Evenementenonderzoek

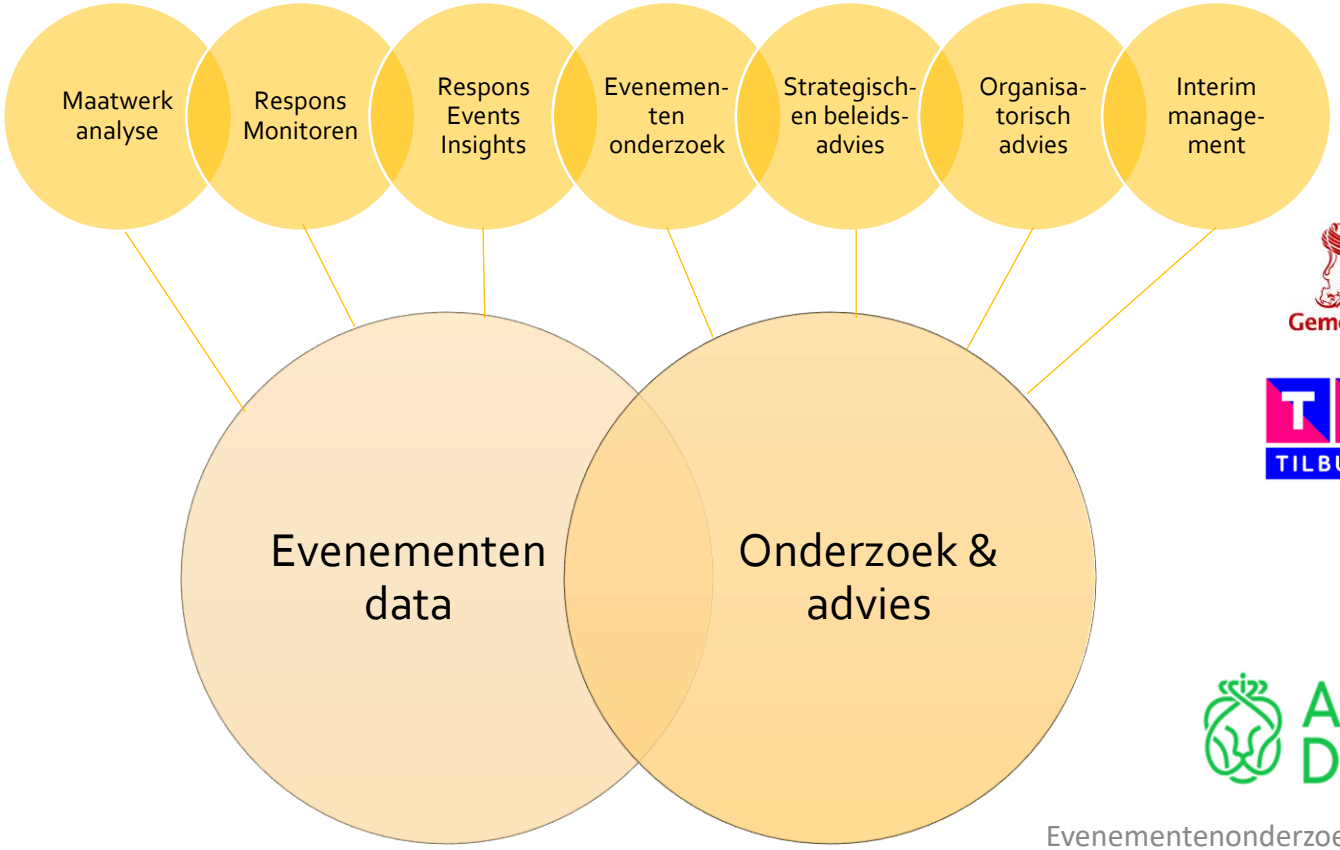
Wat vinden bezoekers en/of omwonenden?

Onze mogelijkheden 2027

respons
Evenementen
Toerisme
Citymarketing

Over Respons

Respons is hét kennis-, onderzoek- en adviesbureau gespecialiseerd in evenementen, toerisme en citymarketing.



Inleiding

Wil je weten hoe bezoekers jouw evenement waarderen of wat ze besteden? Of heb je juist interesse in wat jouw evenement betekent voor omwonenden? Met gericht onderzoek kunnen we deze vragen beantwoorden en hebben zowel ervaring met bezoekers- als bewonersonderzoek.

Bezoekersonderzoek (en/of deelnemers)
Zonder bezoekers geen evenement dus zijn tevreden bezoekers belangrijk. Maar wat weet je eigenlijk van ze? In bezoekersonderzoek vragen we wat jouw bezoekers vinden van het evenement, hoe ze het beoordelen, wat er beter kan, of wat er al heel goed gaat. Denk daarbij aan programmering, voorzieningen, prijspeil en toegankelijkheid. We kunnen ook vragen naar bestedingen, het ticketproces of het profiel van de bezoeker. Bij (met name) sportevenementen gaat het (ook) om deelnemers. Hoe waarderen zij het evenement? Wij voeren éénmalig onderzoek uit voor incidenteel inzicht. Met periodiek onderzoek krijg je een beeld van de ontwikkeling van jouw evenement en of bepaalde maatregelen aanslaan.

Bewonersonderzoek (en/of ondernemers)
Waar evenementen ook plaatsvinden, er zijn altijd omwonenden waar je rekening mee moet houden. Het goed kunnen inspelen op wat omwonenden willen, kan bijdragen aan minder klachten en/of meer acceptatie. Of het nu gaat om geluid, bereikbaarheid, zwerfafval of gevoel van onveiligheid. Maar zijn omwonenden misschien ook trots op jouw evenement of zijn bereid zich in te zetten als vrijwilliger? Niet alleen bewoners, ook ondernemers in de buurt kunnen gevraagd worden. Door regelmatig bewoners- of ondernemersonderzoek uit te voeren, toon je aan dat je bewust bent van de gevolgen van evenementen en er mee aan de slag wilt.

Beide onderzoekvormen kunnen de basis zijn voor uitgebreide **impactstudies**, bijvoorbeeld economisch of sociaal-maatschappelijk. De resultaten worden dan aangevuld met andere data volgens een beproefde methodiek.

Werkwijze

De werkwijze is afhankelijk van wie je wilt bereiken en of je bijvoorbeeld beschikt over contactgegevens. Als je die hebt, kun je zelf eenvoudig een (after sales) mail sturen met een link naar een online enquête of je laat dat aan ons over. Bij bewoners- of ondernemersonderzoek worden ook wel brieven (per post) verstuurd. Heb je geen gegevens, dan voeren we face to face interviews uit op locatie (bezoekers/deelnemers) of gaan langs de deuren (bewoners/ondernemers). Een andere optie is campagne te voeren (online, outdoor, flyers) met een link naar de vragenlijst.

Onze ervaring is dat we via bovenstaande methoden voldoende reacties ophalen om volgens onderzoeknormen valide en betrouwbare uitspraken te doen. Volledige representativiteit is echter lastiger te bereiken. Met face to face interviews, eventueel aanvullend, is het mogelijk de mening van specifieke groepen, zoals jongeren, te toetsen en de representativiteit te verbeteren.

	Online enquêtes	Face to face interviews
Bezoekers	√	√
Deelnemers	√	√
Omwonenden	√	√
Ondernemers	√	√

Wij werken met een eigen online en gecertificeerd onderzoeksplatform waar we zowel de resultaten van de online enquêtes als van de face to face interviews verwerken. Via een *klantenmonitor* (optioneel) is het mogelijk live mee te kijken naar de resultaten en deze zelfstandig te analyseren bijvoorbeeld op leeftijd, herkomst, etc. De klantenmonitor blijft ook na afronding van het onderzoek en onze rapportage beschikbaar.

Aanpak, calculatie en doorlooptijd

De manier waarop wij werken is altijd maatwerk. De aanpak komt tot stand in nauw overleg met de opdrachtgever en is onder andere afhankelijk van de beschikbaarheid van contactgegevens. Hierna wordt schematisch weergegeven wat bij ons mogelijk is. De diverse onderdelen worden uitgebreid beschreven in de bijlage. In het overzicht kennen we verschillende mogelijkheden:

	Standaard aanpak
	Keuze (afhankelijk van mogelijkheden)
	Optioneel

Onze prijzen worden gebaseerd op een combinatie van ureninzet van onze eigen specialisten, gebruik ven het platform en de kosten van de face to face interviews. Voor de fysieke interviews op locatie werken we samen met het gespecialiseerde bureau Responsified. De kosten hiervoor zijn geheel afhankelijk van het aantal onderzoeksdagen, in te zetten capaciteit en exacte aanpak. Als wij de mailing naar bezoekers of deelnemers verzorgen, rekenen we een klein bedrag per uitgestuurde mail. De kosten voor professionele opmaak van de rapportage worden doorbelast. Op basis van onze ervaring gaan we uit van drie maanden doorlooptijd.

	Activiteit	Periode
1	Startfase	Maand 1
2	Enquête opstellen	Maand 1
3a	Dataverzameling via mail	Maand 2
3b	Dataverzameling face to face	Maand 2

	Activiteit	Periode
4	Dataverwerking en analyse	Maand 3
5	*Optie: data analyse impactstudie*	Maand 3
6	(Concept) rapportage	Maand 3
7	*Optie: eindpresentatie*	

Plan van aanpak

Onderdeel 1
Startfase met o.a. literatuurstudie en intakegesprek

Onderdeel 2
Enquête opstellen, toetsen en programmeren

Onderdeel 3a
Dataverzameling via mail, etc.

Onderdeel 3b
Dataverzameling via face to face interviews

Onderdeel 4
Data verwerking en analyse

Onderdeel 5
Aanvullende data verzameling en analyse brede impact studies

Onderdeel 6
(Concept) rapportage

Onderdeel 7
Eindpresentatie

BIJLAGEN

respons
Evenementen
Toerisme
Citymarketing

Beschrijving onderdelen I

1.Startfase
In deze fase bereiden we ons voor op de feitelijke uitvoering van de opdracht door onder meer deskresearch. Daarnaast voeren we een (online) gesprek met de opdrachtgever waarin de verwachte uitkomsten worden gespecificeerd en de definitieve aanpak en planning wordt besproken.

2. Enquêtes opstellen, toetsen en programmeren
We stellen de enquête op waarbij we rekening houden met de wensen en behoeften van de opdrachtgever maar ook naar de methodiek in relatie tot de omvang van de vragenlijst. We verwerken de vragenlijst in ons online platform en delen vervolgens een online testversie waarop de opdrachtgever eventuele wijzigingen kan doorgeven. Desgewenst kan de enquête naast het Nederlands in andere talen worden beschreven (kosten worden doorbelast). Nadat de vragenlijst definitief is, richten we het dashboard in op basis van de wensen van de opdrachtgever.

3a. Dataverzameling via mails, etc.
Respondenten kunnen in dit onderdeel op verschillende manieren worden benaderd. Als de opdrachtgever beschikt over een eigen bestand met (email)adressen, kunnen deze worden gebruikt. Als het gaat om bezoekers of deelnemers kan de opdrachtgever zelf een zogenaamde 'after event' mail sturen met daarop de link / QR code naar de online enquête. Kent de opdrachtgever geen after sales mail, dan ontvangen wij de email adressen en verzorgen een mailing, in overleg opgesteld, vanuit ons systeem. In dat geval kunnen we mensen herinneren die nog niet hebben gereageerd. Na de beide mails worden de mailadressen uit onze bestanden verwijderd.

Met name gericht op bewoners of ondernemers is het ook mogelijk dat de opdrachtgever zelf de communicatie verzorgt via een gerichte campagne mensen actief benadert, bijvoorbeeld via media (nieuwsbrieven, advertenties, outdoor, etc.) die specifiek gericht zijn op deze groep(en) de communicatie zelf verzorgt. In deze communicatie wordt een link / QR code gedeeld die toegang geeft tot de vragenlijst op ons online platform.

Beschrijving onderdelen II

3b. Dataverzameling via face to face interviews
Als er geen contactgegevens zijn, zijn face to face – of straatinterviews de oplossing. Onze gespecialiseerde veldwerkpartner benadert actief respondenten op de evenementenlocatie, in overleg met de opdrachtgever. Voor deze straatinterviews maken we (meestal) gebruik van dezelfde online enquête. De herkenbare onderzoekers maken gebruik van een tablet voor de verwerking van de antwoorden op ons platform en kunnen desgewenst een toelichting geven. In bepaalde gevallen kan er worden gekozen worden via deze onderzoekers kaartjes uit te delen met een link / QR code waarmee de respondent op een zelf te bepalen moment de vragenlijst kan invullen.

De face tot face interviews kunnen ook aanvullend op de online enquête (3a) worden ingezet. Deze methode biedt namelijk de mogelijkheid om specifieke doelgroepen te benaderen, zoals jongeren.

4. Opstellen (concept) strategische visie
Alle in de enquête verzamelde informatie wordt door ons verwerkt, getoetst en geanalyseerd en vervolgens klaar gemaakt zodat het bruikbaar is voor publicatie. Het is ook mogelijk via onze klantmonitor zelf (deel)analyse te maken met de resultaten van de enquête.

5. Aanvullende dataverzameling en analyse voor impactstudies
Als het doel van de onderzoeken is brede impact in beeld te brengen, zijn de uitkomsten van alleen de enquêtes vaak niet voldoende. Om de brede economische impact van een evenement te bepalen, moeten we naast de bestedingen van bezoekers ook rekening houden met bijvoorbeeld de uitgaven van de organisator van het evenement. Ook als we sociaal-maatschappelijke impact in beeld willen brengen, hebben we extra informatie nodig. Afhankelijk van de wensen verzamelen en analyseren we de extra informatie en verwerken die in de rapportage. De inzet en daarmee kosten zijn afhankelijk van het soort impact.

Beschrijving onderdelen III

6. (Concept) rapportage

We verwerken alle informatie in een rapport waarbij een kenmerkende Respons stijl hanteren: compact, duidelijk, pragmatisch en praktisch. Na het schrijven stellen we een concept beschikbaar aan de opdrachtgever. In een persoonlijk gesprek kunnen eventuele onduidelijkheden worden toegelicht of aangepast. Daarna leveren we een definitieve rapportage die in de vormgeving van Respons wordt opgemaakt met Respons als afzender.

7. Eindpresentatie

De belangrijkste resultaten van de visie worden onderbouwd door ons gepresenteerd. Dat kan voor een diversiteit aan de organisatoren van het evenement (of bestuur), de gemeente, omwonenden of andere belanghebbenden, al dan niet gecombineerd. De invulling kan zowel interactief als informatief, afhankelijk van de wensen van de opdrachtgever.

Over Respons en onze specialisten

Respons

Respons is een kennis-, onderzoek- en adviesbureau uit Amsterdam en gespecialiseerd in evenementen, toerisme en citymarketing. We verzamelen al jarenlang evenementendata die we daarna onderzoeken, verrijken en analyseren. Uitkomsten publiceren we in onafhankelijke rapportages (monitoren) die maatgevend en uniek zijn in de sector. Ook gebruiken we de gegevens in opdrachten en zijn de data beschikbaar voor afnemers. Daarnaast voeren we In opdracht bezoekers- of bewonersonderzoek uit voor evenementen en verzorgen (maatwerk) opdrachten gericht op onze specialismen evenementen, toerisme en citymarketing en daaraan verbonden vakgebieden als vrijetijd en recreatie. We schrijven veel strategische visies voor gemeenten maar doen ook benchmarks, quick scans, beleidsevaluatie en -ontwikkeling, gebiedsmarketing, evenementontwikkeling en -positionering, management & organisatie en interim management. Ons bureau kent een brede en vaak trouwe klantenkring met o.a. overheden, eventorganisatoren, marketing organisaties, evenementlocaties, branche organisaties en onderwijsinstellingen. Voor een uitgebreid overzicht van onze opdrachten en opdrachtgevers verwijzen we naar onze website.

Eduard Pieter Oud

Eduard Pieter Oud is partner bij Respons en een zeer ervaren specialist in toerisme & recreatie, destinatie- en citymarketing en evenementen. Hij werkte ruim 25 jaar in managementfuncties bij VVV's en Citymarketing organisaties. Hij was 15 jaar actief in (Hart van) Noord-Holland waarvan lange tijd als directeur van de regionale VVV. Daarna was hij 10 jaar zakelijk directeur in Amsterdam voor eerst het Toerisme en Congresbureau en later Amsterdam Marketing (nu amsterdam & partners). Hij was van daaruit o.a. actief binnen European Cities Marketing (nu City DNA). Hij is onze specialist in kwalitatief onderzoek en voert opdrachten uit als interim management in o.a. Alkmaar en Zeeland en bij Destinatie Nederland (VVV NL), schreef recent mee aan toeristische- of evenementenvisies voor o.a. Venlo, Zandvoort, Enkhuizen, Zwijndrecht en Bergen op Zoom. Hij was HBO docent toeristische vakken, wordt regelmatig voor presentaties en presenteert een podcast over citymarketing.

Over onze specialisten

Lex Kruijver

Lex Kruijver is oprichter en partner van Respons. Hij geldt als autoriteit op het gebied van publieksevenementen en is daarnaast een ervaren specialist in citymarketing. Hij werkt ruim 25 jaar als adviseur op met name deze vakgebieden. Daarnaast is hij inhoudelijk verantwoordelijk voor de diverse onafhankelijke onderzoeken (monitoren) die Respons binnen de evenementenmarkt uitvoert. Hij vult verder opdrachten in als strategische beleidsevaluatie en –visies met name op het gebied van evenementen en kermissen, locatie advies, (interim) management, organisatorisch advies en analyses en impactstudies voor evenementen. Hij geeft regelmatig presentaties en is adviseur voor de brancheorganisaties evenementen. Hij schreef hij onlangs de nieuwe strategische visies voor de Tilburgse Kermis en Lowlands en gaf mede vorm aan strategische evenementenvisies in o.a. Haarlem, Lelystad, Deventer en Tubbergen. Daarnaast voerde hij (impact) studies uit van evenementen voor onder andere Mojo Concerts, TT Assen en het Racefestival in Zandvoort.

Sanne Leenders

Sanne is sinds 2024 bij ons werkzaam. Ze begon als researcher en groeide door tot coördinator evenementendata, waarbij ze verantwoordelijk was voor het verzamelen, verwerken en verrijken van evenementeninformatie voor onze dataproducten. Inmiddels is ze werkzaam als projectmanager data & analyse en medeverantwoordelijk voor het geheel aan data activiteiten. Ze geeft leiding aan de researchafdeling, bewaakt de kwaliteit van de database en is verantwoordelijk voor producten als Respons Events Insights en diverse monitoren. Daarnaast werkt ze mee aan projecten en maatwerkopdrachten waarin onze evenementendata wordt ingezet. Sanne studeerde Culturele Antropologie en Ontwikkelingssociologie aan de Universiteit Utrecht en behaalde vervolgens haar master Culture, Organization and Management aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Tijdens haar studie deed ze ervaring op met projectmanagement, consultancy en bestuurlijke verantwoordelijkheden.

Verder beschikken wij over een netwerk van specialisten die onder onze leiding delen van opdrachten kunnen uitvoeren.

Recente opdrachtgevers

CIRCUIT ASSEN

TILBURGSE KERMIS

JOHAN CRUIJFF ARENA

SNEEK WEEK

ziggo dome

AFAS Live

DE KERST MARKT HAARLEM

MOJO

ZANDVOORT RACE FESTIVAL

[Meer op onze website]

respons Evenementen Toerisme Citymarketing