoeverre spreekt de naam of thema van een festival jou aan?

-Ja, ik vind de naam wel belangrijk. Ik vind Intens bijvoorbeeld een dikke naam hebben. En thema eigenlijk ook, de stages enz

Wat is de voornaamste reden dat je een festival bezoekt?

- Vooral de gezelligheid, weg met vrienden en weg van de dagelijkse sleur.

Kun je omschrijven wat voor soort festivals jou aanspreken?

-Nou eigenlijk is dat heel breed, bekende grote festivals maar ook kleinschalige festivals

Wat mag er op een festival volgens jou echt niet ontbreken?

Vuurwerk, eindshows zijn echt vet en een goed festival heeft en een vette afsluiter en vuurwerk.

Kun je aangeven welke rol de line-up meespeelt in jouw keuze om erheen te gaan?

-Eigenlijk niet, meeste artiesten ken ik niet echt. Het maakt mij niet echt uit. Alleen dat het een bekend festival is en dat ik met vrienden ben. Een bekend festival zorgt vaak sowieso al wel voor goede artiesten.

Enn, speelt de ticketprijs voor jou een rol?

-Eigenlijk ook niet. Ik heb tussenjaar. Ja klinkt raar maar ik woon nog thuis dus het speelt niet echt een rol. Als het een dik festival en als mijn vrienden gaan maakt het me eigenlijk niet zoveel uit hoeveel het kost.

Hoeveel ben je denk je maximaal bereid te betalen voor een dagticket?

-Max 100 euro voor een dagticket. Dan moet het wel een dik festival zijn. Bijvoorbeeld defqon of een zondag eindshow. Die zijn het vetst.

In hoeverre speelt de consumptieprijs voor jou een rol?

-Niet veel, ik drink sowieso veel in.

Hoe doe je dit als het festival niet in Tilburg is. Hoe kan je dan indrinken?

-Je kan altijd indrinken he. Dan moet je gewoon in de trein indrinken. Je drinkt altijd wel minder op een festival, meer van tevoren.

Kun je omschrijven in hoeverre de ligging/locatie van een festival voor jou een rol speelt?

-Als het maar goed bereikbaar is met ov. Maar ik vind Amsterdam wel de max denk ik.

Als je met de ov naar een festival zou moeten reizen, reis je dan het liefst alleen met de trein of ook bus of tram?

Nee bus en tram mag ook. Bijvoorbeeld voor Joy Bloemendaal of voor Wavy vindt dat niet erg. Maar het moeten wel leuke en bekendere festivals zijn.

Heb je eigenlijk wel eens een weekendticket inclusief camping gekocht?

-Telt de formule 1?

Was het een festival?

-Ja, eigenlijk wel ook met camping enz.

Ja dan wel. Hoe belangrijk vind jij het eten en drinken op een festival?

-Niet heel belangrijk eigenlijk.

Wat eet je dan?

Dan eet je niet.

Techno en hardstyle festivals beginnen meestal rond 13.00 en eindigen om 00.00. Eet je dan de hele dag niks?

-Ik denk dan eigenlijk niet echt aan eten. Ik heb daar dan geen tijd voor en ook geen behoefte om in een rij te staan en mijn vrienden kwijt te raken.

Oke, wanneer is een festival geslaagd voor jou?

-Als ik een leuke dag heb gehad

En wanneer heb je een leuke dag gehad?

Als ik er leuke herinneringen aan heb over gehouden.

Wat kan ervoor zorgen dat je volgend jaar weer teruggaat naar hetzelfde festival?

Als het goed bevallen is, als de organisatie alles goed geregeld heeft en als het origineel is.

Volg je Festivals op sociale media?

-Sommige wel, bijvoorbeeld Joy, Awakenings of draaimolen ofzo.

Op welke sociale mediakanalen volg je ze dan?

-Op Instagram

Wat vind je ervan als een Festival heel actief is op Instagram dan bijvoorbeeld?

-Niet vervelend, wel leuk eigenlijk. Kan je tijdens je werkdag even snel scrollen en terugdenken aan het leuke van zon festival.

Oke, ik ben eruit. Ik wil je bedanken voor je tijd. Ik vond je een fijne respondent.

-Mooi, graag gedaan!

Tot ziens!

INTERVIEW 6

Datum: 7 oktober 2022, 10.00u

Locatie: Teams

Goedemorgen **bedankt dat je zo vroeg al tijd voor mij wilde vrijmaken haha.**

-Ja geen probleem, anders werd het erg krap nog, heb het deze week zo druk met school eventjes.

Nou heel fijn dat je iniedergeval toch mij wilde helpen hiermee, ik zal maar gelijk beginnen dan kun je snel weer verder.

-Yes, laten we dat doen.

Om te beginnen vertel eens iets over jezelf, hoe oud ben je, waar woon je, wat doe je in je dagelijks leven, wat zijn je interesses?

Nou dat is al voldoende haha, je houdt van feestjes? Ben je wel eens op een festival geweest?

-Ja afgelopen zomer voor de eerste keer en ik vond het echt geweldig! Vorig jaar kon het helaas niet door corona en daarvoor was ik nog geen 18 dus vanaf nu mag het pas echt.

Oh wat leuk, naar welk festival ben je deze zomer geweest en wat vond je er zo leuk aan?

-Ik ben naar Solar geweest, dat ligt in Roermond. We waren met 5 vriendinnen en we zaten ook op de camping. Dat vond ik misschien wel het leukste, geen verplichtingen gewoon heel de dag chillen en mensen leren kennen echt zo gezellig daar!

Wat leuk dat je gelijk op de camping zat, wat vond je daarvan?

-Ja qua ligging lagen wij eigenlijk echt superkut, we sliepen letterlijk op het veld naast de aftertent dus er liepen echt tot 5 uur 's nachts mensen door onze tenten heen, vreselijk! Maar toen ben ik zelf maar gewoon de aftertent ingegaan zodat ik er geen last van had haha.

Haha ja slim! Wat voor muziekgenre is Solar?

-Je hebt daar echt van alles, je hebt daar kei veel stages met allemaal andere thema's muziekstijlen. De meeste dingen waren housemuziek maar ook pop/hiphop.

Is dat dan ook wat jou het meeste aanspreekt die genres of kun je eens omschrijven wat voor soort festivals jou aanspreken?

-Voor mij is het wel belangrijk dat er meerdere stijlen of artiesten zijn die niet per se allemaal hetzelfde draaien. Zeker als je met een groep wilt gaat dan is het leuk dat er voor iedereen wel iets is. Vaak spreken grote artiesten mij ook aan alleen soms is de line-up dus pas later bekend en is het al uitverkocht wanneer ik pas bedenk dat ik iets vet vind.

Wat bedoel je hiermee precies, welk moment is dat dan dat je je bedenkt om ergens heen te gaan?

-Ja zo vaak pas als ik van anderen hoor dat ze dat weekend bijvoorbeeld ergens heengaan, dan pas denk ik oh dat had ik ook zo vet gevonden haha. Of dan zie ik filmpjes voorbijkomen van die dag zelf en denk ik echt bij mezelf godver waarom weet ik zulke dingen nooit op tijd.

Wat zonde eigenlijk, waar denk je dat dat aan ligt dat je dat niet op tijd weet?

- Ja lastig te zeggen, misschien omdat ik sommige festivals nog totaal niet ken en er daarom ook geen reclame voor krijg ofzo, weet het niet zo goed. Maar nu als ik het bij anderen zie dan ga ik gelijk de socials volgen en schrijf ik me in voor de nieuwsbrief zodat ik er hopelijk het jaar erop wel bij kan zijn.

Ja slim, wat vind je dan leuk in zo'n nieuwsbrief te zien?

- Eigenlijk doe ik dat puur voor de kaartverkoop datum haha. Maar ik vind het ook leuk om te horen te krijgen wat de line-up bijvoorbeeld is. Meestal zijn er dan ook sfeerbeelden van afgelopen jaar dat vind ik dan zo leuk om te zien dat ik echt moet gaan het jaar erop! Althans ik ben pas een keer echt bij een groot festival geweest maar toch haha.

Ja wel leuk dat je zo meer meekrijgt van het festival, hé je vertelt vaak over de line-up, wat voor rol speelt dat voor jou in je keuze?

-Dat speelt wel een grote rol voor mij ja, van sommige artiesten ben ik wel een beetje fan of die zou ik zo graag een keertje live willen zien. Dus als ik zie dat zij komen bijvoorbeeld dan overtuigd mij dat wel meteen.

En als je dan overtuigd bent dat je wilt gaan wat zijn dan de stappen die je neemt om tot aankoop te gaan?

-Nou eerst gooi ik het eigenlijk in de WhatsApp groep van mijn vriendinnen wie er zin heeft om mee te gaan. Vaak zijn zij nog niet zo enthousiast omdat het nog voor zover vooruit is, daar moeten wij echt nog aan wennen haha, maar meestal krijg ik ze wel overtuigd. Als dat niet zo is dan probeer ik het nog bij collega's en als er dan niemand mee wilt dan laat ik het aan me voorbijgaan. Wel best triest als ik het zo vertel.

Hoezo zie je dat als triest?

- Ja weet ik niet eigenlijk, vind het aan de ene kant echt zonde als ik me laat tegenhouden omdat er niemand gaat. Maar toch lijkt het me niet leuk om alleen te gaan.

Zelfs als de artiesten komen die je echt vet vindt, zou je dan nog niet gaan?

-Nee, ja, nee denk het niet nee. Ik vind het festival wel veel meer dan alleen een artiest.

Wat bedoel je daarmee? Kun je eens omschrijven wat een festival voor jou dan speciaal maakt?

-Ja ik bedoel dat het niet per se gaat om de line-up maar ook gewoon de hele sfeer, gezellige mensen, lekker eten en drinken, leuke muziek en vooral samen met vrienden gewoon een leuke dag hebben. Dat is echt een vibe.

Haha ja, wat is dan jouw voornaamste reden dat je een festival bezoekt?

- Als ik dan één ding moest kiezen is het dan toch wel de gezelligheid, ook al kan het in een kroeg ook gezellig zijn maar meer dan dat alles zo vet eruitzien de stages enzo.

In hoeverre spreekt een thema jou dan aan?

-Ja ik vind het echt vet als alles in thema is doorgezet, bijvoorbeeld de eerste avond op de camping was er kamping kitsch club. Ik had er nog nooit van gehoord maar iedereen kwam fout verkleed en het was gewoon een soort carnavaal achtig op een festival, dat was echt lachen! Volgensmij had Solar verder niet echt een duidelijk thema, tenminste niet dat mij opviel maar alles was zo mooi aangekleed zo vrolijk en het lag aan het water, dat vind ik al zo'n leuk sfeertje geven!

Je vertelt dat het aan het water ligt, kun je eens omschrijven in hoeverre de ligging/locatie van het festival voor jou een rol speelt?

-Ja eigenlijk best een grote rol, als ik niet zou verblijven op de camping is het weer zo'n gedoe met thuiskomen en daar heb ik eigenlijk helemaal geen zin in. Ook het OV vind ik dan verschrikkelijk dus dan ga ik liever niet dan dat ik dan nog in een overvolle bus/trein naar huis moet. Ik weet niet, ik vind dat gewoon vreselijk. Maar als er bijvoorbeeld een bus gaat vanuit hier met meerdere uit de buurt zou ik dan wel weer meegaan, dan weet je tenminste zeker dat je ruimte hebt en lekker kan slapen op de terugweg hahaha.

Nou dat begrijp ik wel dat je dan kapot bent na zo'n dag. Als jij dan het festivalterrein afloopt, wanneer is het festival dan echt geslaagd voor jou?

-Ja als ik nog energie heb dan weet ik dat het goed zit. Soms ben ik zo moe en kak ik in na zo'n lange dag maar als ik het zo leuk heb dan weet ik gewoon dat het een fantastische dag was.

Waar kan dat mee te maken hebben?

-Als we gewoon een chille dag hadden, lekker tussendoor ff wat eten en genieten van de leuke dingen op het festival naar bijvoorbeeld winkeltjes/kraampjes kijken, of je kon hier afgelopen jaar ook wii'en of andere games doen keigrappig was dat!

Wat grappig haha. Wat mag er volgens jou echt niet ontbreken op een festival?

-Voor mij is dat dan toch het entertainment buiten de stages om. Dat zorgt er echt voor dat je energie vast blijft houden vind ik.

Goed, ik ga even door naar een onderwerp waar je vast ook wel aan denkt bij festivals: geld.

-Pfoe ja hahaha die voel ik wel ja. Alles lijkt zo duur daar.

Kun je daar eens wat meer over vertellen? In hoeverre speelt de ticketprijs of de consumptieprijs voor jou een rol?

Ligt er een beetje aan denk ik, de consumptieprijs weet ik vooraf eigenlijk nooit en als ik daar ben dan weet ik toch ja het is een dure dag dus dan wil ik daar eigenlijk niet te veel mee bezig zijn. Snap je? Of ik nou 60 of 70 euro kwijt ben dat is allebei veel geld voor mij dus dat maakt het verschil ook niet meer. Ticketprijs ligt er voor mij echt aan wat voor dag het is, met bijvoorbeeld koningsdag zijn er ook festivals maar dan weet ik dat er ook zo veel andere feestjes zijn dus dan zou ik niet zo snel 60 euro uitgeven hieraan. Terwijl als het op een random zaterdag een festival zou zijn dan zou ik het er misschien wel voor over hebben. Voor Solar heb ik volgensmij €140,- betaald voor 2 festivaldagen en 3 dagen camping. Nou moet ik wel zeggen dat er op de camping ook veel te doen was. Maar Solar

heeft voor mij ook gewoon echt al een naam dus dan kijk ik niet meer echt naar het geld, wat ik bij nieuwe festivals misschien wel zou doen ja.

En waarom zou je dit bij nieuwe festivals wel doen?

-Ja dan is het misschien nog wat onbekend dus denk ik er toch wat langer over na of ik dat ervoor over heb. Ook omdat ik dan niet kan werken dat weekend, dat telt ook weer aan snapje.

Oké duidelijk, wanneer begint voor jou het zogehete “aankoopproces” van een festival? Hiermee bedoel ik dat...

Ja ik weet wat het betekent, bij mij begint dat eigenlijk wanneer ik het bij anderen dus zie en me inschrijf voor een nieuwsbrief. Als ik dan bericht krijg wanneer de ticketverkoop is gooi ik het in de app groep en dan besluiten we dan of we gaan.

Nou heel duidelijk, wat kan ervoor zorgen dat je het jaar erop weer teruggaat naar dat festival?

-Ja voor mij is het ook belangrijk dat het goed geregeld is, dit jaar was Solar camping de eerste avond bijvoorbeeld helemaal kut omdat er allemaal mensen letterlijk over onze tenten liepen...

Oh jee

-Ja toen dacht ik echt, zo lastig kan het toch niet zijn om dit goed te regelen maar goed. Gelukkig hadden de dag erop meerderen geklaagd dus hadden ze toen hekken neergezet. Als ze dit niet hadden gedaan weet ik niet of ik nog wel terug was gekomen. Dit is wel gewoon echt belangrijk dat de organisatie ook luistert naar de bezoekers vind ik.

Ja wat vervelend zeg.

-Ja maar goed, gelukkig was het opgelost. Maar dit bedoel ik ook met goed geregeld, ook dat je bij de bar niet te lang hoeft te wachten en wc's vind ik ook echt heel belangrijk! Soms moet je zolang wachten dat je bijna je favoriete act mist, vreselijk! Maar die dingen kunnen het echt maken of kraken om zo maar te zeggen.

Oké, nu ga ik ff door naar het onderwerp “Social media” en aangezien de tijd is dit het laatste onderwerp. Kun je eens uitleggen wat je ervan vindt als een festival veel actief is op sociale media buiten het seizoen om?

-Ja goed dat je het zegt, maar ik maak het wel gewoon netjes af hoor. Ja ik vind het zo leuk als ze dat doen! Ik volg Solar meteen en vind het zo leuk om allemaal video's terug te zien en foto's. Dan krijg ik gelijk weer dat geluksgevoel van ah hier wil ik zo graag naar terug! Daar kan ik echt van genieten! Ook als andere bezoekers bijvoorbeeld op TikTok een video plaatsen over hoe het eruit zag als bezoeker zijnde vind ik ook echt leuk! Dan is het niet zo opgezet als wanneer de organisatie het zelf zou plaatsen zeg maar.

En in hoeverre blijf je na het festival nog betrokken bij het festival?

-Ik blijf betrokken door de socials te volgen en door me wee in te schrijven op de nieuwsbrief. Als ik dan zie dat er een artiest bekend wordt gemaakt deel ik het altijd meteen en wil ik er het liefst voor zorgen dat gewoon al mijn vrienden meegaan.

Hahaha je zou de organisatie zo een tikkie kunnen sturen voor promotie.

-Ja inderdaad dat zou ik zeker moeten doen! Hoeveel mensen ik met hart en ziel probeer over te halen om mee te gaan hahaha.

Wat leuk zeg dat je het helemaal gevonden hebt! Hey dit was eigenlijk wel mijn laatste vraag. Heb je zelf misschien nog iets wat je te binnen is geschoten wat je nog wilt toevoegen?

-Uhh, nee denk het niet nee. Ik vond het gezellig.

Nou fijn om te horen! Nogmaals hartstikke bedankt, dan ga ik nu eens kijken of alles gelukt is met opnemen en transcriberen haha!

-Ja super graag gedaan, als je nog iets wilt weten kun je me altijd bellen/appen hé!

Dat komt helemaal goed succes met je school nog, bedankt doegg!

-Thanks, bye!

INTERVIEW 7

De geïnterviewde is geanonimiseerd, dus we noemen haar respondent 7.

Hey, Ten eerste wat fijn dat je tijd hebt vrijgemaakt voor dit interview! En ten tweede hoe gaat het met je?

-Ja, ik vind het eerlijk gezegd wel leuk dat ik geïnterviewd mag worden. Het gaat goed met mij. Ik ben wel heel moe omdat ik zo druk ben laatste tijd.

Ah, studeer je of werk je?

-Ik ben dit jaar begonnen aan de master medische psychologie.

Klinkt pittig, maar ook best interessant

-Ja, dat klopt. Ik vind het zelf ook pittig. Zeker na een tussenjaar.

Kan me dat inderdaad wel voorstellen. Hou je nog tijd over voor leuke dingen?

-Je bedoelt om nacho's te eten en om bier te drinken, tuurlijk haha.

Haha misschien valt dat wel onder hobby's... haha. Even zonder grappen, wat zijn je andere hobbies?

-Zingen, koken en wandelen. Dat was het wel een beetje.

Wow! Ik wist helemaal niet dat je kon zingen haha.

-Ja, dat verwachten niet veel mensen van mij eigenlijk. Maar ik zing al sinds klein af aan.

Wat leuk! Oke, ik ga een aantal vragen stellen over festivals. Zit je klaar?

Ja, kom maar op hoor haha

Zou je voor mij kunnen omschrijven hoe jouw proces eruitziet van het aanschaffen van een festivalticket?

- Dit jaar heb ik via ticketswap een dagticket gekocht, maar voorgaande jaren kocht ik altijd online een weekendticket met mijn spaargeld voor dit soort gelegenheden.

Oke, hoe komt het dat je dit jaar een dagticket hebt gehaald voor Best Kept Secret en geen weekendticket zoals de jaren hiervoor?

-Dit jaar was een beetje een rare situatie haha. Ik vond het eigenlijk veel te duur vergeleken met afgelopen jaren, maar mijn vriend had die dag een interview met een van de artiesten. Hij mocht gratis naar binnen, dus toen hebben we mijn kaartje gesplit. Die was in totaal €80, maar dat zou ik anders nooit betaald hebben aangezien ik de afgelopen jaren voor €120 of iets in die richting een heel weekend ging. Ik begreep wel dat het duurder was omdat ze natuurlijk schaden in moesten halen, maar ik had zoveel geld nooit kunnen missen ook al ben ik normaal een vaste bezoeker (ik ga al sinds 2014)

Jammer is dat dan als je een vaste bezoeker bent. Maar vet van jouw vriend! Wie mocht hij interviewen?

-Sigrid, die we toen een dag later bij Locals zagen. Ofja de basissit van Sigrid.

Oja, dat kan ik me nog wel herinneren. Fijn dat je dit jaar toch het festival hebt bezocht doordat je het kon splitten met je vriend. Wat maakt voor jou een festival speciaal?

- Ik vind het tof dat je meerdere artiesten op een dag kan zien en dat je tussendoor lekker met vrienden kunt kletsen/een beetje rondlopen en bij leuke kraampjes kijken/ langs de foodtrucks lopen.

Het hele plaatje eigenlijk.

Ja zo'n beetje wel ja.

En wanneer begint voor jou het aankoopproces van een festival?

- zodra de ticketverkoop van start gaat, maar vaak heb ik dan al gespaard omdat ik de line-up goed vond.

Oké en wat is de voornaamste reden dat je een festival bezoekt?

- Omdat de line-up goed is

Je hecht dus wel veel waarde aan de line up. Doen jouw vrienden dat ook denk je?

-Ja, de ene meer dan de ander maar over het algemeen kijkt onze vriendengroep vooral naar de line up ja.

Oke, je gaf eerder aan dat je wel een op het Festival Best Kept Secret bent geweest. Wat is voor jou echt kenmerkend aan Best Kept Secret?

- het bos met de sfeervolle lichtjes, foodtrucks en kraampjes waar je leuke dingen kunt kopen. En het mainstage aan het water.

In hoeverre spreekt de naam of thema van een festival jou aan? Kan van Best Kept Secret zijn maar kan ook van een ander festival zijn.

- Ik vind het thema op een festival wel belangrijk. Iets als zwarte cross zou niks voor mij zijn, maar het feit dat best kept secret gericht is op een "alternatiever" publiek vind ik juist leuk. Dat zie je ook terug in de line-up, hoe het is aangekleed etc.

Oke en wat is de voornaamste reden dat je een festival bezoekt? Als je tijd over hebt dan heb je van je studie en als je je nacho's en bier op hebt haha.

- Omdat de line-up goed is

Zijn er voor jou nog meer redenen om naar een festival te gaan?

- Veel van mijn vrienden gaan ook, dus dat vind ik sowieso gezellig. Maar ik vind het ook heel tof om met veel fans samen met een nummer mee te zingen, dat geeft een gevoel van saamhorigheid.

Net als bij concerten eigenlijk toch? Waar fans samen in koor zingen, bedoel je dat gevoel?

-Jaa precies ja

Oke, wat voor soort festivals spreken jou aan?

- Festivals met een line-up waar bands en artiesten komen die ik goed vind, zoals Best Kept Secret, Down The Rabbit Hole en Pinkpop. Ook vind ik het belangrijk dat er een goede sfeer op het festival is, dus dat het er gezellig uit ziet, dat mensen vriendelijk zijn, dat er een breed assortiment aan eten is voor vegetariërs etc.

Ben je vegetarisch?

-Ja, ik ben al bijna 5 jaar vegetarisch.

En hoe bevalt dat? Heb je veel keus als je naar een festival gaat?

-Over het algemeen wel. Je merkt wel echt dat veel meer festivals zich daarop richten dan een aantal jaar geleden. Maar anders kan je altijd nog een frietje bestellen. Maar de meeste festivals hebben wel wat vega opties hoor.

Fijn dat er steeds meer opties komen. Wat is er op een festival echt belangrijk en mag volgens jou echt niet ontbreken?

- een plek waar je je ook even kan terugtrekken als je even geen zin hebt in muziek en gewoon wil kletsen

Ah ja, dat zie ik steeds meer op festivals de laatste tijd inderdaad. Je vindt de line up heel belangrijk zoals je al zei, maar hoe beïnvloedt dat jouw keuze om erheen te gaan? Is voor jou de line up echt de grootste rol of is een oké line up ook genoeg?

- De grootste rol, want als er niemand staat die ik graag wil zien ga ik niet.

Duidelijk en hoe belangrijk vind je de ticketprijs voor een festival en hoe beïnvloedt dit jouw keuze om wel of om niet te gaan?

- als het echt te duur is, ga ik niet. Dit jaar vond ik alle tickets heel duur. Het is dat ik nog via ticketswap een goedkoop dagticket kon kopen, maar anders was ik niet gegaan.

Ja, met dit soort dingen is ticketswap echt heel chill. Maarr met een ticket alleen zijn we er nog niet. In hoeverre speelt de consumptieprijs voor jou een rol?

- Ik zal het er niet door laten, maar als het echt duur is zal ik wel minder uitgeven.

Je zal er dus minder bier door drinken, hoor ik dat nou goed?

-Ja haha

Vind je de ligging/locatie van een festival belangrijk en speelt dat een rol voor jou of je wel of niet naar dat ene festival gaat?

- dat maakt voor mij niet zoveel uit. De organisatie zal er altijd wel voor zorgen dat het bereikbaar is met een pendelbus ofzo, dus daar zou ik het niet voor laten.

Je komt uit Tilburg toch? Zou Best Kept Secret ook bezocht hebben als het in de buurt van bijvoorbeeld Amsterdam zou zijn geweest?

Ik ben geboren in Goirle maar woon al heel mijn leven in Tilburg. Yes dan ook. Het gaat mij echt om de line-up en de sfeer. Dat ik er op de fiets heen kan is een voordeel, maar niet iets waar ik het wel of niet om zou doen.

Hoeveel mag een festivalticket kosten voor jou?

- voor een dagticket maximaal 65 euro. Voor een weekendticket maximaal 180 euro.

Hoeveel heb je eigenlijk betaald voor Best Kept Secret afgelopen editie?

Totaal heb ik voor mijn kaartje 80 euro moeten betalen

We hebben het hier al een beetje over gehad maar hoe belangrijk vind jij het eten en drinken op een festival eigenlijk?

- ik vind het wel belangrijk dat er genoeg aanbod is voor vegetariërs. Maar qua drinken maakt het me weinig uit, aangezien ik 9 van de 10 keer toch gewoon bier drink.

Lekker makkelijk haha. We zijn er bijna hoor. Wanneer is een festival echt geslaagd voor jou?

- als ik een fijne dag heb gehad zonder dat er al te veel dingen tegenvielen vanuit de organisatie.

En wat kan ervoor zorgen dat je volgend jaar weer teruggaat naar hetzelfde festival?

- een goede line-up, een fijne sfeer en betaalbare kaartjes.

Hmm, betaalbare kaartjes. Dat hoop ik ook maar ik vrees dat het alleen duurder zal worden helaas.

-Ja, dat denk ik ook ja.

Volg je festivals op sociale mediakanalen?

-Ja, op Instagram

Wat vind je er van een festival veel actief is op sociale media buiten het festivalseizoen om?

- op zich maakt dat mij weinig uit. Ik denk dat het na het festival wel leuk is om nog na te genieten en zodra de line-up bekend wordt gemaakt het leuk is om alvast in de stemming te komen.

Maar als zij bijvoorbeeld het festival in de zomer houden en ze posten iets in de winter. Wat vind je daarvan?

-Op zich vind ik het wel leuk om het gevoel van en rond het festival een beetje warm te houden, maar dan niet dat ze letterlijk iedere week posten ofzo. Gewoon eens in de zoveel tijd. Anders zou ik er ook voorbij gaan scrollen.

Vind je dat je betrokken blijf je na het festival?

- Ik kijk misschien nog wat video's terug, maar daar blijft het bij.

Oke, dit was het. Ik heb veel aan je gehad. Bedankt voor je tijd! En succes met je studie.

-Fijn dat ik je kon helpen, thanks!

INTERVIEW 8

Datum: 6 oktober 2022, om 19:00u

Locatie: Tilburg, fontys Stappegoor

E: Bedankt dat je tijd hebt vrijgemaakt voor dit interview.

M: Geen probleem. Ik ben blij dat ik je kan helpen aangezien het onderwerp mij ook veel interesseert.

E: Gelukkig. Hoe is het met je?

M: Heel goed, ik heb het op dit moment vrij druk met school maar ik ben wel met vette projecten bezig dus ik vind het vooral heel leuk!

E: Wat goed, hé vertel eens iets over jezelf.

E: Je houdt van festivals bezoeken, vertel eens?

M: Nou ik ga sinds 2016 eigenlijk al naar festivals dit is voor mij eigenlijk echt gewoon een uitlaatklep. Ik vind het echt gewoon fijn om iedere keer weer naar festivals te gaan en iedereen weer te zien die ik daar altijd zie. Met mijn eigen vriendengroep lekker feesten en nieuwe mensen leren kennen, genieten van de muziek met een drankje en lekker sfeertje.

E: En naar welke festivals ben je zoal geweest?

M: Ja wil je ze allemaal weten? Pfoeh, Intents, SupersizedKingsday, Dominator maar ook wat andere kleinere festivals bij ons in de buurt.

E: Van welk genre muziek houd je dan van?

M: Eigenlijk alle festivals waar ik heen ga zijn hardstyle maar ik ga de laatste tijd ook wel wat meer naar techno.

E: Oké en ben je ook wel eens bij een popfestival geweest of een ander genre?

M: Nee, daar zul je mij niet zo snel zien.

E: Kun je eens aangeven wat een festival voor jou nou echt speciaal maakt?

M: Nou ik denk toch wel de hele beleving, ik luister echt al super lang hardstyle en toen ik nog geen 18 was kon je nog helemaal niet naar een festival en zo'n soort dingen. Als je dan toch eindelijk 18 wordt en mag gaan, dat heeft mij echt omgetoverd tot een heel ander persoon haha. Alle nieuwe mensen die je daar leert kennen, ja dat is gewoon top. En zo'n leuk gevoel als je daar dan staat met een lekker biertje in je hand in het zonnetje. Ja, dat is echt geweldig.

E: Je zei iets over beleving, wat vind jij onder beleving vallen?

M: Ja de meeste mensen kijken daar niet echt naar hoe ik er naar kijk. Maar ik vind beleving echt als een festival het concept helemaal heeft uitgedacht gewoon van A tot Z zal ik maar zeggen. Een hele goede is bijvoorbeeld Intents, zij doen dat heet goed. Zij hebben niet afgelopen jaar, maar het jaar voor corona was hun thema all hero's unite ofzo iets was het. Ze zijn daarvoor letterlijk gewoon naar Amerika naar z'n Comicon gegaan om daar te kijken hoe alles daar echt is. Met al die superhelden enzo hebben ze ook allemaal superhelden bedacht, dus dat komt weer terug in de stages. Toen hadden ze per superheld een aparte steeds en ook alle foodarea's waren in superhelden thema. Dus dat vind ik belangrijk voor beleving. Maar ook van hoe je er naartoe gaat en hoe die dingen geregeld zijn. Hoe je als bezoeker eigenlijk alles van A tot Z meekrijgt.

E: En wat bedoel je met van A tot Z, wanneer is dat voor jou tiptop in orde?

M: Ja hoe ik er altijd naar kijk is zo'n organisatie die gaat van A tot Z helemaal na vanaf wanneer de bezoeker de tickets binnenkrijgt tot dat de bezoeker het festival verlaat en thuis een aftermovie en zo'n dingen. Dat vind ik gewoon heet belangrijk als een festival daar goed op inspeelt. Als ze bijvoorbeeld de setjes achteraf online zet, muzieklijsten maakt. Dat op festivalterreinen alles goed geregeld is qua eten, drinken en hygiëne. Plus ook het geluid en lichten.

E: Dus voor jou is een festival veel meer dan alleen de dag zelf?

M: Ja dat vind ik wel, zeker weten.

E: Kun je eens uitleggen wat je ervan vindt als een festival achteraf ook nog veel actief is op social media, wat vind je daarvan en wanneer houdt dit jou nog bezig?

M: Ja ik blijf sowieso altijd geïnteresseerd denk ik. Vooral als een festival, Intents en Wish Outdoor doen dat goed, ofja eigenlijk doen alle festivals dat tegenwoordig wel goed, dat is ook tijdens het evenement nog blijven te posten hoe het is en hoe de sfeer is. Maar daarna ook een aftermovie maken, dat is voor mij wel echt belangrijk. Want zo krijg je toch nog de herinnering van het evenement/festival.

E: Oké en wat is jouw voornaamste reden dat je naar een festival toegaat?

M: Mijn voornaamste reden, ja, ik denk toch dat superveel van mijn vrienden er ook heengaan. We gaan ook wel op stap en zulke dingen maar het meeste gaan we toch wel naar festivals toe de afgelopen tijd. Vooral na corona is die wil alleen maar groter geworden. Voor de rest is het gewoon de muziek, sfeer en de mensen om me heen.

E: En hoe belangrijk vind je het eten en drinken op een festival?

M: Dat vind ik belangrijk, ja ik moet heel eerlijk zeggen ik vind op festivals eten altijd veel te duur. Dus als ik naar een festival ga probeer ik vooraf gewoon zoveel mogelijk te eten. Zodat ik daarna niet zo veel meer hoeft te eten of gewoon wat simpels bestel. Maar ik vind het wel belangrijk dat er genoeg variatie is. Met alleen een friettent en hamburgertent lukt het vast ook wel maar vind het wel goed als er ook bijvoorbeeld noedels en apartere dingen te bestellen zijn.

E: Je zegt iets over de prijs, wat vind jij nou eigenlijk wat de maximale prijs per consumptie mag kosten?

M: Per bon bedoel je?

E: Ja inderdaad.

M: Ja wat ik ervoor overheb is eigenlijk maar €2,- maarja we moeten wel realistisch blijven in deze tijden. Daar zit het al gauw op €3,50 per munt. Maar ik vind het vooral een beetje belachelijk dat ze dan bijvoorbeeld voor een simpele tosti gewoon 2 munten vragen, zonder saus niks daar moet je dan weer extra voor betalen. Dat vind ik wel echt belachelijk maarja dat houd je toch niet tegen want ze weten dat ze het kunnen vragen, omdat je toch moet eten op een festival.

E: Ja begrijpelijk. Speelt het voor jou dan echt een rol als je vooraf al weet dat het muntje bijvoorbeeld €4,- kost, laat je je hierdoor tegenhouden?

M: Nee niet meer, ja in het begin was het wel ff een paar keer slikken zo van jezus wat is het duur geworden. Maarja nu weet ik gewoon dat het toch zo is en raak je er ook een soort van aan gewend. Kijk ik wil toch graag met een biertje in mijn hand staan dus dan laat ik me er niet meer door tegenhouden.

E: En in hoeverre speelt dan de ticketprijs voor jou een rol?

M: Wel een grote rol opzich. Ff een mooi voorbeeld om te geven, Supremacy was echt superduur vond ik €60-€70,- voor maar een dag. En dan verwacht je dat alles gewoon klopt en de beleving ook gewoon optimaal is maar dat was zo'n tegenvaller. Naar mijn mening was dit echt de slechtste editie tot nu toe. En dan vind ik dat veel geld, terwijl voor Intents weet ik gewoon dat dat goed zit dus dan heb ik dat er zeker voor over. Bijvoorbeeld decibel heb ik €80,- voor neergelegd voor een dag maar daar heb je volgens mij 14 stages, zoveel keuze super vette artiesten. Dan is dat voor mij gewoon prima. Het is maar net wat je voor je geld krijgt natuurlijk.

E: En laat je je wel eens tegenhouden door een te hoge ticketprijs?

M: Ja laatste tijd laat ik me er wel wat minder door tegenhouden, eerst had ik dat wel vaker. Vooral omdat ik ook student ben en niet alles zomaar betaald krijg. Maar de laatste tijd heb ik wel als ik gewoon wil gaan dan ga ik gewoon. Je hoeft ook niet zo super veel geld uit te geven als je dat niet wilt.

E: Begrijpelijk, bij Best Kept Secret kun je bijvoorbeeld in termijnen betalen wat vind je daarvan?

M: Oh serieus? Ik heb nog nooit bij een festival gehoord dat je zo kon betalen. Dat vind ik echt een hele goede toevoeging. Zou ik ook echt super vinden als meerdere festivals die optie zouden hebben.

E: Wat mag er volgens jou op een festival echt niet ontbreken?

M: Wat er echt niet mag ontbreken sowieso goed geluid, je kunt wel een goed festival met sterk concept hebben maar als je geluid slecht is dan gaat iedereen met dat gevoel naar huis. Voor mij gewoon een goede sterke line-up en goed geluid.

E: Je zegt dat line-up belangrijk is voor jou, wat voor rol speelt dat mee in de keuze om ergens heen te gaan?

M: Kijk je kan een line-up hebben met B-artiesten, maar het kan alsnog een super vet festival zijn. Maar als er grote namen erop staan dan trekt dan vooraf wel aan om erheen te gaan. Als ik heel erg fan van iemand ben

E: En wanneer is een feestje voor jou echt geslaagd?

M: Als alles meezit eigenlijk, leuke mensen om je heen, muziek is goed, lekker weer, lekker bier, geen lange rijen bij de bar. Dat is echt een hele belangrijke, niet lang hoeven wachten bij de bar. De

wc's moeten schoon zijn. Kijk dan mogen een van die dingen wel wat minder zijn, maar dan moet de rest dat wel compenseren.

E: Wat zou voor jou een sociaalpsychologische reden kunnen zijn?

M: Ja ik krijg op een festival echt een euforisch gevoel aangezien ik me dan zo verbonden voel met de rest om me heen. We staan er gewoon met z'n alle een feest van te maken en dat geeft mij zo'n fantastisch gevoel.

E: Wanneer begint voor jou het aankoopproces van een festival?

M: Ja dat ligt eraan, bij Intents hebben we bijvoorbeeld nu al kaartjes gehaald ook al is dat pas in juni/juli. Maar sommige festivals koop ik pas tickets 2 weken van tevoren voor, mits er nog kaartjes vrij zijn. Het liefst wil ik ze allemaal zo vroeg mogelijk hebben, maar zoveel festivals gaan tegelijk in de verkoop dat ik ze gewoon niet altijd allemaal tegelijk kan aanschaffen. Maar eigenlijk als ik een festival afloop weet ik dan al dat ik het jaar erop weer wil gaan, of juist niet natuurlijk.

E: Ja klinkt wel logisch inderdaad. Dus als je eenmaal een festival vet vindt wil je daarna weer opnieuw?

M: Ja dat zijn gewoon festivals die er altijd in blijven zitten. Dat heb ik niet per se bij alle maar ik weet het wel vaak direct daarna.

E: Kun je dan eens omschrijven hoe het proces er dan uit ziet als jij een festivalticket gaan aanschaffen, waar denk je het eerste aan en waar kijk je het eerste naar?

M: Ja tegenwoordig komen bij de meeste festivals de line-up pas veel later online dan de ticketverkoop dus dan hou ik daar geen rekening meer mee. Dat is dan wel lastig. Maar meestal kijk ik gewoon of er vrienden meewillen en wie ik ken die allemaal gaan. Vaak als het er maar een paar zijn dan koop ik het alsnog want dan kan ik het eventueel nog altijd verkopen. Dan doe ik dat liever dan dat ik zelf geen ticket heb.

E: Oké en als je voor de ticketverkoop in de wachtrij moet staan, houdt dit je dan misschien tegen?"

M: Nee eigenlijk totaal niet. Dat hoort eigenlijk wel een beetje erbij toch, de spanning of je nou wel of geen kaartje hebt maakt het juist wel speciaal vind ik. Dan zit je met 3 laptops open per persoon vol spanning te wachten, ja, dat hoort wel een beetje bij de ervaring.

E: Tot slot heb ik dan nog een vraag: in hoeverre blijf jij na het festival nog betrokken bij de organisatie?

M: Ik wel best wel erg, ik volg iedereen wel op Instagram en dan like ik eigenlijk ook bijna alle berichten die nog online komen. Het is dan gewoon tof om dan beelden terug te zien en setjes terug te luisteren dat brengt je dan echt weer terug op die dag.

E: Nou hartstikke bedankt in ieder geval voor je tijd en voor je antwoorden! Hier kan ik zeker verder mee aan de slag.

M: Ja hartstikke graag gedaan. Succes nog met je onderzoek!

E: Dankjewel.

INTERVIEW 9

Datum: 3 oktober 2022, 16:00u

Locatie: Tilburg

E: Oké de opname staat aan dus als jij er klaar voor bent dan gaan we beginnen.

Y: Ja helemaal goed, vraag maar raak.

E: Nou hoe is het met je?

Y: Ja goed he, lekker rustigaan.

E: Mooi, hé kun je eens iets over jezelf vertellen? Wie je bent, wat je doet?

E: Vertel eens, naar wat voor festivals ga je?

Y: Meer de hardere stijlen, dus hardcore en uptempo. Ook omdat de sfeer daar heel leuk is vind ik. Verder vind ik binnen festivals leuker dan buiten. Ja het is lastig te omschrijven maar ik voel dan meer groepsdynamiek, dan voel je je echt samen een ofzo. Je komt daar echt voor hetzelfde ding. Bij grotere festivals heb ik meer het idee dat mensen voor zichzelf komen. Meer aparte groepen die voor andere dingen komen, binnen voel je je echt 1 grote groep.

E: Je vertelt dus dat je die saamhorigheid zo leuk vindt, is dat dan ook je voornaamste reden dat je naar festivals gaat of hoe omschrijf jij jouw voornaamste reden?

Y: De voornaamste reden? Als er bijvoorbeeld een festival is waar ik de muziek heel leuk vind, maar ik weet dat de sfeer slecht is dan ga ik gewoon niet. Dus de sfeer en groepsdynamiek zeg maar dat vind ik eigenlijk het allerbelangrijkste. Al gaan wij vaak wel met één grote vriendengroep, dus dan maakt de rest eigenlijk niet zo heel veel uit. Maar toch merk je wel veel verschillen daar. En ja je gaat altijd met dezelfde vrienden die dezelfde muziek en zo leuk vinden. Zo zijn we ooit vrienden geworden omdat we dezelfde festivals leuk vonden. Alleen nou zijn er wel sommigen die een relatie hebben en die ze meenemen, die vinden nog niet altijd dezelfde muziek leuk maar zijn wel vaak meegegaan. Nu vinden ze het hierdoor inmiddels wel leuk omdat ze gewoon zijn meegegaan. En nou vind iedereen het leuk dus hebben we weer een grotere vriendengroep soort van haha.

E: Zou jij dat ook kunnen doen, meegaan met je vrienden naar een festival waar de muziek jou misschien niet per se aanspreekt, maar dat je alsnog meegaat? Of in hoeverre speelt de line-up een

Y: De line up speelt voor mij niet een hele grote rol, maar muziekgenre wel, want ik hou zelf helemaal niet van techno. Dus als die vriendengroep waarmee ik altijd naar festivals ga als die naar techno zouden gaan, zou ik niet meegaan. Omdat ik ook sowieso gewoon heel vaak met hen naar festivals ga, dus dan laat ik die wel even liggen.

E: Kun je Misschien aangeven wat festival voor jou nou echt speciaal maakt? Waarom kies je ervoor om naar bepaald festival te gaan?

Y: Nee, dat kan ik niet. Nee, nee, grapje. Ja toch weer de sfeer en de mensen dat het zoveel anders is dan op stap gaan, want op stap kan je een feestje bouwen, Maar het is daar zoveel anders. Dat ja grootser, maar ook zo mooi, want je kan ook een heel leuk festival achtig feest hebben met 1000 Mensen in plaats van 10.000 maar iedereen is gewoon één. Niemand die loopt de duwen of te vechten als je per ongeluk iemand aantikt dan is het gewoon lachen en meedansen en weinig gezeik. Dus voornamelijk de mensen en de sfeer.

E: Speelt voor jou de locatie of ligging dan ook een rol?

Y: Nou als er een vet festival een stukje verderop zou liggen zou me dat niet heel veel uitmaken. In Brabant liggen er alleen al zoveel festivals, door heel Nederland trouwens, dus dan als is zal maar zeggen helemaal in Amsterdam of Friesland ofzo is ja, dan laat ik die wel liggen. Dan ga ik daar niet helemaal heen omdat ik hier toch al genoeg in de buurt heb. Maar als bijvoorbeeld mijn vriendengroep zegt van dat is echt een speciaal festival wat een eindje verderop ligt dan zou ik daar opzich wel de reis voor over hebben.

E: Jij zegt dat er al veel hier in de buurt ligt, welke festivals ken je hier in de buurt allemaal? Hoeft niet per se te zijn waar je zelf heen bent geweest/

Y: Pfoeh ja daar vraag je me wat haha. Uhm Supremacy, Rebellion, of da gen nachtcollege ken ik. Wish outdoor, in Best heb je nog iets met Sensation van Snollebollekes als dat in festival is haha. Intents, Shockers, Gearbox, Defqon heb je volgensmij ook nog. Maar goed die ja. Oja en ploegendienst heb je ook nog. Dus ja ik ken eigenlijk vooral hardstyle festivals.

E: Ik heb je straks al een beetje verteld waarover ons onderzoek gaat en dat we het voor Best Kept Secret uitvoeren, je vertelde me dat je daar nog nooit van hebt gehoord. Het is wel in festival hier zo vlakbij, hoe denk je dat dat komt dat je het niet ken?

Y: Zal wel het best bewaarde geheim zijn denk ik. Haha nee grapje, hm hoe komt dat dat ik naar nog nooit van hebt gehoord. Ik weet niet welk genre is het?

E: Een beetje Indie, pop, folk en nog wat alternatieve stylen.

Y: Ja pop ofzo dat trekt mij eigenlijk echt niet. Techno zou ik wel nog willen proberen maar ik zou zelf nooit naar een pop iets heengaan. En het ding is mijn vrienden die gaan ook niet naar zoiets dus dan krijg ik het ook niet via via te horen. Ik denk dat dat toch nogal de snelste manier is waar je hoe je van festivals hoort, je vrienden die tegen jou zeggen van hé hier en hier is een festival, daar is festival, maar dat is met dit niet echt handig.

E: Oké duidelijk. Wanneer is een festival echt geslaagd voor jou?

Y: Ah dat is een goeie, het is alweer een tijdje geleden maar een festival is voor mij geslaagd als ik het jaar erop echt weer terug moet. Belangrijkste vind ik toch echt dat ook je vrienden die gaan een leuke tijd hebben gehad. Voor mij is de interactie met anderen die je niet kent ook heel belangrijk. Al sta je maar een keer met iemand te praten of te dansen of weet ik veel, dat vind ik ook belangrijk, dat maakt dan wel mijn dag of avond. Kijk een festival moet dan echt een wow factor hebben. Zo had mijn eerste festival echt een grote wow factor. Misschien kwam het wel omdat ik nog nooit bij een festival was geweest en ik nog nooit zoiets had meegemaakt. Daar gebeurde ook met lichtshows en zo zoveel dingen dat ik niet eens meer wist waar ik moest kijken. Dan is echt echt geslaagd voor mij.

E: Wat bedoel je precies met een wow factor? Kun je dat eens proberen wat uitgebreider te omschrijven?

Y: Ja veel dingen spelen daar eigenlijk wel in mee, de aankleding de muziek, de mensen, leuke sfeer, de rookmachines en het vuurwerk wat door de zaal heen schoot. Dat was echt een hele nieuwe ervaring voor mij.

E: Oké en in hoeverre speelt het eten en drinken voor jou een rol daar?

Y: Ja voor mij maakt dat niet zo heel veel uit, ik houd wel van zal maar zo zeggen vetzig eten haha. Dus al die gezonde zooi hoef ik niet. Maar vind het wel goed dat ze het hebben en aanbieden. Zolang het maar allemaal niet te lang duurt. En ja drinken hoeft voor mij ook niet zo speciaal ik denk ook niet dat, tenminste de mensen in mijn omgeving, per se staan te wachten op cocktails of zo'n dure grapjes. Zolang er gewoon alcohol, fris en water is ben ik tevreden/

E: Je zegt "duur grapje" hoeveel mag voor jou een consumptiebon kosten?

Y: Waar ik tot nu toe ben geweest, merk je eigenlijk dat overal een beetje hetzelfde is, belachelijk duur echt belachelijk duur. De muntjes zelf zijn niet eens zo belachelijk duur want €3,50 dat is in deze tijd wel een beetje normaal geworden. Maar hierdoor geef ik juist minder uit voor mijn gevoel. Als bijvoorbeeld de consumpties nou goedkoper zouden zijn dan zou ik veel meer kopen en minder op mijn geld letten en uiteindelijk meer uitgeven denk ik. En ik denk dat meer mensen dat wel zouden hebben maar ja ik snap ook wel dat dat misschien niet superrealistisch is nu.

E: En in hoeverre speelt de ticketprijs voor jou een rol?

Y: Nou, ja, dat is moeilijk te beantwoorden want het gaat om meerdere factoren bij mee. Als ik al veel tickets heb dan ga ik er niet nog eentje van €80,- kopen, maar als dat het eerste festival was geweest die ik wilde kopen dan had ik dat er misschien wel voor over gehad snap je? En bij mij ligt het er ook aan als heel mijn vriendengroep wilt gaan dan vind ik het niet erg om dat te betalen maar als we maar met een paar zijn vind ik dat wel jammerder. Omdat ik ook maar een student ben. Ook zo'n meerdaags festival en alles wat daarbij komt kijken, alles is daar zo duur wat je in een zo'n weekend op maakt dat vind ik echt niet normaal. Dat kan wel een reden zijn om niet te gaan ja. Dan ga ik liever een dag in plaats van op de camping.

E: Dus als ik het goed begrijp ga je liever niet op een camping?

Y: Ja ik ben nog nooit naar een weekend festival geweest eigenlijk. Wil ik wel nog ooit een keer doen puur om h   bij zijn is meemaken toch. Puur voor de ervaring en ja, er komen dan veel kosten bij kijken. Maar buiten de kosten denk ik dat ik sowieso een dag wel genoeg vind.

E: Aha nu haak ik even aan op het onderwerp tickets kopen. Wanneer begint dat voor jou, het aankoopproces van een festival? Dat je je op dat moment bedenkt van volgend jaar of dan en dan wil ik daarheen?

Y: Ligt eraan, bij supremacy is nu net voorbij en ik weet nu al dat ik volgend jaar weer ga. Kijk mijn vrienden gaan dan dus dan moet ik daar weer bij zijn. Dat is zo'n bijzonder festival voor mij. Maar bij andere festivals heb ik dat niet zo erg, daar plan ik niet zo vooruit. Maar de echte keuze komt dan wanneer we het er met vrienden over hebben. Dan ga ik kijken van wanneer is het? Kan ik dan? Kan ik het geld kwijt hieraan, meestal wel. En dan beslissen. Eerst eens kijken wie er allemaal gaan, want als er maar drie kunnen of zo gaan we waarschijnlijk niet. Maar als we met meerdere zijn bestellen we ze gewoon.

E: Wat je nu beschrijft was eigenlijk al mijn volgende vraag haha. Maar wat is voor jou dan de doorslag?

Y: De beslissing of ik wel of niet ga, ja, meestal of we met genoeg zijn en of ik die periode nog meer festivals heb staan. Want ik wil niet elke week naar een festival dan is het niet meer zo bijzonder op een gegeven moment. En ja, dat vooral.

E: Je vertelt veel en heel enthousiast over Supremacy, volg je hen dan ook daarna nog op social media bijvoorbeeld?

Y: Helemaal niet, eigenlijk. Ik zie daar wel ooit iets van voorbij komen na het festival vooral/ TikTok filmpjes van mensen die er zijn geweest en dan voornamelijk gewoon bezoekers. Omdat hé? Dat algoritme kennen we allemaal dat werkt gewoon super, ik kijk een keer lang naar een filmpje van Supremacy en vervolgens staat heel mijn pagina hiermee vol. Maar verder vanuit de organisatie zelf volg ik niks en krijg ik eigenlijk ook niet veel mee. Behalve af en toe een ongewenst mailtje in de mailbox haha. Maar dan kijk ik verder niet na want ik heb dan toch al besloten of ik wel of niet ga. Daar heb ik echt geen reclame voor nodig. Dat heeft op mij weinig invloed.

E: Dus dat maakt voor jou niets meer uit wat ze posten?

Y: Dat denk ik niet nee. Het enige wat ik doe is ik kijk op de line-up en zo. Maar dan ga ik het specifiek opzoeken en that's it eigenlijk wel.

E: Wat grappig, dat je daar zo weinig mee bezig bent dan.

Y: Ja ik weet het niet ik vind de dag zelf gewoon prima haha.

E: Oke ja prima toch. Dit waren eigenlijk wel al mijn vragen. Heb je zelf misschien nog een toevoeging?

Y: Nee dit was 'm wel denk ik haha. Succes verder.

E: Ja jij hartstikke bedankt in ieder geval! Doei

Y: Geen probleem, houdoe!

BIJLAGE 2: CODERING

OPEN CODEREN

Coderen interviews								
Interview 1	Interview 2	Interview 3	Interview 4	Interview 5	Interview 6	Interview 7	Interview 8	Interview 9
Muziek luisteren	1 keer naar festival geweest	25 jaar	19 jaar	20 jaar	19 jaar	24 jaar	23 jaar	21 jaar
Ontspanning	Vrienden gaan niet	Man	Druk	Tilburg en Hilvarenbeek	Pop	Tilburg	Hardstyle	Hardstyle
Trendy muziek	Ticketverkoop in de gaten houden	Docent	Geen vrienden om mee te gaan	Hardstyle festivals	Solar	Alternatieve muziek	Uitlaatklep	Sfeer
Antoon	Net als bij concerten	BKS bezoeker	Dutch Design Week	Techno/house	Eerste festival	Gezelligheid	Al 6 jaar festivals	Binnenfestivals
New Rules	Tomorrowland	Muziek ontdekken	Vrije dag	Vaste vriendengroep	Camping	Samenhorigheid	Nieuwe mensen leren kennen	Groepsdynamiek
Concerten bezoeken	Niet bekend met festivals	Locatie belangrijk	Prijs	Line up onbelangrijk	Mensen leren kennen	Line up belangrijk	Muziek	Groepsgevoel
Promsfestival	Aansluiting zoeken bij andere	Locatie vakantie	Goede artiesten	Bereikbaar ov	Chill stemming	Vriendengroep	Drinken	Muziek
Sfeer	Pinkpop lijkt leuk	Niet tevreden Recycle muntje	Genoeg activiteiten	Formule 1	Gezelligheid	Goed bereikbaar met ov	Brabant festivals	Vriendengroep
Gezellig	Musiekmaak pop	Bks groepsapp	Foodstands	Instagram	Hiphop	Liefst op de fiets	Beleving	Line up geen rol
Niks van de rest aantrekken	Kent BKS van naam	Zit klaar ticketverkoop	Beschikbaarheid vrienden	Ticketswap	Te laat voor verkoop	Vega opties	Concept	Genre
Vriendelijk	Mysterieus	Gezelligheid	Veel substituten voor dat bedrag	BKS bezocht	Nieuwsbrief	Niet te duur	van A tot Z geregeld	Wat de rest doet
Rekening met elkaar houden	Maakt het interessant	Zomer	Ekeling	Gratis kaartjes	Ziet en hoort het van anderen	Rustige plek	Goed uitgedacht	Groots
Gesprekken met onbekende	Alternatieve mensen	Line up belangrijk	Wellness	Niet zijn ding	Sfeerbeelden	Volgt festivals op Bks	Thema	Geen ruzies
Wish	Breed publiek	Sfeer belangrijker	Goedkoop	BKS trekt niet aan	Line-up belangrijk	Muzikaal	Social media	Vooraf in Brabant
Vrienden vragen die gaan	Met vrienden	Sfeer beelden	Zin	Eindshows	Vrienden meevragen	Druk	Aftermovie	Locatie toegankelijk
Prijs checken	Nieuwe mensen ontmoeten	Veel Belgen op BKS	Verlaafd aan marketing	Vuurwerk	Niet alleen gaan	Minder	TikTok	In de buurt
Voorver last minute	Gezelligheid	niet zien en gezien worden sfeer	Vormgeving	Thuis/ onderweg indrinken	Aankleding stages	Normaal weekendticket	Vrienden die gaan	Onbekend met BKS
Recaps op social media	Genieten	Relaxte omgeving	Mooi samenhangend geheel	Minder drinken op festival	Thema pluspunt	Ticketswap	Alles is duur	Interactie
Betrokkenheid online	Als student heel duur	Dure gelegenheid	Gezellig	Makkelijk beïnvloedbaar door vrienden	Niet met het OV	Warm houden	Prijs maakt daardoor niet uit	Nieuwe mensen
Geen spam	Kampeerplek duur	Heeft het ervoor over	verschillende tentjes	Festivalgevoel door goede henneringen	Krijgt er energie van	videos terugkijken	Prijs laat hem niet tegenhouden	Wow factor
Prijs verschilt per keer	Line-up wel belangrijk	Verdiend genoeg	Meet & Greet		Eten belangrijk	doorscrollen spam social mediakanalen	Goed geluid	Show/stage
Eten en bier	Bereikbaarheid	250 max voor weekendticket	Ballenbak		Entertainment over het festival	5de editie	Line-up geen prioriteit	Breed aanbod eten/drinken
Vette hap	Maximaal 100 euro	BKS was een verrassing	Glijbaan		Duur	Makkelijk beïnvloedbaar door vrienden	Geen ruzen bij de wc's	Ticketprijs wisselend
Niet dunder dan op stap	Met weekend 200 euro	Enthousiast over Bks	verschillende muzieksorten		Kijkt niet om naar geld		Geen ruzen bij de barren	Consumptieprijs overall duur
3,50 voor bier maximaal	BKS echt duur voor een dag		Persoonlijk		Niet zo gauw naar onbekend		Goede faciliteiten	Beslissingen:
BKS te duur	Drinken niet zo belangrijk		Ontdekken		Ticketmelding		Verbodenheid	Datums
Bekende artiesten leuk	Eten hoeft niet te bijzonder		kledingstent		Alles goed geregeld		Volgen op social media	Genoeg geld
Goede bereikbaarheid	Goed geregeld		Magisch		Organisatie moet luisteren		Setjes terugluisteren	Genoeg vrienden
Onvergetelijke ervaring	Moet goed geluid zijn		Geen Nederlandse muziek		Wc ruzen		Foto's terugkijken	Volgt geen social media
Veranderen en nieuw blijven	Terugkijken met leuk gevoel		chille muziek		Social media terugkijken		Festivalgevoel door beelden	TikTok bij anderen
	Social media soms spam		170 Euro te duur		Videos brengen het gevoel terug			Algoritme
	Recaps niet interessant		beleving		TikTok van anderen			Online website
	Op tijd artiesten announcement		Line-up maakt niet uit		Staat open voor nieuwe festivals			Aftermovie
	Informatie geven		Genoeg behoefte					
	Lekker bier		Ligt aan tijd en datum					
			Ontdekken					
			Goede vibe					
			Jezelf zijn					
			Drankjes mag duurder zijn					
			Kwaliteit moet wel goed					
			Niet te veel over geld nadenken					
			hogere sociale klasse					
			Nieuwe beleving elk jaar					
			Geen sociale media					
			Vroeg aankondigen					
			Best ver voor leuk festival					
			Security belangrijk					
			Niet te dronken					

AXIAAL CODEREN

Fase 1:

Kleurcodes	Coderen interviews	Interview 2	Interview 3	Interview 4	Interview 5	Interview 6	Interview 7	Interview 8	Interview 9
Push motieven	Interview 1	1 keer naar festival geweest	25 jaar	Druk	20 jaar	19 jaar	24 jaar	23 jaar	21 jaar
Pull motieven	Ontspanning	Vrienden gaan niet	Man	Druk	Tilburg en Hilvarenbeek	Pop	Tilburg	Hardstyle	Hardstyle
Sociale motieven	Trendy muziek	Ticketverkoop in de gaten houden	Docent	Geen vrienden om mee te gaan	Hardstyle festivals	Solar	Alternatieve muziek	Uitlaatklep	Sfeer
Culturele motieven	Antoon	Net als bij concerten	BKS bezoeker	Dutch Design Week	Techno/house	Eerste festival	Gezelligheid	Al 6 jaar festivals	Binnenfestivals
Bewustwording	New Rules	Tomorrowland	Muziek ontdekken	Vrije dag	Vaste vriendengroep	Camping	Samenhorigheid	Nieuwe mensen leren kennen	Groepsdynamiek
Overweging	Concerten bezoeken	Niet bekend met festivals	Locatie belangrijk	Prijs	Line up onbelangrijk	Mensen leren kennen	Line up belangrijk	Muziek	Groepsgevoel
Aankoop	Promsfestival	Aansluiting zoeken bij andere	Locatie vakantie	Goede artiesten	Bereikbaar ov	Chill stemming	Vriendengroep	Drinken	Muziek
Herhalingsaankoop	Sfeer	Pinkpop lijkt leuk	Niet tevreden Recycle muntje	Genoeg activiteiten	Formule 1	Gezelligheid	Goed bereikbaar met ov	Brabant festivals	Vriendengroep
Loyaliteit	Gezellig	Musiekmaak pop	Bks groepsapp	Foodstands	Instagram	Hiphop	Liefst op de fiets	Beleving	Line up geen rol
Informatie	Niks van de rest aantrekken	Kent BKS van naam	Zit klaar ticketverkoop	Beschikbaarheid vrienden	Ticketswap	Te laat voor verkoop	Vega opties	Concept	Genre
	Vriendelijk	Mysterieus	Gezelligheid	Veel substituten voor dat bedrag	BKS bezocht	Nieuwsbrief	Niet te duur	van A tot Z geregeld	Wat de rest doet
	Rekening met elkaar houden	Maakt het interessant	Zomer	Ekeling	Ziet en hoort het van anderen	Rustige plek	Goed uitgedacht	Groots	
	Gesprekken met onbekende	Alternatieve mensen	Line up belangrijk	Wellness	Niet zijn ding	Sfeerbeelden	Volgt festivals op social media	Thema	Geen ruzies
	Wish	Breed publiek	Sfeer belangrijker	Goedkoop	BKS trekt niet aan	Line-up belangrijk	Muzikaal	Social media	Vooraf in Brabant
	Vrienden vragen die gaan	Met vrienden	Sfeer beelden	Zin	Eindshows	Vrienden meevragen	Druk	Aftermovie	Locatie toegankelijk
	Prijs checken	Nieuwe mensen ontmoeten	Veel Belgen op BKS	Verlaafd aan marketing	Vuurwerk	Niet alleen gaan	Minder drinken op duur festival	TikTok	In de buurt
	Voorver last minute	Gezelligheid	niet zien en gezien worden sfeer	Vormgeving	Thuis/ onderweg indrinken	Aankleding stages	Normaal weekendticket	Vrienden die gaan	Onbekend met BKS
	Recaps op social media	Genieten	Relaxte omgeving	Mooi samenhangend geheel	Minder drinken op festival	Thema pluspunt	Ticketswap	Alles is duur	Interactie
	Betrokkenheid online	Als student heel duur	Dure gelegenheid	Gezellig	Makkelijk beïnvloedbaar door vrienden	Niet met het OV	Warm houden	Prijs maakt daardoor niet uit	Nieuwe mensen
	Geen spam	Kampeerplek duur	Heeft het ervoor over	verschillende tentjes	Festivalgevoel door goede henneringen	Krijgt er energie van	videos terugkijken	Prijs laat hem niet tegenhouden	Wow factor
	Prijs verschilt per keer	Line-up wel belangrijk	Verdiend genoeg	Meet & Greet		Eten belangrijk	doorscrollen spam social mediakanalen	Goed geluid	Show/stage
	Eten en bier	Bereikbaarheid	250 max voor weekendticket	Ballenbak		Entertainment over het festival	5de editie	Line-up geen prioriteit	Breed aanbod eten/drinken
	Vette hap	Maximaal 100 euro	BKS was een verrassing	Glijbaan		Duur	Geen ruzen bij de wc's	Ticketprijs wisselend	
	Niet dunder dan op stap	Met weekend 200 euro	Enthousiast over Bks	verschillende muzieksorten		Kijkt niet om naar geld	Geen ruzen bij de barren	Consumptieprijs overall duur	
	3,50 voor bier maximaal	BKS echt duur voor een dag		Persoonlijk		Niet zo gauw naar onbekend	Goede faciliteiten	Beslissingen:	
	BKS te duur	Drinken niet zo belangrijk		Ontdekken		Ticketmelding	Verbodenheid	Datums	
	Bekende artiesten leuk	Eten hoeft niet te bijzonder		kledingstent		Alles goed geregeld	Volgen op social media	Genoeg geld	
	Goede bereikbaarheid	Goed geregeld		Magisch		Organisatie moet luisteren	Setjes terugkijken	Genoeg vrienden	
	Onvergetelijke ervaring	Moet goed geluid zijn		Geen Nederlandse muziek		Wc ruzen	Foto's terugkijken	Volgt geen social media	
	Veranderen en nieuw blijven	Terugkijken met leuk gevoel		chille muziek		Social media terugkijken	Festivalgevoel door beelden	TikTok bij anderen	
		Social media soms spam		170 Euro te duur		Videos brengen het gevoel terug		Algoritme	
		Recaps niet interessant		beleving		TikTok van anderen		Online website	
		Op tijd artiesten announcement		Line-up maakt niet uit		Staat open voor nieuwe festivals		Aftermovie	
		Informatie geven		Genoeg behoefte					
		Lekker bier		Ligt aan tijd en datum					
			Ontdekken						
			Goede vibe						
			Jezelf zijn						
			Drankjes mag duurder zijn						
			Kwaliteit moet wel goed						
			Niet te veel over geld nadenken						
			hogere sociale klasse						
			Nieuwe beleving elk jaar						
			Geen sociale media						
			Vroeg aankondigen						
			Best ver voor leuk festival						
			Security belangrijk						
			Niet te dronken						

Fase 2:

[illegible]