

# Samenvatting publieksonderzoek Vierdaagsefeesten 2013



## Inleiding

Stichting Vierdaagsefeesten is als projectorganisatie dagelijks bezig om met een jong en gemotiveerd team het beste uit zichzelf te halen om elk jaar een spetterend, vernieuwend en duurzaam evenement te organiseren. De organisatie vindt het van groot belang om inzicht te hebben in de beleving van haar bezoekers. In 2013 is daarom in samenwerking met O? Klantonderzoek een publieksonderzoek gehouden.

## Onderzoeksdoelstelling

Dit onderzoek meet de tevredenheid en bezoekersbeleving onder de bezoekers van de Nijmeegse Vierdaagsefeesten, die tussen 13 juli en 19 juli het evenement hebben bezocht. Het onderzoek is gericht op uiteenlopende onderwerpen die van belang zijn voor het organiseren van het evenement in de toekomst. De insteek is om bezoekersbeleving en trends inzichtelijk te maken. Hierbij worden onderwerpen als veiligheid, duurzaamheid, besteding, bereikbaarheid, programmering en sponsoring onderzocht om in de toekomst nog meer in te kunnen spelen op de wensen en de behoeftes van de bezoekers. De organisatie van de Vierdaagsefeesten richt zich op samenwerking met haar stakeholders om zo een win-win situatie te creëren.

party of  
the year

## Samenvatting onderzoekresultaten

### 1. Algemeen

De algemene resultaten ten aanzien van het bezoekersprofiel van de Vierdaagsefeesten 2013 worden in dit algemene gedeelte uitgelicht. Er is gekeken naar de leeftijd, het geslacht, de regionale spreiding en het opleidingsniveau van de bezoekers van de Vierdaagsefeesten. Het blijkt dat bijna de helft van de bezoekers van de Vierdaagsefeesten tussen de 18 en 35 jaar is. De verdeling van het aantal bezoekers over de andere leeftijdscategorieën is gelijkmatig. Er zijn iets meer vrouwelijke (52%) dan mannelijke (48%) bezoekers. 45,8% van de bezoekers komt uit Nijmegen of de directe omgeving van Nijmegen. Er is sprake van een brede spreiding van de bezoekers van de Vierdaagsefeesten over de rest van Nederland. De bezoekers die een HBO of WO opleiding hebben gevolgd, vormen samen meer dan de helft van de bezoekers.

### 2. Vervoer

Er is een overzicht gemaakt van de vervoersmiddelen waarmee de bezoeker naar de Vierdaagsefeesten komt. De trein is het meest gebruikte vervoersmiddel om naar de Vierdaagsefeesten te komen, gevolgd door de fiets, de auto, te voet en de bus. In de leeftijdsgroep tussen 35-65 jaar wordt er minder gebruik gemaakt van het openbaar vervoer. In diezelfde leeftijdscategorieën is een toename zichtbaar van het gebruik van de auto.

### 3. Informatiestructuur

Ruim een derde van de bezoekers geeft aan internet te gebruiken als informatiebron. Daarnaast blijven de bezoekers op te hoogte van de activiteiten via vrienden en familie, overige bronnen, informatie uit de krant/post en informatie via radio/tv.

### 4. Bezoek

Opvallend in dit hoofdstuk is dat een derde van de geënquêteerde bezoekers aangeeft de Vierdaagsefeesten twintigmaal of vaker te hebben bezocht. Daarentegen is het voor 11% van de geënquêteerde bezoekers de eerste keer is dat ze de Vierdaagsefeesten bezoeken. Het merendeel van de bezoekers geeft aan de Vierdaagsefeesten tussen de twee tot vijf keer te hebben bezocht. Van de geënquêteerde bezoekers geeft 62% aan dat hun bezoek tijdens de Vierdaagsefeesten leidt tot herhalingsbezoek aan Nijmegen als stad.

### 5. Nijmegen als stad

De gastvrijheid van Nijmegen wordt door de bezoekers gemiddeld met een 8.2 beoordeeld. Opvallend hierbij is dat 14% van de respondenten de gastvrijheid van dit evenement waardeert met een 10.

### 6. Het evenement

'Sfeer' is met 75% de belangrijkste reden om het evenement te bezoeken. Daarnaast geeft respectievelijk 38% en 33% aan dat 'feesten' en 'vrienden/familie' redenen zijn om naar het evenement te komen.

Het middagprogramma is vooral op de zondag, woensdag en vrijdag in trek. Het avondprogramma is op de woensdag, donderdag en vrijdag het drukst bezocht. De respondenten geven aan het middagprogramma minder te bezoeken dan het avondprogramma. De suggesties die de bezoekers geven met betrekking tot het evenement gaan vooral over de toiletfaciliteiten en over de prijs van de consumpties.

### 7. Besteding

Uit de onderzoeksvraag over de besteding per bezoekers per dag is gebleken dat bijna de helft van de bezoekers tussen de 0 en 25 euro besteedt per dag. Een indicatie van de gemiddelde uitgave per persoon per dag is 35,24 euro per dag.

## 8. Meest gewaardeerd

Veruit de grootste groep, namelijk 68% van de respondenten, geeft aan de sfeer het meest te waarderen aan de Vierdaagsefeesten.

## 9. Programmering

Aan de bezoekers van de Vierdaagsefeesten is gevraagd wat zij zouden willen toevoegen aan de programmering. 62% geeft aan “niks” toegevoegd te willen zien aan de huidige programmering. Overige respondenten geven onder andere aan dat ze het vuurwerk graag terug zouden zien en dat de Vierdaagsefeesten later door mogen gaan.

## 10. Duurzaamheid

Meer dan de helft van de doelgroep geeft aan bekend te zijn met de duurzame activiteiten die worden uitgevoerd tijdens de Nijmeegse Vierdaagsefeesten. Het grootste deel van deze groep geeft aan dat zij heeft opgemerkt dat er tijdens de feesten aan afvalscheiding wordt gedaan. Meer dan de helft van de bezoekers merkte de watertappunten van Vitens op.

## 11. Sponsoring

Van de respondenten kan een groot deel, namelijk 63%, één of meerdere sponsoren van de Vierdaagsefeesten benoemen. Van de sponsoren werden VGZ, De Telegraaf en De Gelderlander het vaakst genoemd.

## 12. Loyaliteit

96% van de respondenten geeft aan de Vierdaagsefeesten aan te raden bij anderen. Er is dus een hoge loyaliteit bij de bezoekers van de Vierdaagsefeesten.

## 13. Cijfer

Het gemiddelde cijfer voor het evenement is een **8.5**.