

PUBLIEKSONDERZOEK

Blue Note Festival 2004

Inhoud

1. Verdeling respondenten	2
2. Beschrijving van het Blue Note Festivalpubliek	3
2.1. Leeftijd	3
2.2. Regio	4
2.3. Bezoekerstrouw	5
3. De mening van dit publiek over het Blue Note Festival	6
3.1. Redactionele aandacht voor het festival	6
3.2. Appreciatie van de grafische vormgeving van de reclame voor het Blue Note Festival	7
3.3. Evaluatie van het festival zelf	9
3.3.1. <i>Concept</i>	9
3.3.2. <i>Productie</i>	11
4. Algemene conclusie	14

1. Verdeling respondenten

Er waren in totaal 337 respondenten (N = 337). De enquêtes zijn afgenomen van 16 tot en met 18 juli, en van 23 tot en met 25 juli, telkens vrijdag, zaterdag en zondag. Op donderdag 15 juli zijn er geen enquêtes afgenomen gezien de eigen aard van de openingsavond.

Volgende tabel geeft een overzicht van het **aantal respondenten per dag**.

	Aantal	Percentage	Frequentie	Cumulatief percentage
vrijdag 16 juli 2004	43	12,8	12,8	12,8
zaterdag 17 juli 2004	58	17,2	17,2	30
zondag 18 juli 2004	62	18,4	18,4	48,4
vrijdag 23 juli 2004	62	18,4	18,4	66,8
zaterdag 24 juli 2004	57	16,9	16,9	83,7
zondag 25 juli 2004	55	16,3	16,3	100
Totaal	337	100	100	

tabel 1: Verdeling van het publiek van het Blue Note Festival 2004 per festivaldag

Binnen de steekproef zien we een verhouding van 54,9% mannen en 45,1% vrouwen. Dit is niet de verhouding van onze populatie! Er is immers geselecteerd op basis van geslacht en daarbinnen gerandomiseerd. Bij het Blue Note Festivalpubliek zijn de mannen in praktijk meer in het overwicht.

Door het ontbreken van een steekproefkader is er geen absolute randomisering. De enquêteurs spraken op vaste plaatsen op het terrein mensen aan. Er is hen wel gevraagd bezoekers met VIP-badge eerder te mijden aangezien die op uitnodiging komen en dus niet representatief zijn voor onze bezoekers.

Volgende tabel geeft een overzicht van het **geslacht van de respondenten**.

	Aantal	Procent
man	185	54,9
vrouw	152	45,1
Totaal	337	100

tabel 2: Verdeling naar geslacht van het publiek van het Blue Note Festival

2. Beschrijving van het Blue Note Festival-publiek

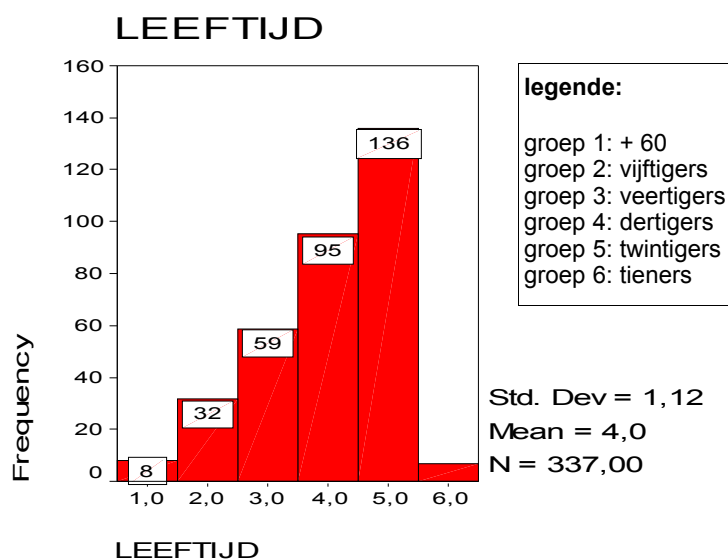
2.1. Leeftijd

De gemiddelde leeftijd van ons publiek is 35 jaar. De twintigers zijn met 40,4% veruit het best vertegenwoordigd. Van de bezoekers is 76,9% tussen de 18 en 44 jaar oud.

	Frequentie	Procent	Cumulatief Percentage
+ 60 j	8	2,4	2,4
50 - 60 j	32	9,5	11,9
40 - 50 j	59	17,5	29,4
30 - 40 j	95	28,2	57,6
20 - 30 j	136	40,4	97,9
< 20 j	7	2,1	100,0
Totaal	337	100,0	

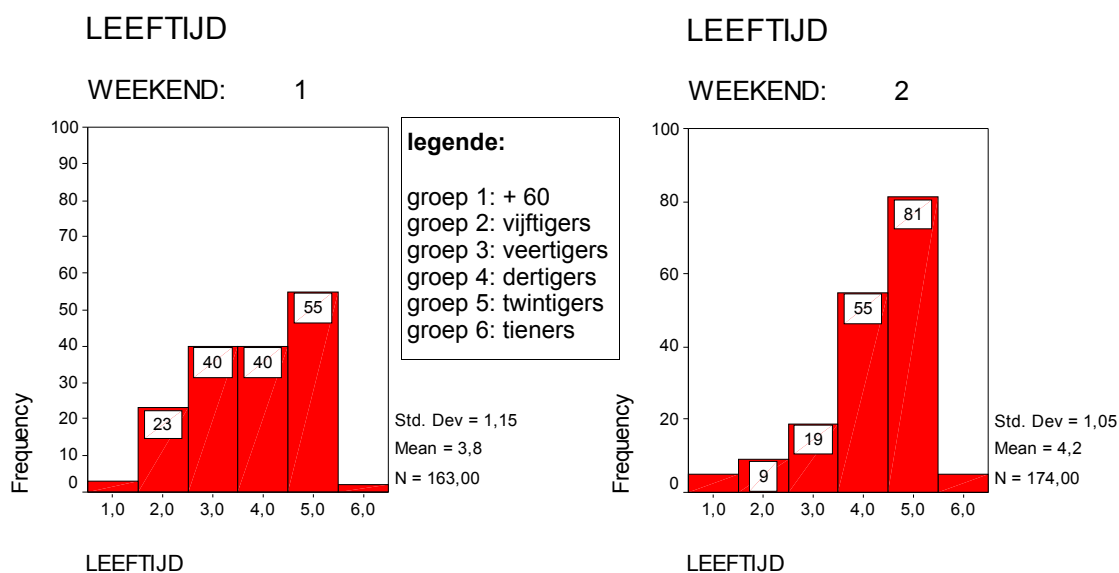
tabel 3: Verdeling van het publiek van het BNF 2004 naar leeftijd

Het publiek van het tweede weekend is, zoals verwacht kon worden, gemiddeld jonger en homogener in leeftijd dan het publiek van het eerste weekend.



grafiek 1: Leeftijdsverdeling van de bezoekers van het Blue Note Festival

De verschillen in leeftijd tussen de bezoekers van de twee weekends worden duidelijk in de volgende twee grafieken. We zien dat in het tweede weekend de groep van veertigers en vijftigers ten opzichte van het eerste weekend gehalveerd wordt. Het tweede weekend heeft een zeer duidelijk zwaartepunt bij de twintigers en dertigers. Het eerste weekend daarentegen heeft een breder publiek waarin ook veertigers en zelfs vijftigers sterk vertegenwoordigd zijn. Het is opvallend dat in beide weekends de jongere groepen beter vertegenwoordigd zijn.



grafiek 2: Vergelijking van de leeftijdsgroepen eerste weekend en tweede weekend

2.2. Regio

Ongeveer 85% van de bezoekers van het Blue Note Festival komt uit Vlaanderen en 37,8% uit Gent en de randgemeenten. 6,2% van de bezoekers komt uit het buitenland.

	Frequentie	Percentage	Cumulatief Percentage
Vlaanderen	286	84,9	84,9
Brussel	24	7,1	92
Wallonië	6	1,8	93,8
Buitenland	21	6,2	100
Totaal	337	100	

tabel 4: Verdeling van de bezoekers van het Blue Note Festival naar gewest (woonplaats)

2.3. Bezoekerstrouw

De bezoekers zijn duidelijk tevreden over het Blue Note Festival en komen ook graag terug. Van de huidige bezoekers heeft 17,6% de drie edities meegemaakt. Dit wil zeggen dat 28% van de bezoekers die het eerste jaar het festival bezochten ook de tweede en derde editie bijwoonden.

Van de bezoekers die in 2003 voor het eerst naar het Blue Note Festival kwamen, mochten het Blue Note Festival 26,8% dit jaar opnieuw verwelkomen.

In 2004 trok het Blue Note Festival, mede dankzij een opvallend sterk programma en brede mediacampagne 56% nieuwe bezoekers aan. Het totale bezoekersaantal stijgt ook gestaag. In tabel 5 ziet u dat in 2004 het bezoekersaantal steeg terwijl er één festivaldag minder was.

EDITIE	BEZOEKERSAANTAL	AANTAL FESTIVALDAGEN
2002	11.000	6
2003	17.000	8
2004	17.500	7

tabel 5: Overzicht van de bezoekersaantallen per editie

“Hoeveel keer heeft u het Blue Note Festival bezocht?”

	Frequentie	Percentage	Cumulatief Percentage
een keer	188	56	56
twee keer	89	26,5	82,4
drie keer	59	17,6	100
Totaal	336	100	

tabel 6: bezoekerstrouw Blue Note Festival

3. De mening van dit publiek over het Blue Note Festival

3.1. Redactionele aandacht voor het festival

De vraag die we de respondenten voorlegden was:

“Vindt u dat er voor het Blue Note Festival...

te weinig (1)

eerder weinig (2)

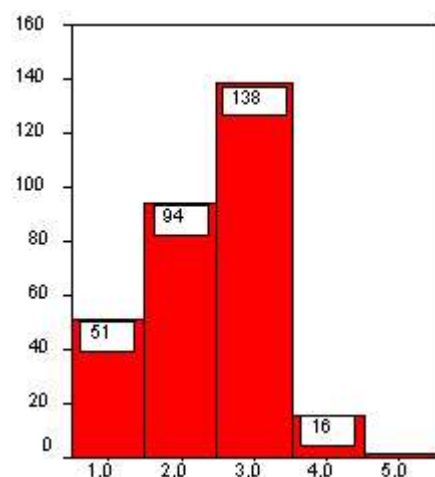
voldoende (3)

eerder veel (4)

te veel (5)

...redactionele aandacht (artikels, reportages over muzikanten of festival) is?

De categorie ‘geen mening’ werd als ‘missing value’ gehercodeerd bij het berekenen van gemiddelden. Vandaar dat de totalen hieronder minder zijn dan het totaal aantal ondervraagden van 377.



grafiek 3: evaluatie hoeveelheid redactionele aandacht

We merken dat de bezoekers vinden dat het Blue Note Festival meer redactionele aandacht mag krijgen (gemiddelde = 2,4). Bijna de helft van de respondenten heeft de indruk dat er voldoende redactionele aandacht voor het festival is. Een voor ons verbazende vaststelling gezien de toch ruime en gespreide belangstelling die de geschreven en audiovisuele media sinds de eerste editie aan het festival besteedden.

3.2. Appreciatie van de grafische vormgeving van de reclame voor het Blue Note Festival

We vroegen onze bezoekers om een aantal reclame-uitingen een score te geven.

De antwoordcategorieën waren:

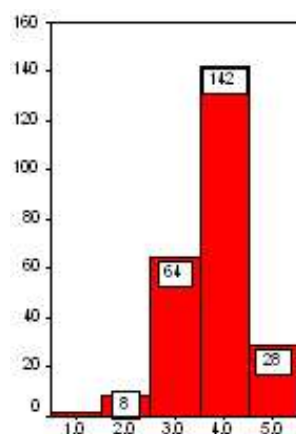
- slecht (1)*
- eerder slecht (2)*
- neutraal (3)*
- eerder aantrekkelijk (4)*
- zeer aantrekkelijk (5)*

De categorie 'geen mening' werd als 'missing value' gehercodeerd bij het berekenen van gemiddelden. Vandaar dat de totalen hieronder minder zijn dan het totaal aantal ondervraagden van 377.

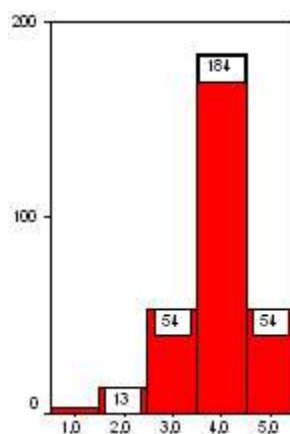
De **reclame in gedrukte media** krijgt een gemiddelde score van 3,8 op 5 (grafiek 4). Dit is een hoge quotering aangezien het hier gaat om reclameboodschappen in dag- en weekbladen. Ongevraagde reclame dus die daardoor snel wrevel opwekt indien ze niet aantrekkelijk is.

De **affiches** krijgen een beoordeling van 3,9 op 5. We zien hier dat 74,8% de festivalaffiche editie 2004 aantrekkelijk vindt.

De reclame in gedrukte media en affichebeelden zijn met andere woorden een absolute voltreffer. Onderzoek heeft aangetoond dat 'ad-likeability' een goede voorspeller is voor de efficiëntie van een advertentie. Dit wil zeggen dat een affiche die de doelgroep aantrekkelijk vindt beter wordt bekeken én onthouden.



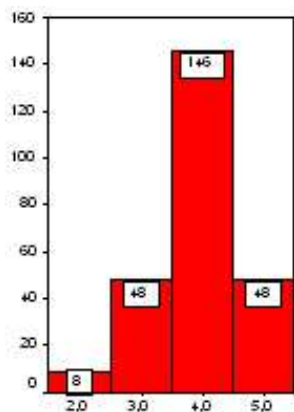
grafiek 4: ad-likeability advertenties in printmedia



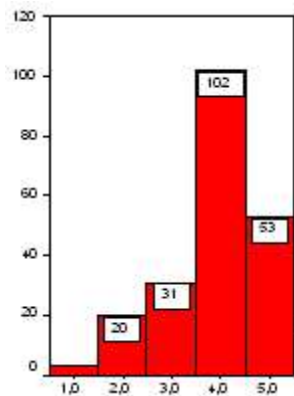
grafiek 5: aantrekkelijkheid affiches

Folders en website krijgen ook een gemiddelde score van 3,9 op 5, al is de spreiding bij de website iets hoger dan bij de folders wat er op wijst dat de meningen extremer en verdeeld zijn.

Deze positieve beoordelingen geven aan dat we er in slagen om een grafische stijl te ontwikkelen die zowel jong als oud aanspreekt en die nagenoeg alle bezoekers aantrekkelijk vinden.



grafiek 6: aantrekkelijkheid folder



grafiek 7: aantrekkelijkheid website

3.3. Evaluatie van het festival zelf

Ook hier werd gebruik gemaakt van een Likertschaal met de antwoordmogelijkheden: slecht (1) – eerder slecht (2) – neutraal (3) – eerder goed (4) – goed (5) – geen mening (6)

3.3.1. Concept

De eerste vier vragen in deze categorie hebben betrekking op het concept van het festival en niet zozeer op de uitwerking ervan. Op alle vier de vragen scoort het festival zeer goed met een tevredenheid van om en bij de 80%. Als tevreden bezoekers beschouwen wij iedereen die een score beter dan neutraal toekent.

87,2% vindt het concept met twee weekends met een eigen stijl ‘eerder goed’ of ‘goed’. Minder dan 4% vindt dat dit concept niet goed is. 72,8% geeft hiervoor zelfs de hoogste score, een duidelijk teken dat de ingeslagen weg verder moet bewandeld worden.

“Wat vindt u van het concept met twee weekends met telkens een eigen stijl?”

	Frequentie	Geldig Percentage	Cumulatief Percentage
slecht	3	0,9	0,9
eerder slecht	10	3	3,9
neutraal	20	6	9,9
eerder goed	48	14,4	24,3
goed	243	72,8	97
geen mening	10	3	100
Totaal	334	100	

tabel 7: evaluatie concept met twee verschillende weekends

Meer dan 80% steunt het concept van drie concerten per dag. Van de bezoekers die 3 concerten per dag te weinig vinden, verkiezen de meesten ook meerdere podia. (zie volgende vraag)

Dit leidt tot een concept waarbij de bezoekers uit een groot aanbod zelf een keuze maken en dus niet alle groepen kunnen zien die geprogrammeerd staan. Deze formule wordt momenteel door de meeste popfestivals toegepast maar is voorlopig dus niet de aangewezen weg voor het Blue Note Festival.

“Vindt u drie concerten per dag... ? ” (slechts 4 antwoorden mogelijk ipv 6)

	Frequentie	Geldig Percentage	Cumulatief Percentage
te weinig	39	11,7	11,7
goed	270	80,8	92,5
te veel	21	6,3	98,8
geen mening	4	1,2	100,0
Totaal	334	100,0	

tabel 8: evaluatie aantal concerten per dag

De keuze van de organisatie om het Blue Note Festival te beperken tot één podium wordt door 77,4% van de bezoekers gesteund. In elk geval is twee podia voor iedereen het maximum. Het festival biedt overigens nog enkele gratis podia aan op andere locaties en uren. Daar staan jong talent en minder toegankelijke groepen geprogrammeerd.

“Verkiest u één of meerdere podia?”

	Frequentie	Percentage
één podium	261	77,4
meerdere podia	64	19
geen mening	12	3,6
Totaal	337	100

tabel 9: aantal gewenste podia op het Blue Note Festival

“Vindt u het aanvangsuur van de concerten?”

	Frequentie	Percentage
veel te vroeg	7	2,1
eerder vroeg	63	18,7
goed	232	68,8
vrij laat	29	8,6
te laat	5	1,5
geen mening	1	0,3
Totaal	337	100

tabel 10: aanvangsuur concerten Blue Note Festival

Uit tabel 10 blijkt dat de festivalbezoekers het aanvangsuur goed tot eerder vroeg vinden. Gezien het aantal concerten en de benodigde tijd voor de podiumwissels is dit echter moeilijk te vermijden zonder het concept in sterke mate aan te passen. Toch moet er over gewaakt worden dat de concerten niet nog vroeger beginnen. Tenzij er naar een volledige festivaldag zou gewerkt worden, maar dat is een zeer drastische stap die momenteel niet wenselijk lijkt, zeker gezien de resultaten uit tabel 8.

3.3.2. Productie

Volgende vragen hebben betrekking op de concrete uitwerking van het festival en de klantvriendelijkheid.

De sfeer op het Blue Note Festival is uniek. Het culturele kader van de setting met fantastische gevels en binnentuinen. Een ontspannen, sfeervol festival dat tot in de puntjes verzorgd is en waar iedereen zich thuis kan voelen. De bezoekers kunnen die sfeer blijkbaar ook sterk appreciëren. Dankzij de inzet van de medewerkers en partners geeft 90,2% van de bezoekers aan dat ze de sfeer op het festival goed (39,5%) tot zeer goed (50,9%) vindt.

“Vindt u de sfeer op BNF...?”

	Frequentie	Percentage
slecht	2	0,6
neutraal	22	6,5
goed	132	39,3
zeer goed	171	50,9
geen mening	9	2,7
Totaal	336	100

tabel 11: evaluatie sfeer op Blue Note Festival 2004

Ook de ontvangst krijgt met 79% tevreden bezoekers een vrij goede score. We moeten er rekening mee houden dat de controlesystemen aan de deur noodzakelijk zijn maar ook wrevel opwekken. Er is hier een grote marge voor verbetering (32,2% vindt de ontvangst zeer goed tegenover 50,9% die de sfeer zeer goed vindt) maar dit facet van het festival zal altijd een zwakkere schakel zijn naar tevredenheid toe.

“Vindt u de ontvangst op BNF...”

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	zeer slecht	1	,3	,3	,3
	slecht	5	1,5	1,5	1,8
	neutraal	59	17,5	17,5	19,3
	goed	157	46,6	46,6	65,9
	zeer goed	109	32,3	32,3	98,2
	geen mening	6	1,8	1,8	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

tabel 12: evaluatie ontvangst op Blue Note Festival

Het Blue Note Festival investeert sterk in kwaliteit. Zeker op vlak van klank en artiesten. Ook het publiek merkt dit. Naast de zeer hoge tevredenheid over de sfeer en de positieve vergelijking met andere festivals geeft 49,9% aan dat de klankkwaliteit zeer goed is. Van 39,5% van de bezoekers krijgt de klankkwaliteit het label 'goed'. Dit is een erg hoge score. De weinige minder positieve reacties komen van bezoekers uit het tweede weekend.

“Vindt u de klankkwaliteit op BNF...?”

	Frequentie	Percentage
zeer slecht	1	0,3
slecht	3	0,9
neutraal	10	3
goed	133	39,5
zeer goed	168	49,9
geen mening	22	6,5
Totaal	337	100

tabel 14: evaluatie klankkwaliteit op Blue Note Festival 2004

De festivalorganisatie is best trots op de keur artiesten die het Blue Note Festival podium tijdens de vorige drie edities betraden. De mix van nationale en internationale zwaargewichten wordt ook door het publiek gesmaakt. Niet minder dan 92,6% vindt het programma goed tot zeer goed.

“Vindt u het programma op het BNF...?”

	Frequentie	Percentage
slecht	1	0,3
neutraal	13	3,9
goed	156	46,3
zeer goed	156	46,3
geen mening	11	3,3
Totaal	337	100

tabel 15: evaluatie programma op Blue Note Festival 2004

We merkten al op dat de twee weekends met hun eigen, uitgesproken stijlkeuze, een andere leeftijdsgroep aanspreken. Toch geeft 22,4% van de bezoekers te kennen naar beide weekends te komen.

“Komt u naar beide weekends?”

	Frequentie	Percentage
ja	73	22,7
nee	248	77,3
Totaal	321	100,0

4. Algemene conclusie

De respondenten geven het festival, zowel naar concept als naar uitwerking een zeer positieve beoordeling. Dit mag zeker als een positief signaal naar de toekomst gezien worden.

Als we kijken naar de huidige publieksaangroei, de publiekstrouw en tevredenheid als geheel moet een gestage publiekstoename geen probleem zijn. De grote groep jonge bezoekers is ook positief aangezien die het Blue Note Festival nog vele jaren kunnen bezoeken, het eerste weekend heeft immers een zeer brede spreiding in leeftijd van tieners tot en met een grote groep vijftigers.

Uiteraard zijn een sterk programma en brede mediacampagne zoals die momenteel bestaan voor deze rustige groei onontbeerlijk.