

The
Alignment
House

Resultatensessie: Evenementen Enschede

21 december 2022

Marinde Beek | m.beek@alignmenthouse.nl
Rosa Groot | r.groot@alignmenthouse.nl

The Alignment House
Kapellestraat 13A
342 CT Oudewater

The Alignment House

Programma

- Welkom
- Proces
- Resultaten vragenlijst
- Resultaten diepte-interviews
- Segmentatie analyse
- Conclusie
- Afsluiting

The Alignment House

Programma

- Welkom
- Proces
- Resultaten vragenlijst
- Resultaten diepte-interviews
- Segmentatie analyse
- Conclusie
- Afsluiting

The Alignment House

Proces: onderzoek bereik evenementen



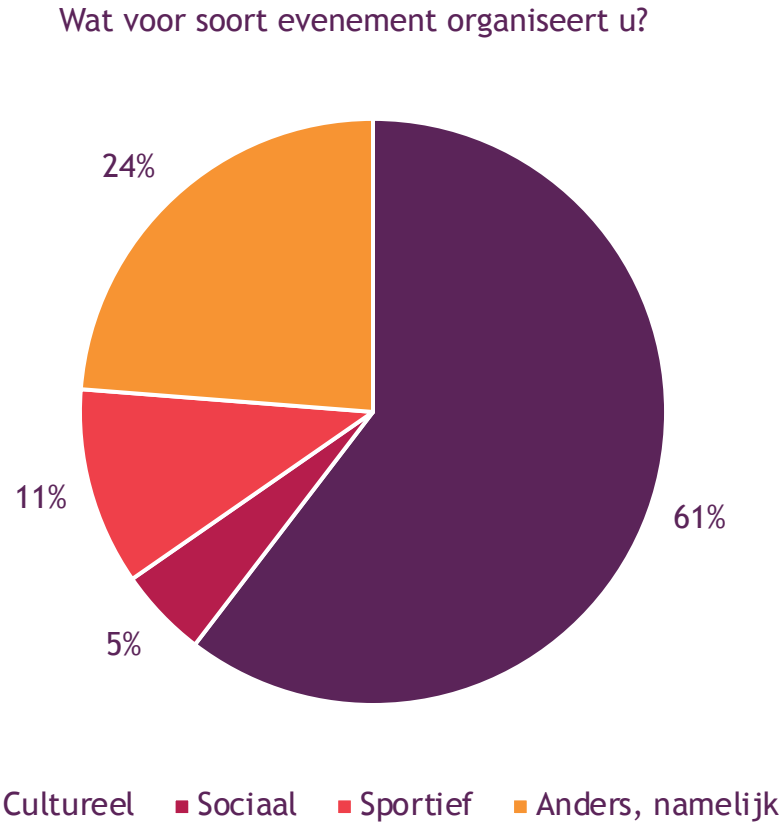
The Alignment House

Programma

- Welkom
- Proces
- Resultaten vragenlijst
- Resultaten diepte-interviews
- Segmentatie analyse
- Conclusie
- Afsluiting

The Alignment House

Meeste evenementen zijn van culturele aard



Anders, namelijk:
- Food en film
- Educatief
- Creatief
- Technologisch
- Stad ontmoet land

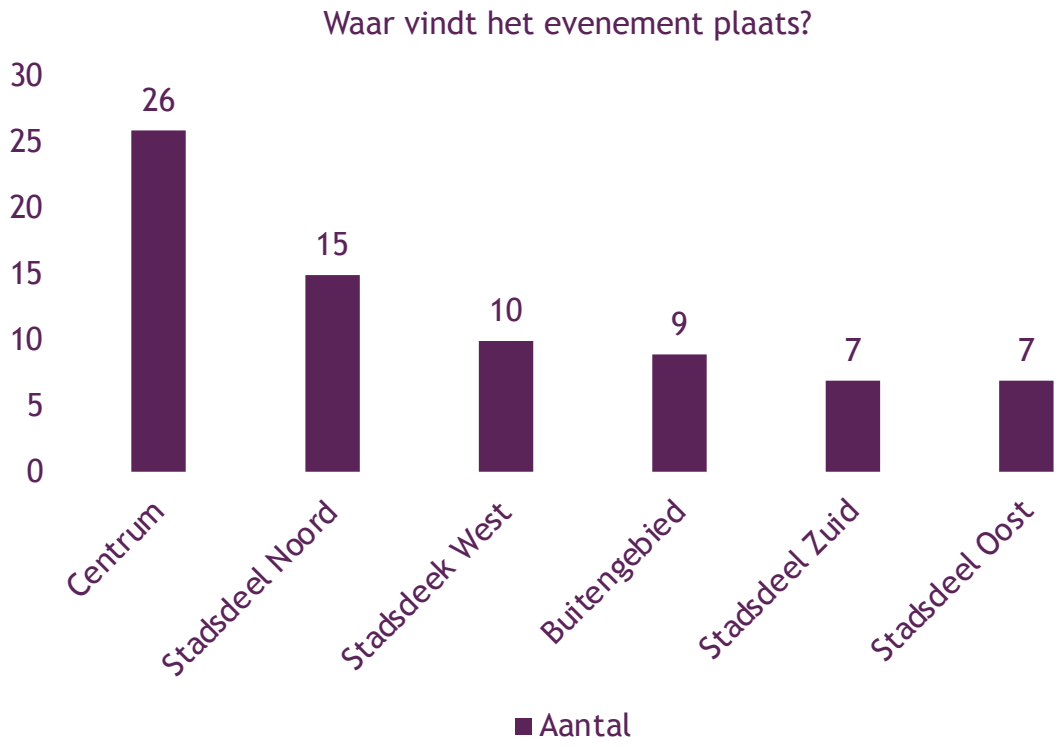
The Alignment House

Meeste evenementen 1 keer per jaar georganiseerd



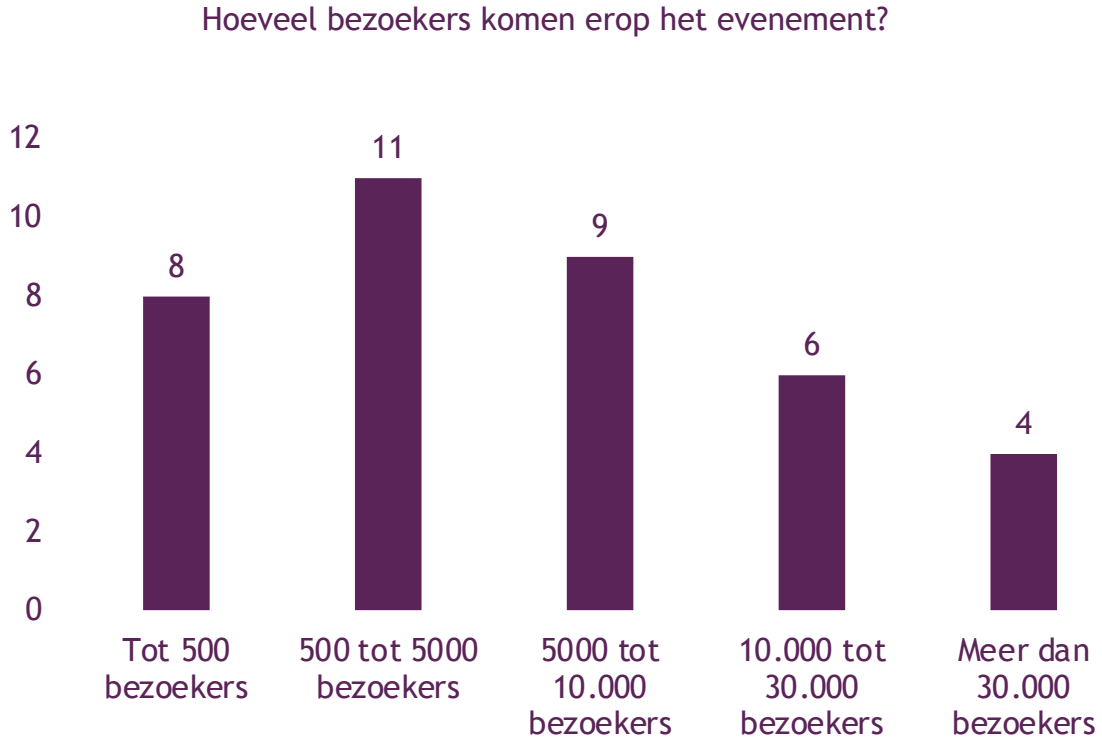
The Alignment House

Meeste evenementen in het centrum georganiseerd



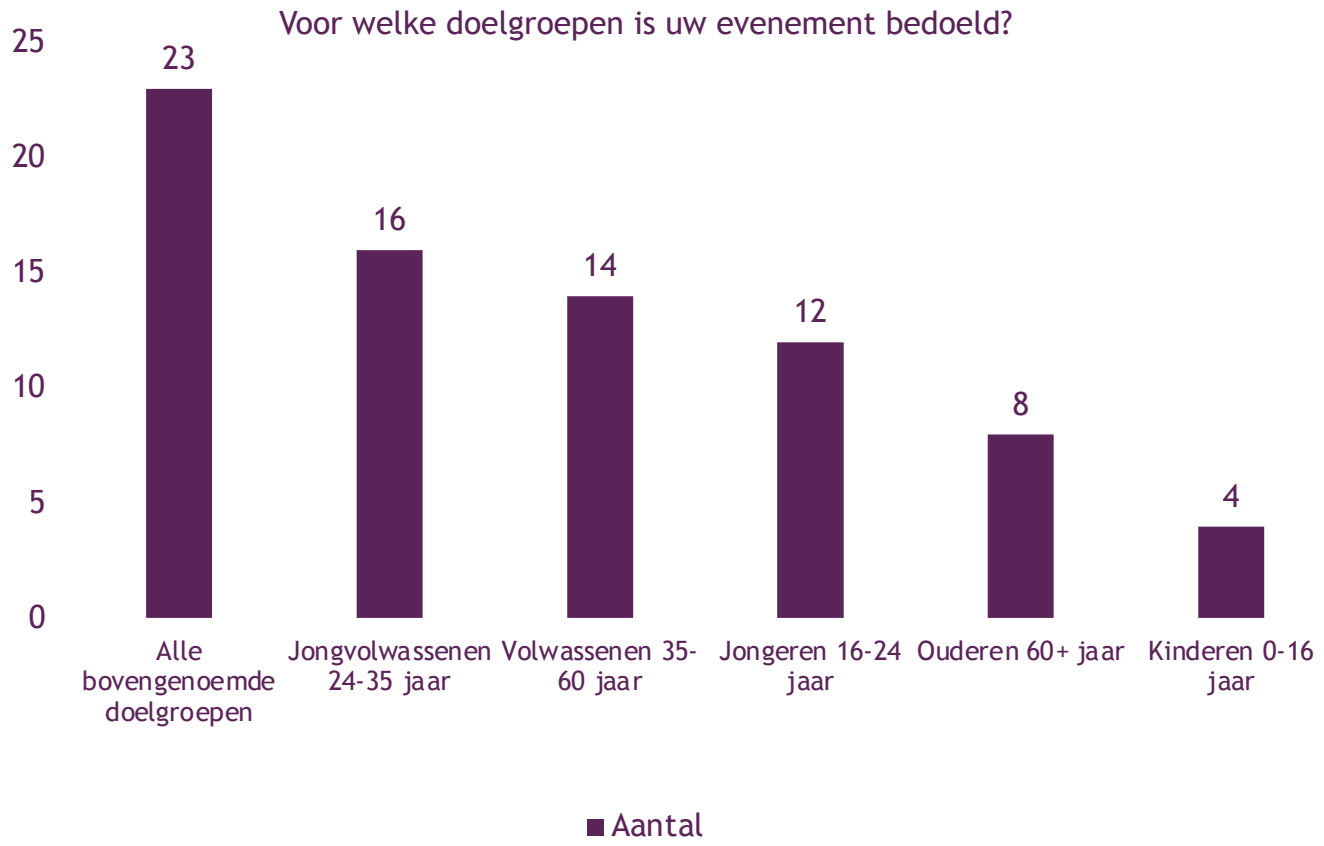
The Alignment House

Meeste evenementen hebben 500 tot 5000 bezoekers



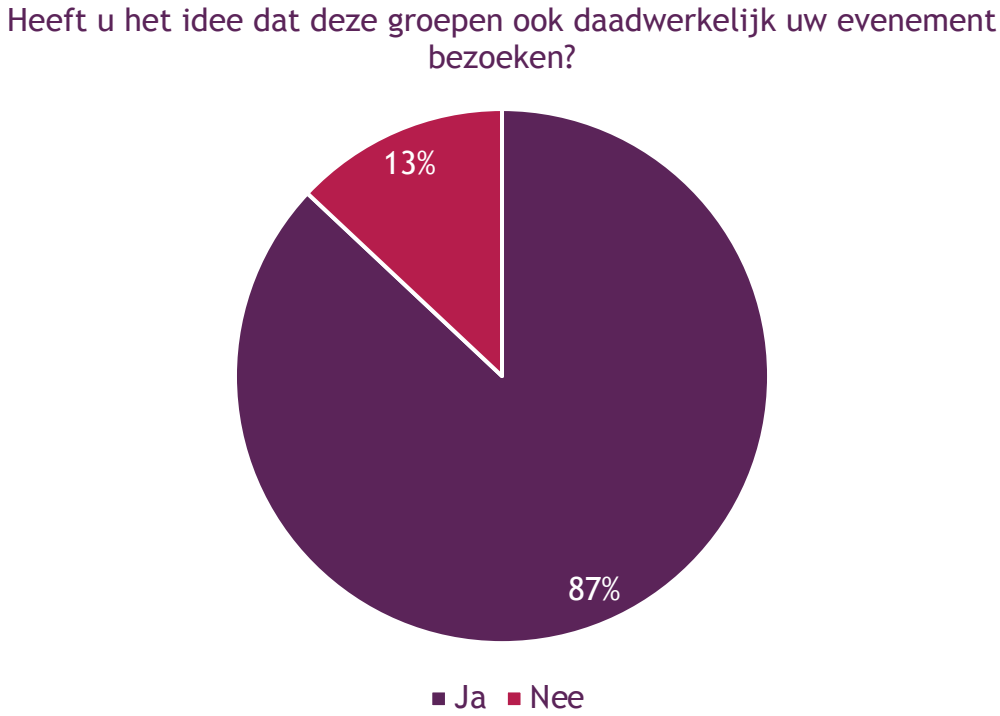
The Alignment House

Meeste evenementen zijn voor alle doelgroepen



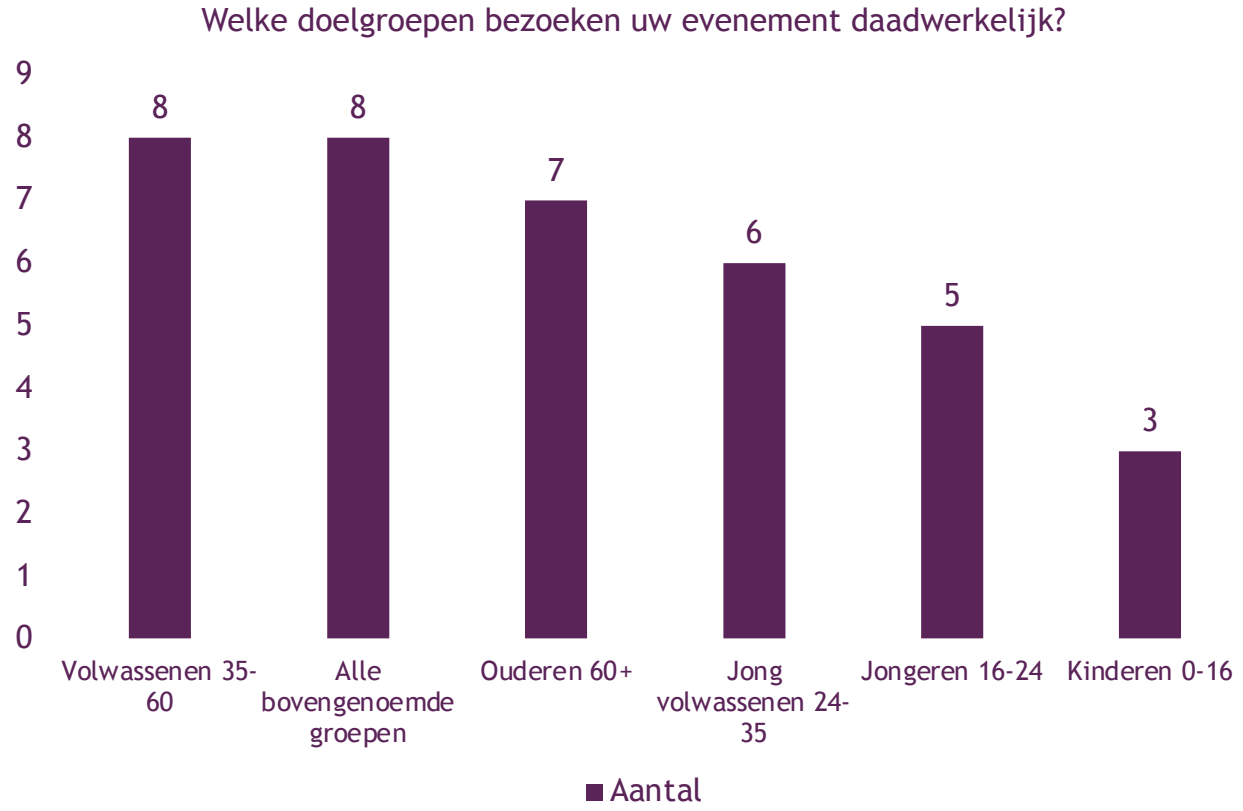
The Alignment House

Meeste evenementen hebben het idee dat de doelgroepen worden bereikt



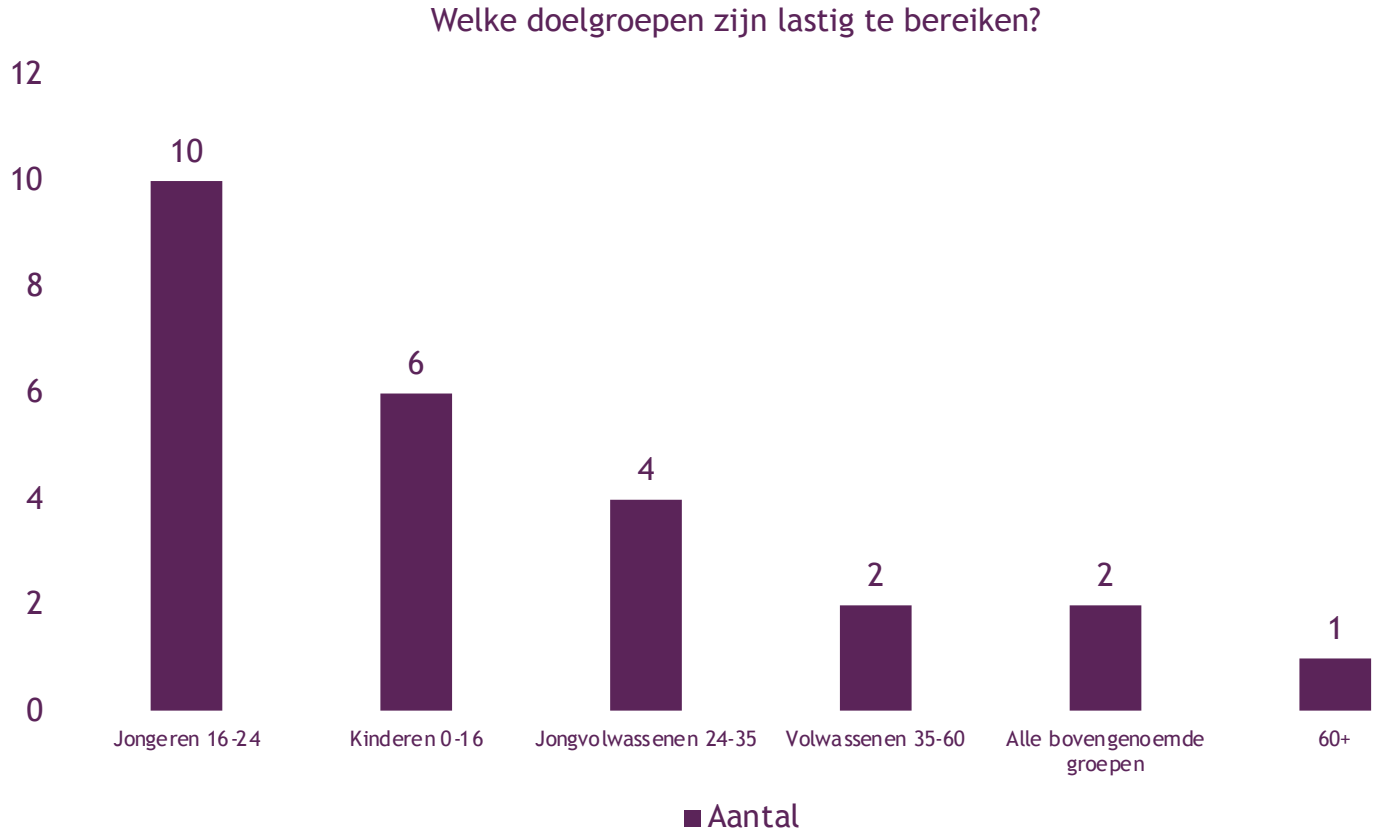
The Alignment House

Meeste evenementen bezocht door alle doelgroepen of volwassenen



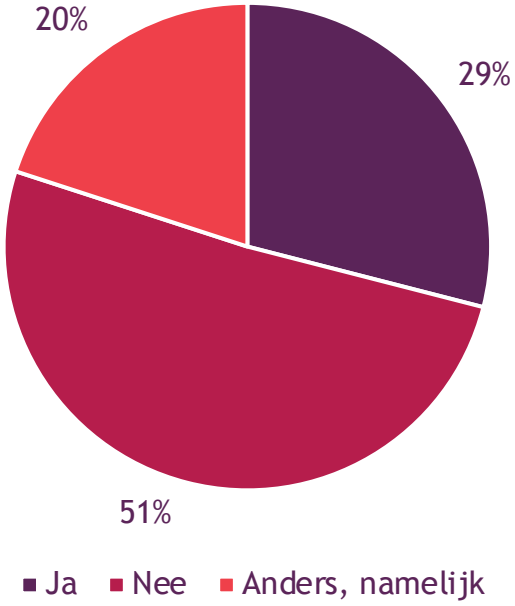
The Alignment House

Jongeren en kinderen zijn het moeilijkst te bereiken



The Alignment House

Worden de bezoekers van het evenement geregistreerd? Zo ja hoe?





The Alignment House

Programma

- Welkom
- Proces
- Resultaten vragenlijst
- Resultaten diepte-interviews
- Segmentatie analyse
- Conclusie
- Afsluiting

The Alignment House

Opbouw analyse

1. Over Enschede
2. Werkwijze evenementen
3. Doel evenement
4. Toekomst evenement (in Enschede)
5. Doelgroep: huidig
6. Doelgroep: toekomst
7. Bereik
8. Inclusie
9. Registratie (toekomst)
10. Ideeën voor gemeente

The Alignment House

Enschede

Inzichten:

- Weinig verbinding tussen MBO/HBO/WO
- Te weinig zichtbaarheid m.b.t. wat Enschede heeft te bieden (bijv. innovatie, cultuur)
- Er heerst een beeld dat Enschede een lage SES heeft (vooral in bepaalde wijken)

The Alignment House

Over Enschede

"Er is **weinig besef** in Enschede wat voor **mooi erfgoed** er allemaal is. Ik hoor vaak dat het qua oudheid niets voorstelt"

"Er is **weinig verbinding tussen MBO, HBO en de Universiteit**. De campus is steeds meer een eilandje. HBO zit in de binnenstad. Universiteit heeft een eigen station buiten de stad. **Jammer dat ze zo niet met elkaar in contact komen!**"

"Enschede heeft qua programma's die er al gebeuren best veel te bieden. We zijn een **innoverende** stad."

"**Koopkracht is niet zo sterk** in Enschede."

The Alignment House

Werkwijze evenementen

Inzichten

- Een deel van de organisatoren denkt goed na over benodigde samenwerkingspartners om bijvoorbeeld de doelgroep te bereiken
- Een ander deel lijkt daar minder mee bezig en is ook minder bezig met doelgroepen die minder worden bereikt

The Alignment House

Over werkwijze

"We hadden het nooit kunnen doen zonder sponsering en subsidie van gemeente en provincie"

"Natuurlijk heb je een mooi theater maar soms **en steeds vaker** moet je **naar de mensen toe**"

"We proberen alle groepen in kaart te brengen en daar aanbod voor te maken. Het is bedoelt om breder in te zetten dan alleen de cultuur doelgroep."

"Wij organiseren zelf evenementen, maar hebben tegelijkertijd een soort **loketfunctie**. Een evenement heeft heel veel **randvoorwaarde**, het verschilt per doelgroep wat goed is om te doen"

"Nog beter **aansluiten op het onderwijs**, daar valt nog winst te behalen"

The Alignment House

Doel evenement

Inzichten

- Zoals ook in de kwantitatieve analyse (vragenlijst) naar voren kwam zijn veel evenementen van ‘culturele aard’.
- In de uitvraag naar het doel van het evenement ging het soms over het **verbinden** van verschillende elementen:
  - “Stad ontmoet platteland”
  - “Kunstenaar en wetenschapper tegenover elkaar zetten”
    “Talent met bedrijven in contact brengen”
  - “Natuur met kunst in verbinding brengen”

Over doel evenement

"We willen concerten organiseren voor **iedereen toegankelijk**. Met als doel om mensen een prettige avond te geven en mensen met elkaar te verbinden."

"Het is een evenement om aandacht te vragen voor **dakloosheid, arbeidsparticipatie en duurzaamheid**"

"Om mensen die van het mooie landschap houden **ook in aanraking** te laten komen met **kunst.** Omgekeerd ook mensen die van kunst houden, met **natuur in verbinding** brengen"

"Het evenement gaat over de totstandkoming van **nieuwe ideeën**. Voor bedrijven is de **talentopgave** echt een reden om mee te doen. Ze leren studenten kennen."

The Alignment House

Toekomst evenement

Inzichten

- De corona-epidemie heeft invloed gehad op veel evenementen.
- Afhankelijk van kosten/subsidie.
- Meer focus op andere en/of specifiekere doelgroepen.
- Doelgroep meer opzoeken om ze beter te kunnen bereiken.
- Meer samenwerking zoeken met bijv. scholen.

Over toekomst evenement

"Steeds meer **noodzaak** om naar buiten te gaan. We zijn altijd heel erg op nachtleven geweest en naar **binnen gekeerd**"

"We weten nog niet of we doorkunnen in verband met de kosten. Vorig jaar hadden we een **hoge kostenpost**. Nu kijken of het in 2023 in een ander jasje kan"

"**Landelijke uitstraling** heeft het al, maar willen we nog meer."

"We hadden liever nog wel meer bezoekers gehad. **Corona** heeft invloed gehad. We hadden een grote promotie campagne opgestart, maar werd niet altijd opgepakt."

The Alignment House

Doelgroep (huidig)

Inzichten

- De meeste organisatoren geven aan dat hun evenement voor iedereen toegankelijk is. Maar in de praktijk zien ze specifieke doelgroepen terug.
- Wanneer het over doelgroepen gaat beginnen de meeste organisatoren in eerste instantie over leeftijd. Daarnaast worden termen als ‘studenten’, ‘cultuurgeïnteresseerden/liefhebbers, ‘dagjesmensen’ en ‘ouderen/stellen’ gebruikt om de doelgroep te duiden
- Culturele diversiteit is vaak lastig in te schatten, behalve wanneer het gaat om ‘internationals’

Over doelgroep (huidig)

"Onze doelgroep zijn **jongeren uit Europa**, dus ook studenten uit Enschede. **Culturele diversiteit is groot**. De leeftijd loopt uiteen van 18 tot maximaal 30 jaar"

"**Ouderen** zijn vaak een hele goede doelgroep voor ons. Vaak **gepensioneerd** en **boven modaal**"

"Vaak te maken met kennissen vrienden en familie maar natuurlijk ouder publiek bij een opera maar ik heb toch ook wel veel jongeren gezien leeftijd 30/40 jaar"

"**Toeristen, cultuurliefhebbers en talent in Twente**. Het evenement is voor iedereen, maar **voornamelijk 60+ers** bezoeken het."

The Alignment House

Over doelgroep (huidig)

"We richten ons specifiek wel op kinderen van basisschoolleeftijd en hun ouders. **Kinderen in de jongste leeftijd om samen met de ouders aan het hardlopen te krijgen.**"

"Sinds 3 a 4 jaar zijn we heel hard aan het werken **om een *safe space* te worden.** We zijn meer queer gericht. Dat is een belangrijke groep geworden. Was in het begin niet perse een doelgroep, nu wel echt!"

"Het evenement is voor inwoners, talenten en potentiële bezoekers, uit regio en Duitsland in de leeftijd van **18 tot 65 jaar**. Die zijn opgedeeld in twee groepen: **de innovatieveling en de sfeerzoekers**"

"Van jong tot oud mensen die willen hardlopen ook bedienen we **mensen met een afstand tot bewegen**"

The Alignment House

Doelgroep toekomst

Inzichten

- Een groot aandeel van de evenementen zou graag in de toekomst meer studenten en/of jongvolwassenen willen bereiken.

- Een groot aandeel van de evenementen hoopt ook meer bezoekers van buiten Enschede aan te trekken, zowel op regionaal als op nationaal niveau.

Over doelgroep (toekomst)

"Doelgroep **recreanten** wordt ook steeds belangrijker, doordat het buitengebied drukker wordt. Daarnaast zou ik graag **meer kunstliefhebbers uit de regio** willen aantrekken. We proberen ook **jonge kunstliefhebbers** aan te trekken"

"Ik zou het leuk vinden als 'jong en hoopvol' en 'gewoon gemiddeld' in de toekomst meer komen"

"**Internationals** kunnen hier moeilijk vinden wat voor hun interessant is, daar **willen wij een antwoord op zijn**"

"We zouden nog meer Duitsers willen trekken"

The Alignment House

Bereik

Moeilijk te bereiken doelgroepen:

- Jongeren/jongvolwassenen/studenten
- Internationals / expats
- Mensen die het niet breed hebben

- Groepen als jongeren/jongvolwassenen/studenten worden het meest genoemd als ‘lastig te bereiken’. Ook ‘dromen en rondkomen’ wordt vaker genoemd
- Evenementen waarvoor een kaartje gekocht dient te worden, bereiken logischerwijs minder goed de mensen die het minder breed hebben
- Culturele evenementen gericht op muziek (opera)/theater/lezen/kunst bereiken veelal welgestelde 50+'ers

Over bereik

"Als culturele instellingen moeten we **uit onze ivorentoren komen**. Je moet echt naar de mensen toe gaan!"

"Juist voor het bereiken van doelgroepen die veel aandacht vergen, heb je **goede samenwerkingspartners nodig**. We hebben er veel, maar het valt niet mee."

"**Dromen en rondkomen**' komen denk ik niet perse. Want we zijn niet gratis. We proberen het wel, we hadden een **social ticket** dit jaar, voor als je het niet kan betalen, maar **dat werkte niet want mensen doen dit niet.** We willen wel graag verwelkomend zijn."

"Op ons evenement **bereiken we echt iedereen**. Ook 'dromen en rondkomen', er is echt voor ieder wat wils"

"Doelgroep **18 tot 24 jaar** was **moeilijk** te bereiken denk ik"

The Alignment House

Over bereik

"Mobiliseren van studenten **kan echt lastig zijn**"

"Ons evenement is een mooi voorbeeld vanuit Amsterdam, komt veel **jonger publiek** op af van tussen de 20 en 40 jaar. Ook *young professionals* komen erop af en veel vriendengroepen."

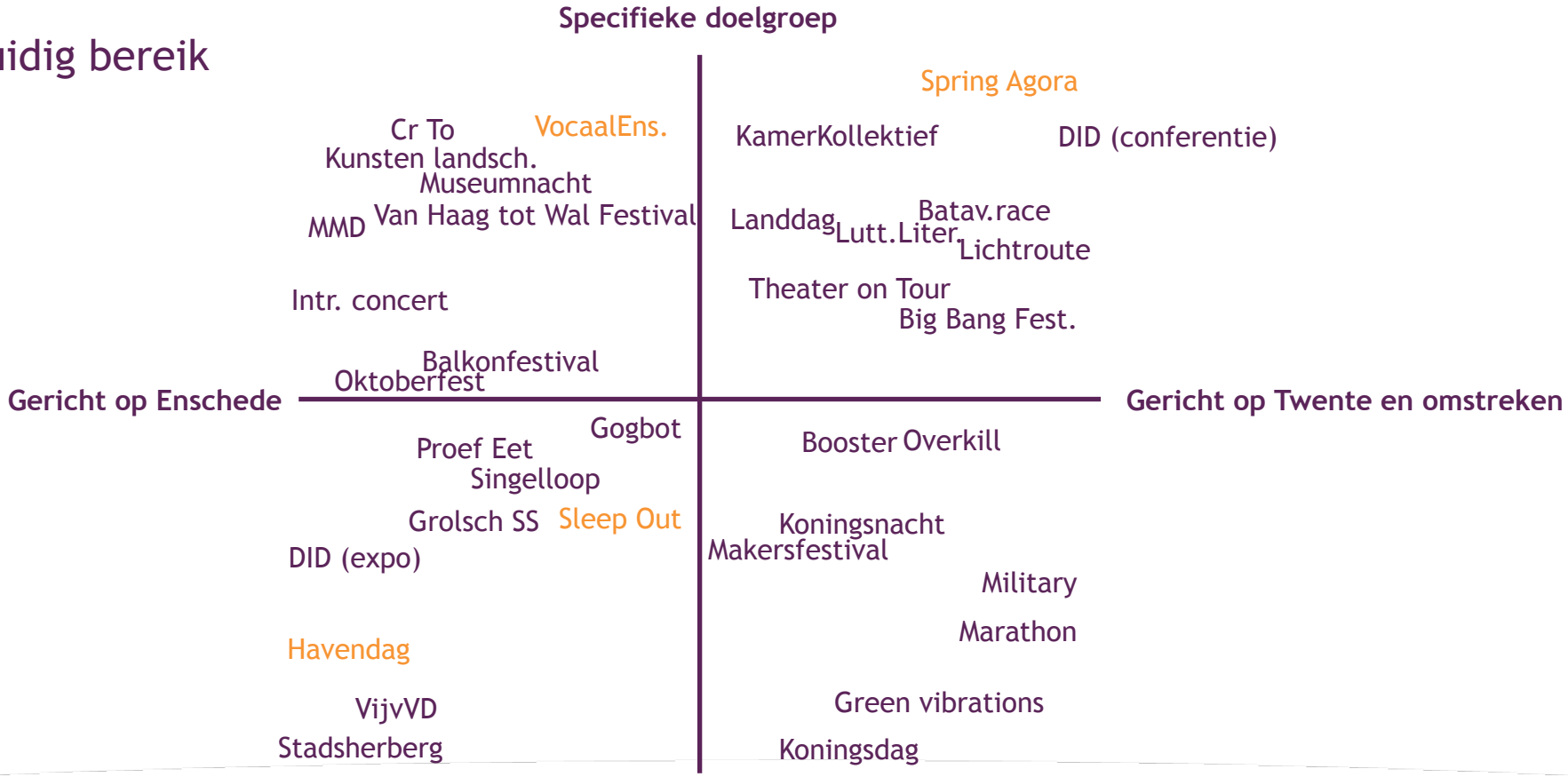
"Grote groep is minder welvarend in Enschede. Voor de **'dromen en rondkomen'** is overal wel dat dat **lastig** is om daar wat voor te organiseren, hebben weinig te besteden."

"Tieners zijn lastig te bereiken. Dat vindt iedereen. Je kunt er geen geld aan verdienen en ze mogen ook bijna nergens bij. En voor sport is het lastig omdat ze meestal niet willen."

"Het is inmiddels zo breed dat **uit de hele stad en omstreken** mensen komen. Het is meer dan Enschede qua bereik, maar zeer zeker ook de buurt"

The Alignment House

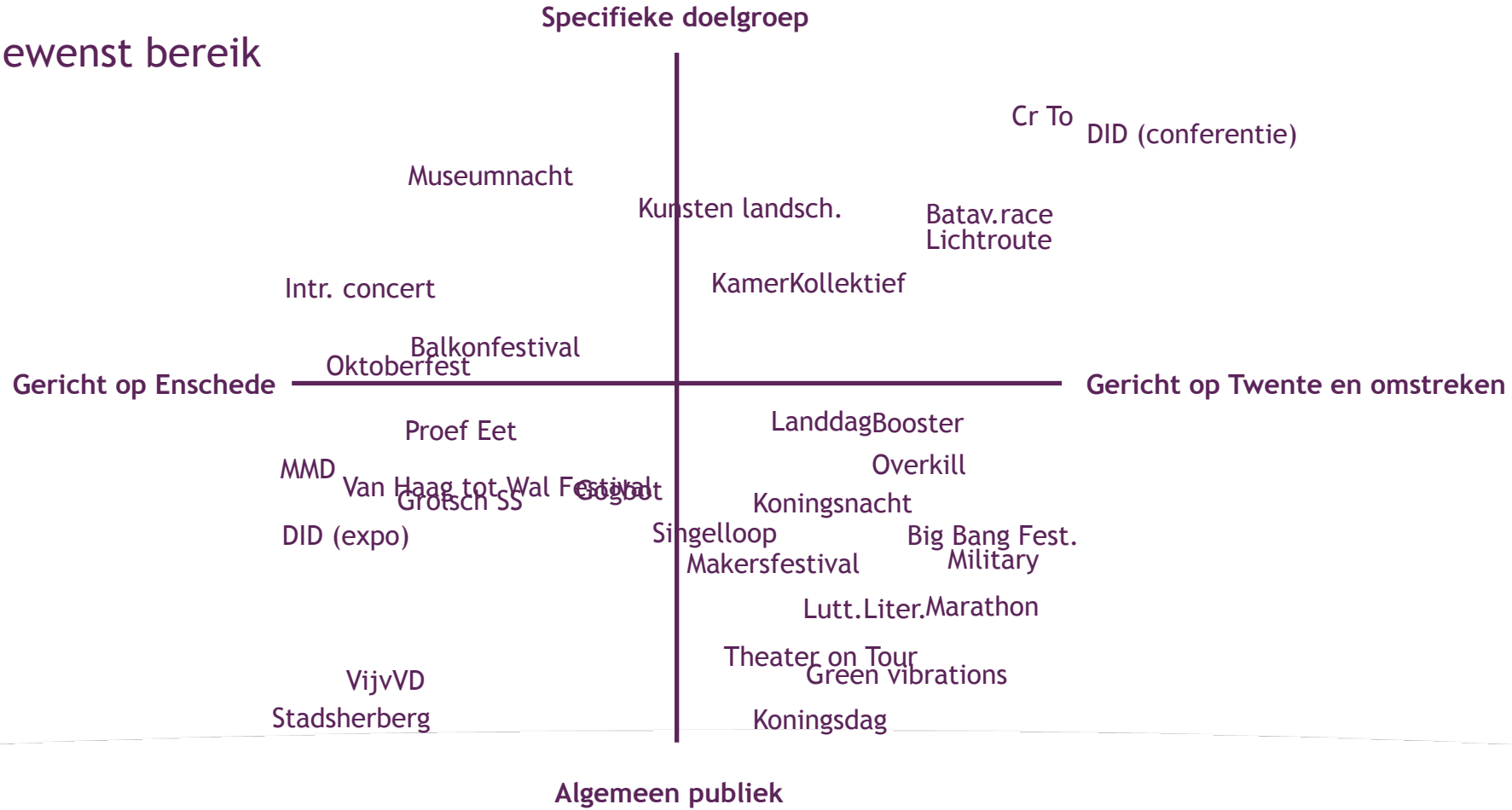
Huidig bereik



The Alignment House

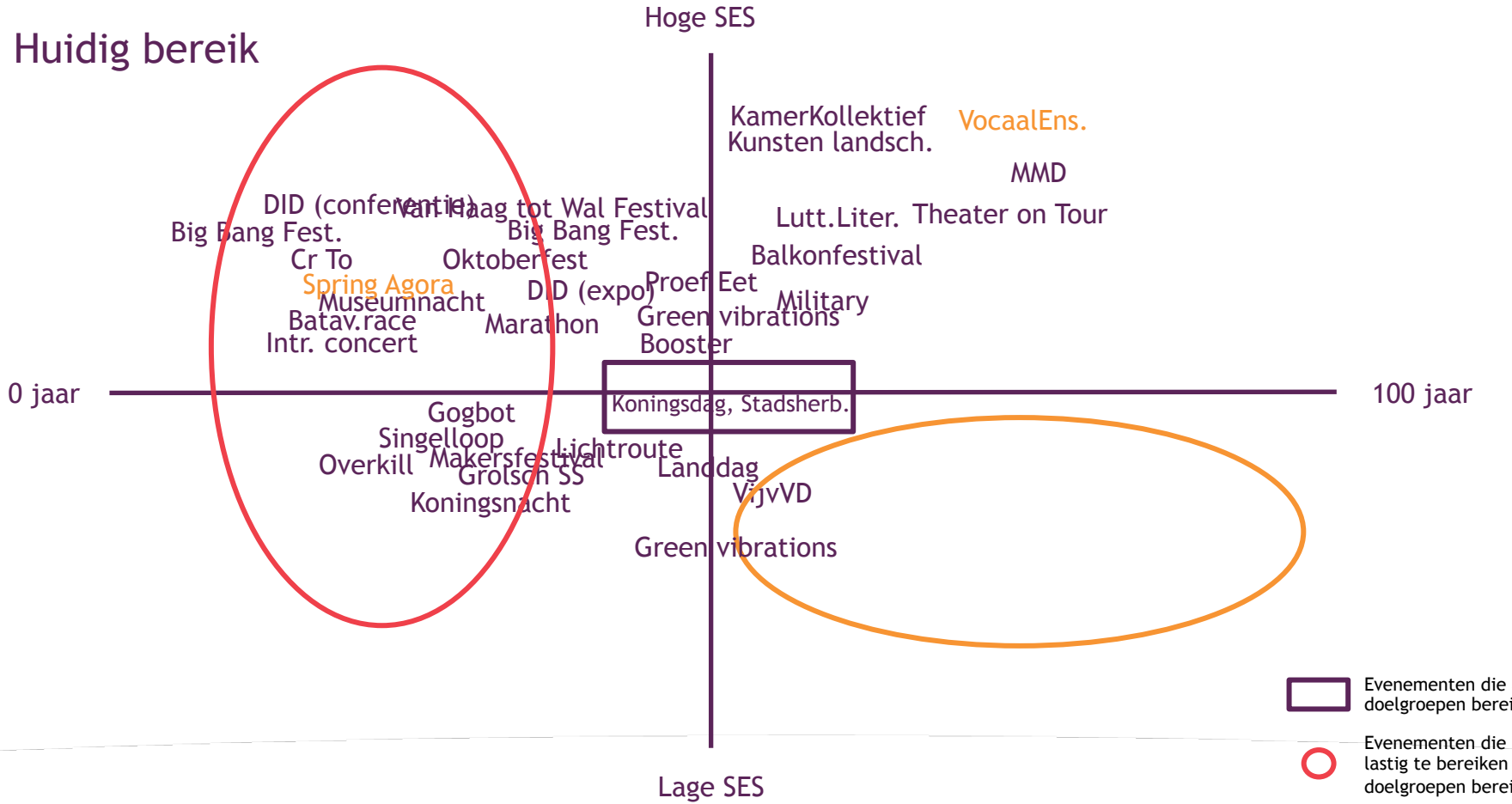
Evenementen waarvan alleen huidig bereik kan worden vastgesteld

Gewenst bereik



The Alignment House

Huidig bereik



Evenementen die alle doelgroepen bereiken

Evenementen die nu al lastig te bereiken doelgroepen bereiken

Doelgroepen die niet of nauwelijks worden bereikt

The Alignment House

Conclusie

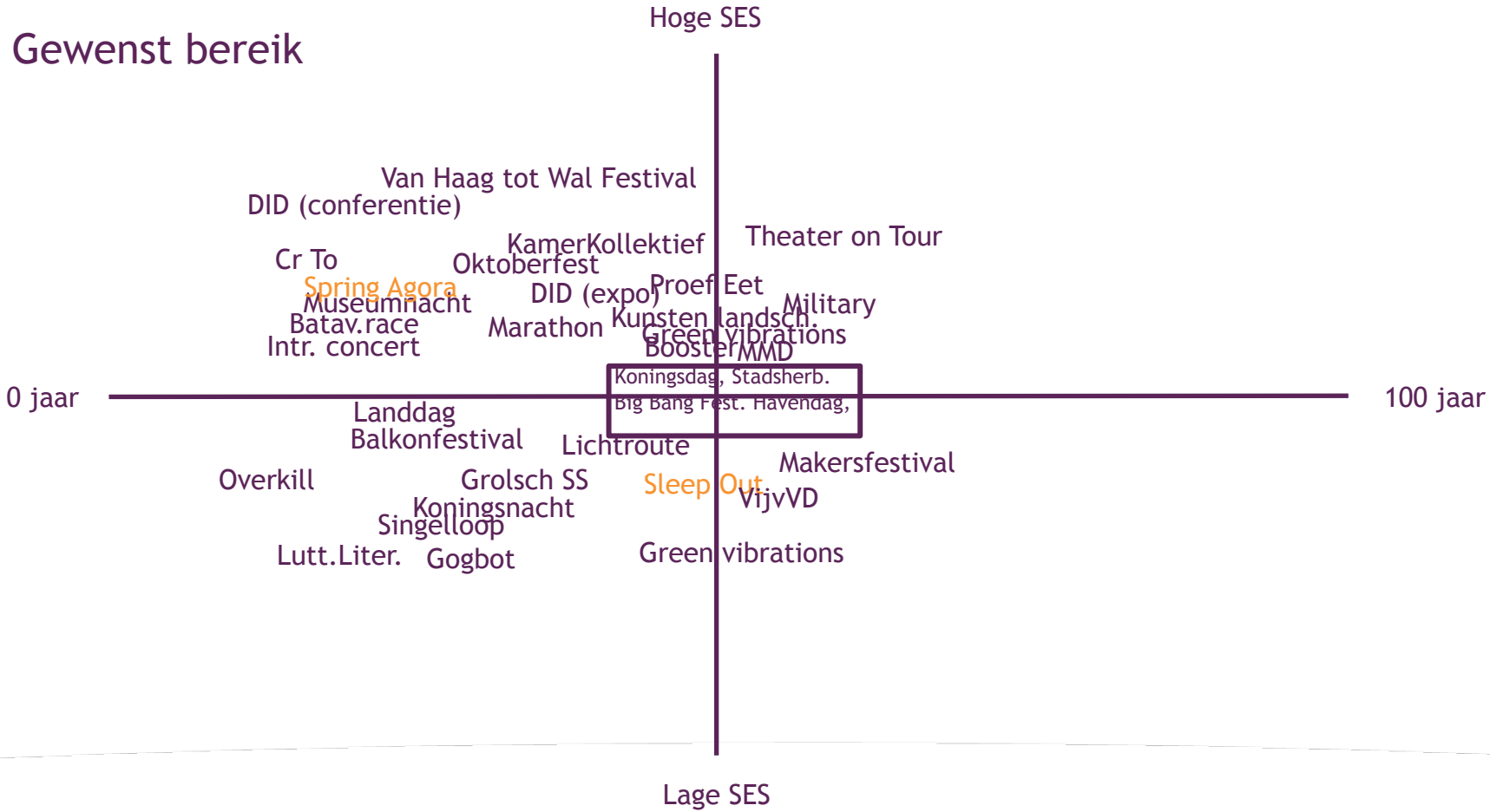
Lastig te bereiken doelgroepen:

- Jongeren
- Mensen met een lage SES (leeftijd breed)

Voor de doelgroep jongeren geldt: bepaalde evenementen bereiken deze groep wel goed. Tegelijkertijd zouden veel evenementen de groep graag meer bereiken.

Voor de doelgroep lage SES geldt: over alle leeftijdsgroepen is het lastig om mensen met een lage SES te bereiken. De groep ouderen met een lage SES worden nauwelijks bereikt. Tegelijkertijd zijn er nauwelijks evenementen die hebben aangegeven deze groep **specifiek** te willen bereiken in de toekomst.

Gewenst bereik



The Alignment House

Inclusie

Inzichten

- De term inclusie wordt op verschillende manieren geïnterpreteerd. Inclusie wordt door **velen** geassocieerd met ‘openbaar’ en ‘voor iedereen’.
- Waar sommige organisatoren inclusie met toegankelijkheid (mobiliteit) associëren, denken andere juist aan culturele diversiteit.
- Er werd ook vaker de vraag gesteld of het de bedoeling is dat ieder evenement zich meer op alle doelgroepen moet gaan richten. We hebben uitgelegd dat we vanuit het bereik en de kracht van ieder evenement willen kijken wie er nog niet goed wordt bereikt.

Over inclusie

"Onze achterban is heel divers en ook veel bezig met gender! Zit in de broedplaats. De broedplaats moet een veilige haven voor wie bezig is met creativiteit."

"Op ons meest inclusieve evenement komen cultuurgeïnteresseerden, mensen die wat minder mobiel zijn, maar ook vriendengroepen, younh professionals, jongeren, kinderen en ouders of grootouders. Je ziet mensen die bij elkaar in de straat wonen en op dit festival spreken ze met elkaar in de buurt zeggen ze alleen hoi. Of alleenstaanden of zwervers komen langs."

"Wij hebben speerpunten voor inclusie waarin we ons richten op toegankelijkheid voor slechthorende, slechtziende en mensen op het spectrum. Maar we richten ons ook op hoe we respectvol met elkaar omgaan bijvoorbeeld"

"Ik zou zelf wel heel erg beginnen met het **definiëren van inclusie**. We denken al snel **meer kleur**. **Hoeft niet zo te zijn. Het gaat ook over geld, hoeveel heb je te besteden.**"

"Noaberschap' geldt voor iedereen."

The Alignment House

Over inclusie

"Ik vind inclusie een **lastige term**"

"Je moet **uit kijken** dat je **alle evenementen voor alle doelgroepen** gaat organiseren, want dat is soms niet te doen en **moet je ook niet willen**. Mensen van die ons evenement bezoeken gaan misschien niet naar een ander evenement. Inclusief beleid is voor mij dat je **voor elke doelgroep wat moet hebben**."

"**Inclusie staat er voor mij voor dat het voor iedereen toegankelijk is**. Door voor bepaalde groepen meer **gratis evenementen** aan te bieden gebeurt dat"

"Ik zou heel graag in het kader van inclusie, eerst willen kijken waar dan **behoefte** aan is. Is er bij de groepen die **moeilijker** worden **bereikt** wel **behoefte** aan evenementen"

"Wij zorgen voor een **ander soort inclusie**: de kloof tussen randstad en rest van platteland, die is er ook."

The Alignment House

Data en registratie

Inzichten

- Evenementen die tickets verkopen hebben soms gegevens als NAW, maar soms ook alleen e-mailadres
- ‘Geen ticketverkoop, dus geen registratie’ > juist de gratis evenementen hebben weinig kwantitatieve gegevens.
- Het registreren van deelnemers bij een gratis evenement wordt door velen gezien als iets wat de toegankelijkheid van een evenement beperkt. Daarnaast wordt het gezien als een kosten- en tijdsintensief proces

Over data en registratie

"We willen ook laagdrempelig zijn, dat is het **niet** als je allerlei **persoonlijke gegevens** gaat vragen"

"Niks is onmogelijk maar de **noodzaak van registratie is er wat minder**"

"I&O onderzoeken willen we weer doen, was **geen budget** voor."

"Bij **geen kaartverkoop** zijn er **geen gegevens**"

The Alignment House

Ideeën voor gemeente

Inzichten

- De rol van de gemeente is niet voor iedereen duidelijk.
- De gemeente zou een faciliterende rol kunnen pakken (kwartiermaker).
- Maak een gezamenlijke subsidiepot i.p.v. per evenement. Wat is het doel dat je wilt bereiken en hoe kunnen we dat met elkaar als evenementen realiseren.
- Organisatoren dragen verschillende ideeën aan over wat de invulling van die rol zou kunnen, hoe zij zelf invulling zouden geven aan een inclusief evenementenbeleid en over de financiën/subsidieregeling.
- Er is **veel behoefte** aan een terugkoppeling.

Over ideeën voor de gemeente:

"Ik denk wanneer je de initiatieven als overheid er meer op focust dat Enschede **niet alleen maar arm is**, dat je ook de **maakkunst stimuleert**". Hier worden dingen ontwikkeld! Daar haal je altijd de **positieve agenda** mee"

"Laat ons weten welke doelgroepen niet bereikt worden, dan kunnen we daar **op inspelen**"

"Voor onze subsidie probeer ik al drie weken een afspraak te regelen. Dus **sneller schakelen** zou fijn zijn."

The Alignment House

Over ideeën voor de gemeente:

"Nu worden subsidies altijd aan **individuele evenementen** toegekend. Ik denk dat we misschien wel krachten kunnen bundelen, de gemeente kan daar in een **faciliterende rol** nemen"

"Een paar organisatoren zeiden op een bijeenkomst 'vragen over duurzaamheid en inclusie, die zijn extra'. Mensen begrijpen niet echt wat het belang is van de vragen of wat de rol van de gemeente hier in is"

The Alignment House

Programma

- Welkom
- Proces
- Resultaten vragenlijst
- Resultaten diepte-interviews
- Segmentatie analyse
- Conclusie
- Afsluiting

The Alignment House

Segmentatie analyse

Demografie
- Leeftijd
- Kinderen
- Levensfase
- Verhuizingen

Socio-economie
- Inkomen en welvaart
- Werksituatie
- Opleiding
- Auto's

Woningeigenschappen
- Woninggrootte
- Eigendom woning
- Bouwjaar
- Woningtype

Woningwaarde
- WOZ-waarde
- Huidige waarde
- Woningtransacties

Financiën
- Bedrijf aan huis
- Hypotheken
- Betaalgedrag

Locatie
- Stedelijkheid
- Dichtheid
- Omgeving
- Bereikbaarheid
- Voorzieningen

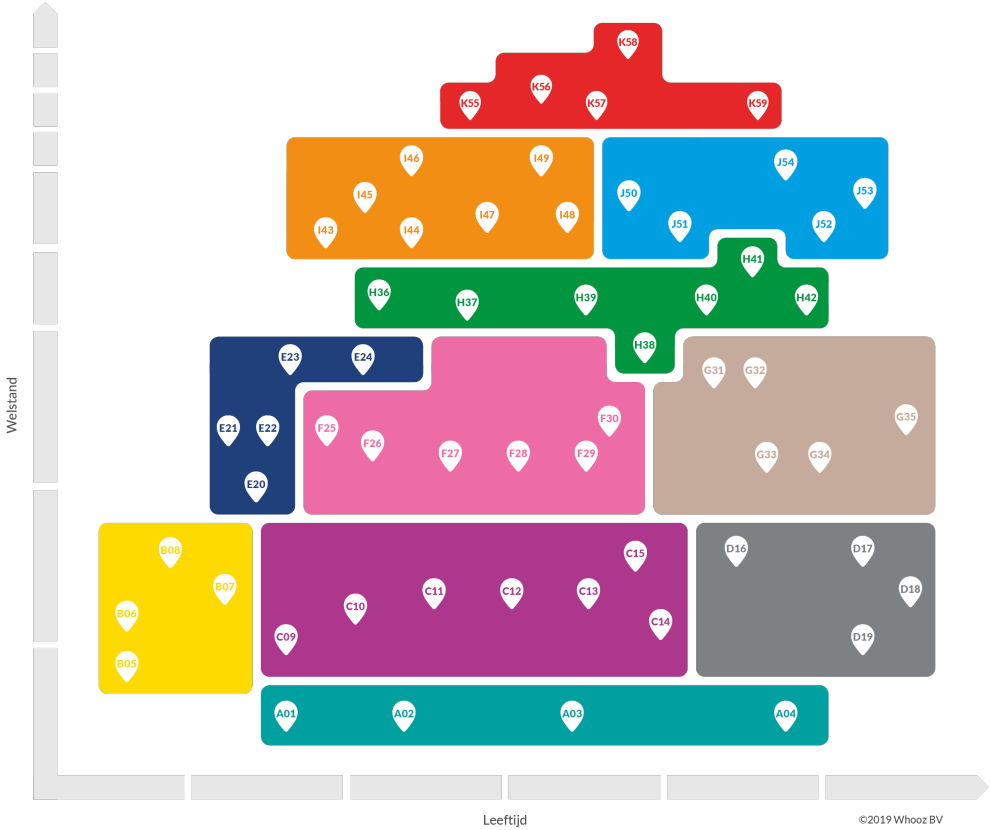
Lifestyle
- Mentaliteit
- Vrijetijdbesteding
- Merkvoorkeuren
- Productbezit
- (Digitaal) mediagebruik



The Alignment House

Segmenten en Subsegmenten

- A - Dromen en Rondkomen
- B - Jong en Hoopvol
- C - Volks en Uitgesproken
- D - Bescheiden Ouderen
- E - Stedelijke Dynamiek
- F - Gewoon Gemiddeld
- G - Gezellige Emptynesters
- H - Landelijke Vrijheid
- I - Plannen en Rennen
- J - Zorgeloos en Actief
- K - Luxe Leven

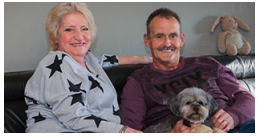


©2019 Whooz BV

The Alignment House





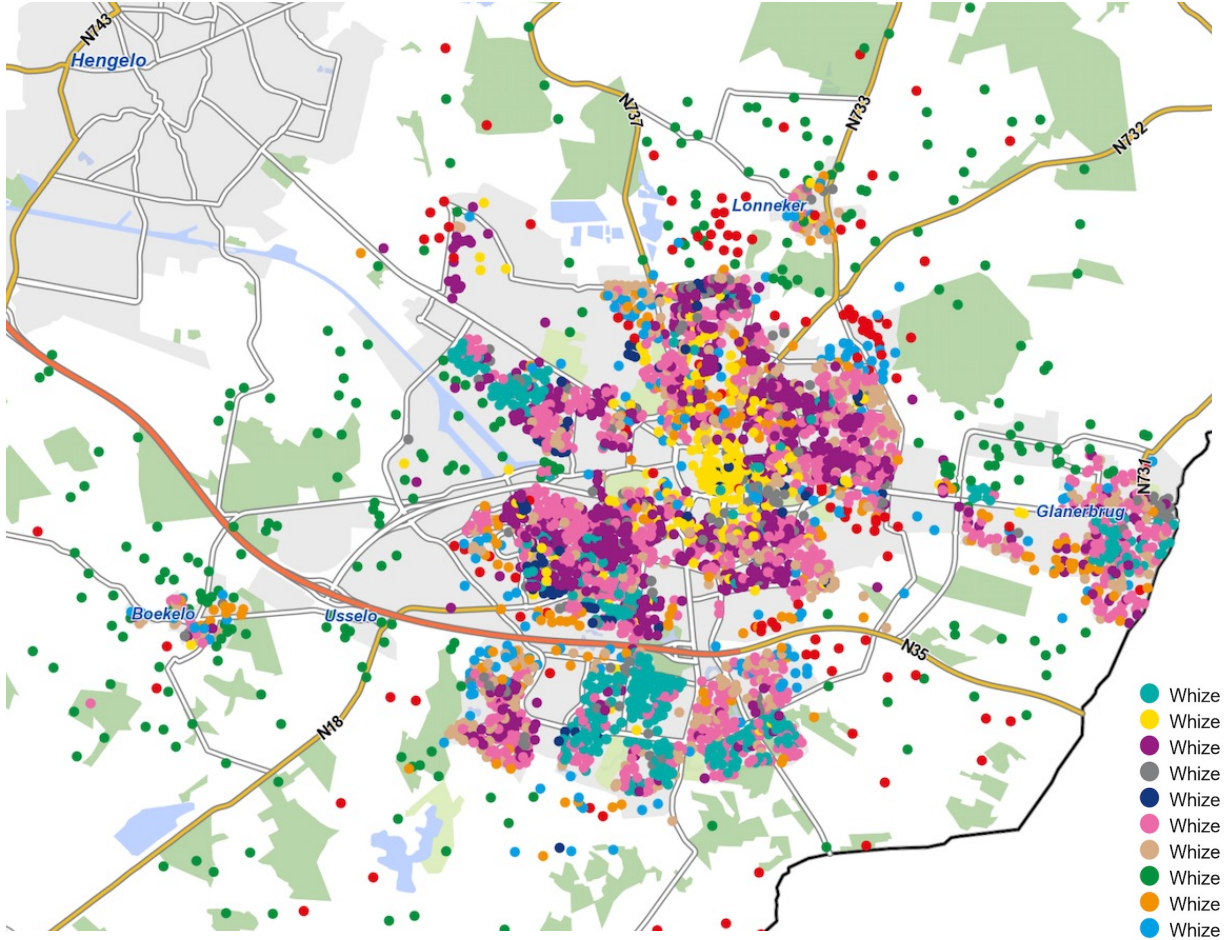









©2019 Whooz BV



The Alignment House

Whize Segment	Enschede	%	Nederland	%	Enschede	Nederland	Penetratie	Index
A - Dromen en Rondkomen	9.030	11,8%	441.771	5,5%			2,0%	214
B - Jong en Hoopvol	8.875	11,6%	609.572	7,6%			1,5%	153
C - Volks en Uitgesproken	16.397	21,5%	1.384.835	17,3%			1,2%	124
D - Bescheiden Ouderen	6.890	9,0%	887.383	11,1%			0,8%	81
E - Stedelijke Dynamiek	2.241	2,9%	425.054	5,3%			0,5%	55
F - Gewoon Gemiddeld	13.401	17,6%	974.455	12,2%			1,4%	144
G - Gezellige Emptynesters	8.882	11,7%	1.001.500	12,5%			0,9%	93
H - Landelijke Vrijheid	1.987	2,6%	563.086	7,1%			0,4%	37
I - Plannen en Rennen	3.985	5,2%	783.943	9,8%			0,5%	53
J - Zorgeloos en Actief	3.626	4,8%	657.821	8,2%			0,6%	58
K - Luxe Leven	899	1,2%	254.354	3,2%			0,4%	37
Totaal	76.213	100%	7.983.774	100%			1,0%	100

The Alignment House

Segment C
Volks en Uitgesproken



KENMERKEN

- Jonger dan 60 jaar
- Alleenstaand of samen
- Huishoudens met en zonder kinderen
- Studerend, werkloos of zoekend, arbeidsongeschikt, loondienst
- Praktijkgerichte opleiding
- Benedenmodaal of modaal
- Huurwoning
- Brommer, scooter
- Dagjes weg
  Gaming
  Attractiepark
  Darts, snooker
  Huisdieren
  TLC
  Slam!, FunX
  Roddelbladen (Privé, Story)
  Metro

Huurders in hechte buurten met vaste tradities en patronen.













The Alignment House

Segment F

Gewoon Gemiddeld



KENMERKEN

- 30 - 60 jaar
- Samen
- Kinderen in alle leeftijdsgroepen
- Loondienst
- Middelbaar opgeleid
- Modaal
- Koopwoning
- Twee auto's
- Verhuizingen
  Sport
  Doe-het-zelven
  Caravan, bungalowpark
  Bezoek pretpark
  Gezelschapsspellen
  Nickelodeon
  QMusic, Radio 538
  WIJ Jonge Ouders, Ouders van Nu

Een 'traditioneel' gezin in een rijtjeshuis met de auto voor de deur.








The Alignment House

Segment A

Dromen en Rondkomen



KENMERKEN

- 30 - 50 jaar
- Alleenstaand of samen
- Huishoudens met en zonder kinderen
- Studerend, werkloos of zoekend, arbeidsongeschikt, (pre)pensioen
- Praktijkgerichte of middelbare opleiding
- Benedenmodaal
- Huurappartement
- Tram, bus
- TV kijken
  Casino, bioscoop
  Pretpark, dierentuin
  Familiebezoek in het buitenland
  Online games
  FOX Sport
  Slam!, FunX
  Roddelbladen (Privé, Story)
  Metro

Stedelijk wonende huurders die het financieel niet breed hebben.













The Alignment House

Segment G

Gezellige Emptynesters



KENMERKEN

- Ouder dan 60 jaar
- Samen
- Geen kinderen of boven de 25 jaar
- Loondienst, (pre)pensioen, vrijwilliger
- Middelbaar opgeleid
- Modaal
- Koopwoning
- Eén (eigen) auto
- Veel uitstapjes
  - Wandelen, fietsen, tennissen
  - Actualiteiten
  - Vrijwilligerswerk
  - Politiek
  - Prepaid mobiel
  - Omroep MAX, regionale zenders
  - NPO 5
  - Fiets
  - Regionaal dagblad

Actieve 60-plussers die van knusheid en traditie houden.













The Alignment House

Segment B

Jong en Hoopvol

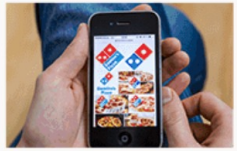


KENMERKEN

- Jonger dan 40 jaar
- Alleenstaand
- Geen kinderen
- Studerend, werkloos of zoekend, loondienst
- Havo/vwo, hoger opgeleid
- Benedenmodaal of modaal
- Huurappartement
- Trein, bus
- Festivals
  Gaming
  Avontuurlijke vakanties
  Attractiepark
  Snowboarden, vechtsporten
  MTV
  Slam!, FunX
  Cosmopolitan, Glamour, Elle, Vogue
  nrc.next

Aan het begin van de maatschappelijke ladder met nog alle kansen open.

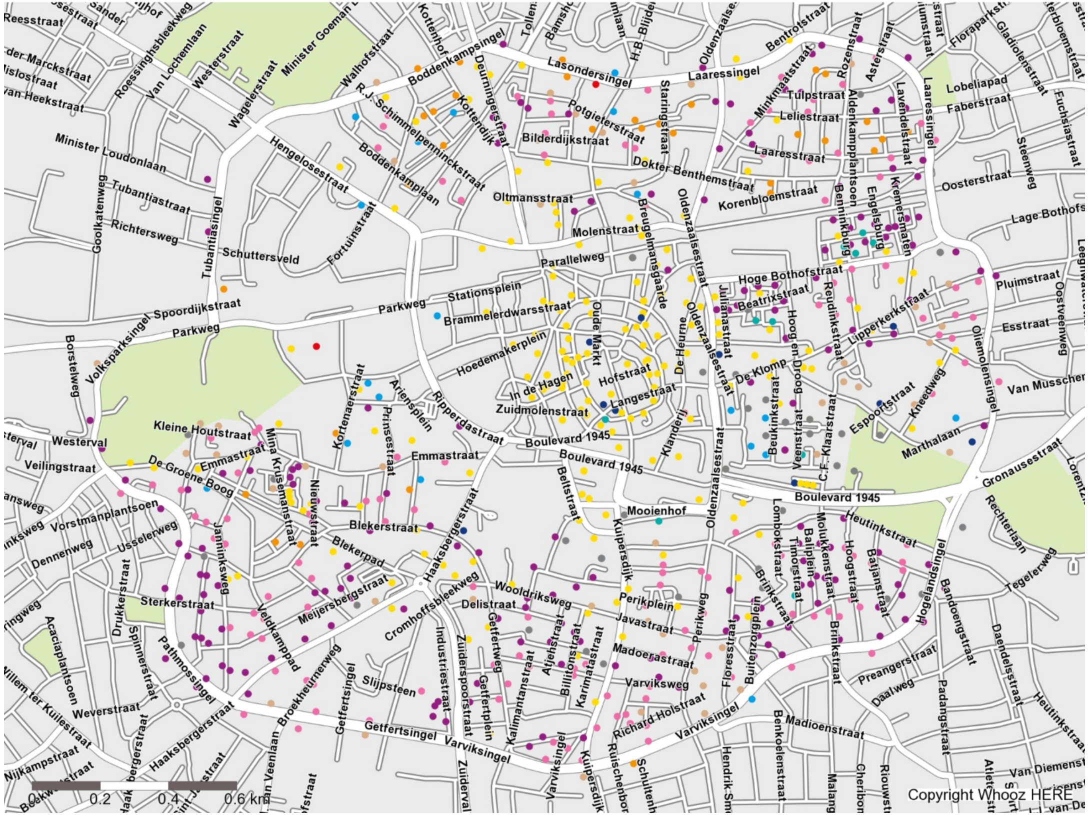




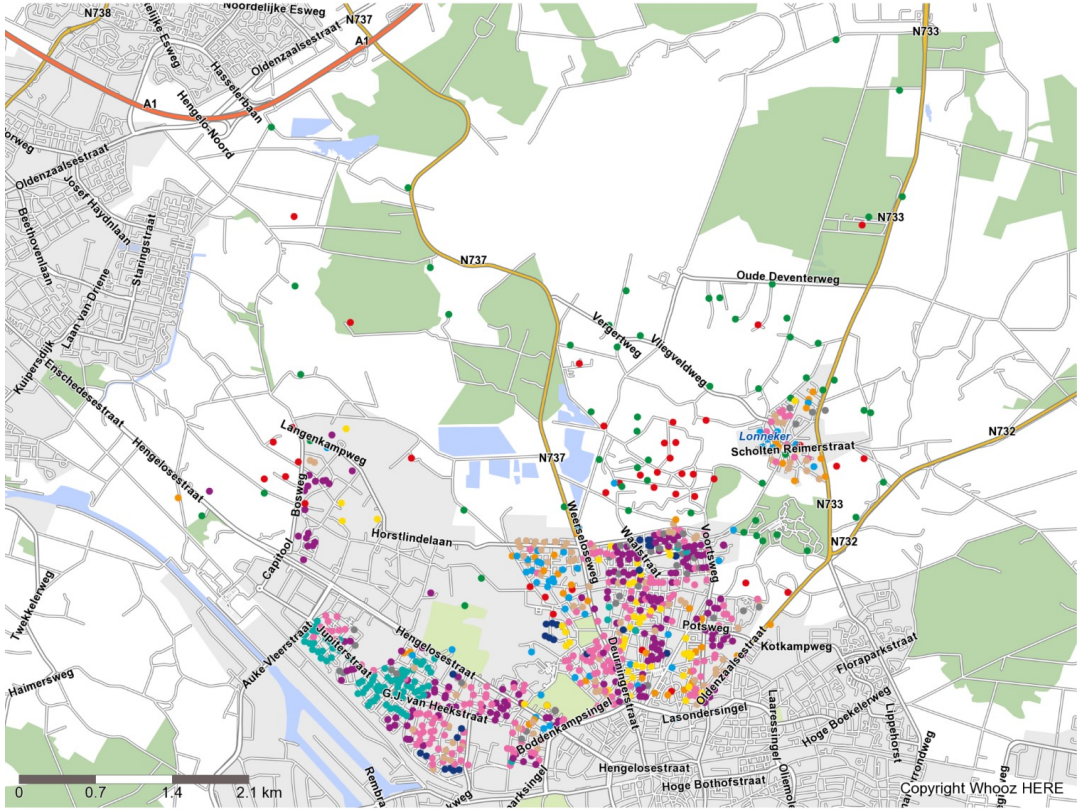
The Alignment House

Uitsplitsing centrum Enschede



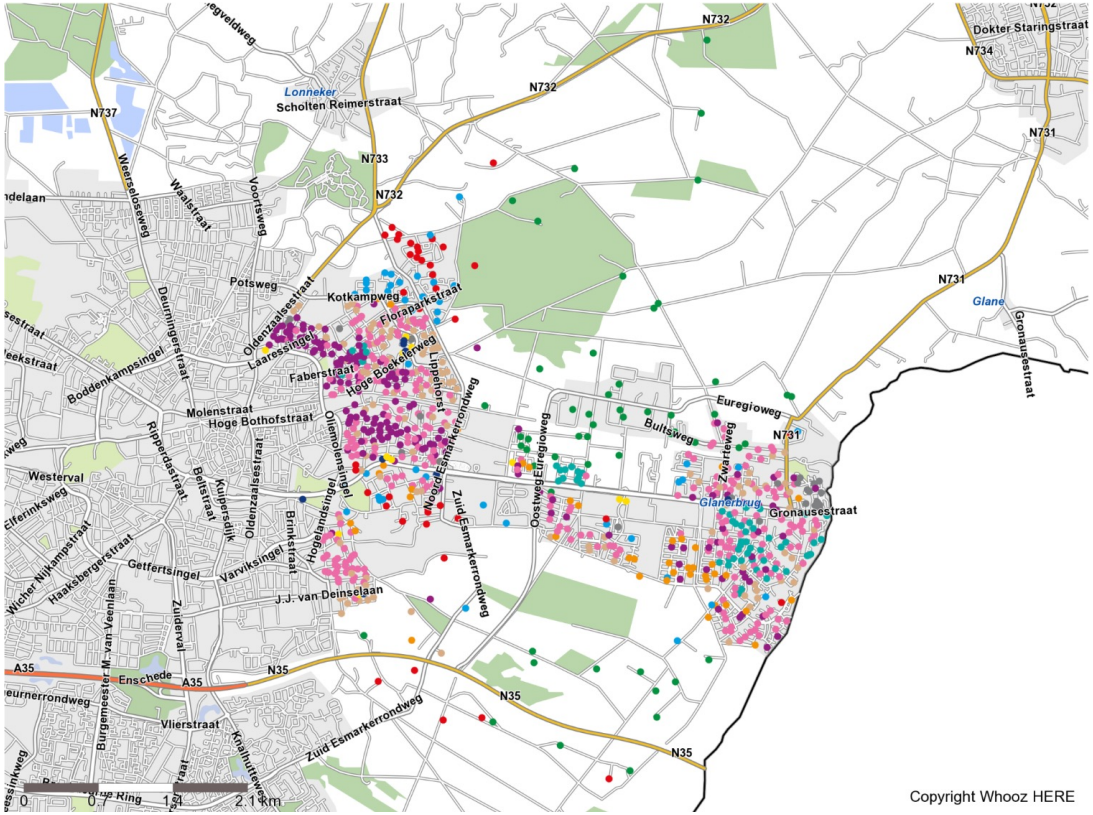
The Alignment House

Uitsplitsing noord Enschede



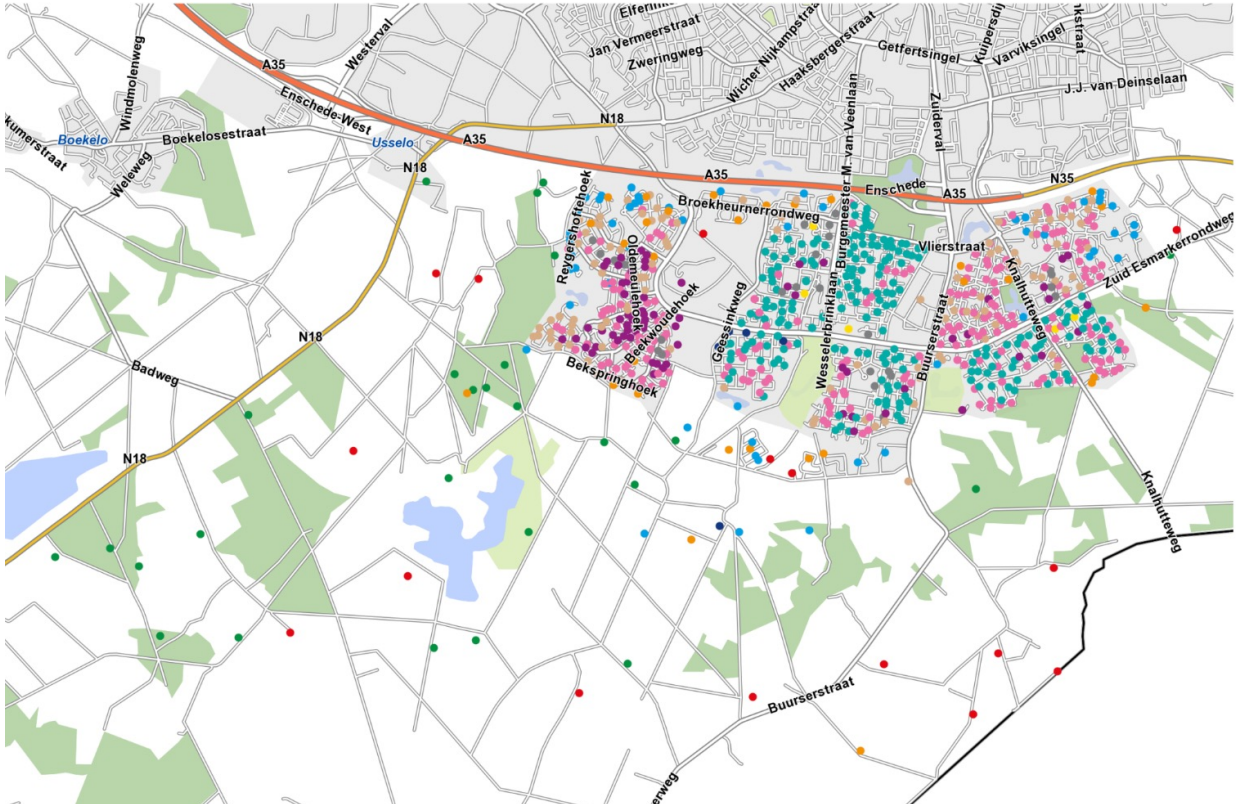
The Alignment House

Uitsplitsing oost Enschede



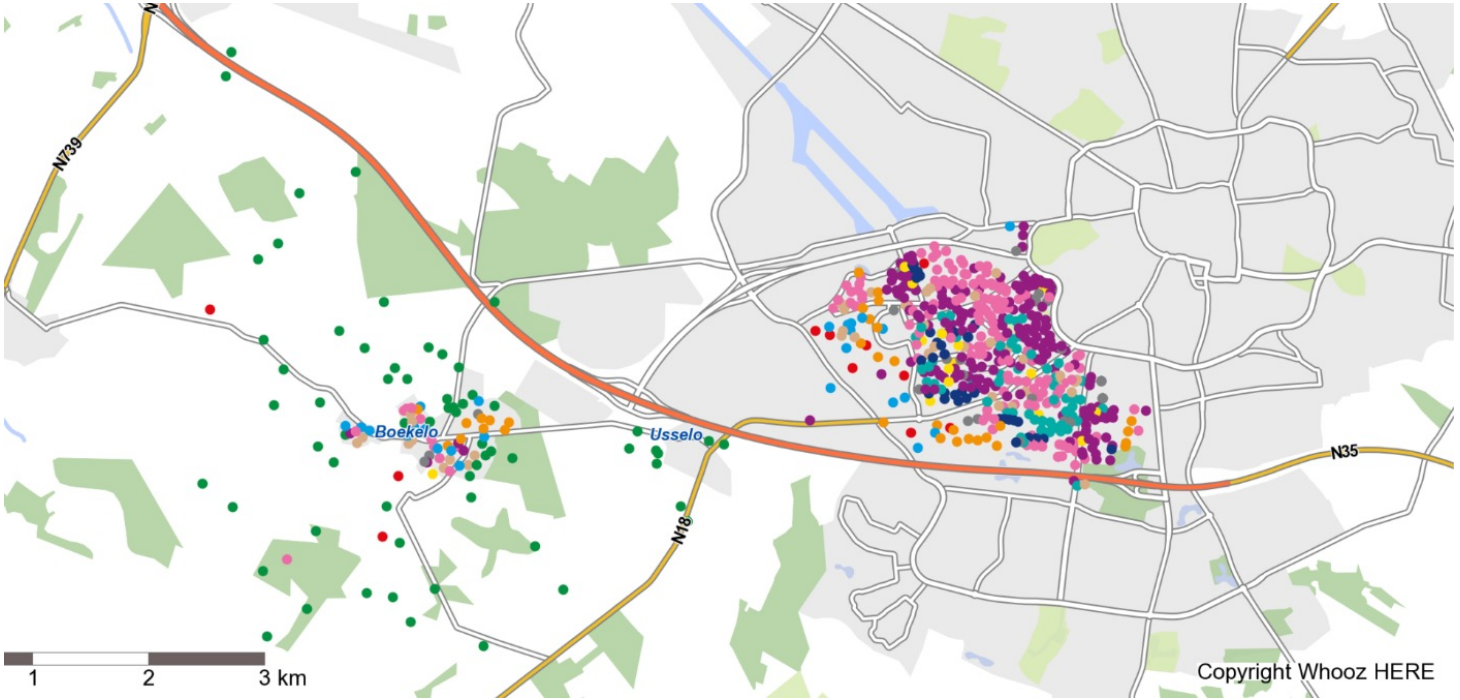
The Alignment House

Uitsplitsing zuid Enschede



The Alignment House

Uitsplitsing west Enschede



The Alignment House

Inzichten

- Wat opvalt is dat de groepen die het minder breed hebben veel voorkomen in Enschede; 'Volks en Uitgesproken', 'Dromen en Rondkomen' (vooral in Zuid Enschede), 'Jong en Hoopvol' en 'Gewoon Gemiddeld'.
- We zien in het centrumgebied voornamelijk de groep 'Jong en Hoopvol' terug. En in het noorden van Enschede zien we wat meer welvarende groepen zoals 'Luxe Leven' en 'Landelijke Vrijheid'.

Programma

- Welkom
- Proces
- Resultaten vragenlijst
- Resultaten diepte-interviews
- Segmentatie analyse
- Conclusie
- Afsluiting

The Alignment House

Conclusies: huidig bereik doelgroepen



Veel evenementen zijn er ‘voor alle doelgroepen’, maar zien in de praktijk vaak specifieke doelgroepen terug

Wanneer we naar alle evenementen gezamenlijk kijken valt op dat er veel is voor de volwassenen (met jonge kinderen) en veel voor welgestelde ouderen

Niet iedereen interpreteert culturele diversiteit en inclusie op dezelfde manier. Voor een deel van de organisatoren was het een lastig gespreksonderwerp

Het registreren van deelnemers bij een gratis evenement wordt door velen gezien als een kosten- en tijdsintensief proces dat mogelijk de toegankelijkheid van het evenement beperkt

Een deel vroeg zich af wat de behoefte is van de doelgroepen die lastig te bereiken zijn en hoe ze kunnen worden bereikt

The Alignment House

Conclusies: gewenst bereik doelgroepen



Een groot deel van de evenementen richt zich nu vooral op Enschede en ziet voor de toekomst meer een regionale rol voor zich

Bepaalde evenementen trekken nu vooral specifieke doelgroepen aan en zien voor de toekomst graag een meer algemeen publiek

Een groot deel van de organisatoren wil graag meer jongeren bereiken, maar noemt dat dit ook lastig is

Daarnaast blijkt het lastig om mensen die het minder breed hebben naar de evenementen toe te trekken. Er wordt door een deel van de evenementen wel nagedacht over hoe deze groep wel kan worden bereikt

Een deel van de organisatoren heeft ook aangegeven graag op dezelfde manier verder te willen gaan. Het is ook hard werken om de huidige doelgroepen en de kwaliteit van het evenement te behouden.

Er was veel behoefte aan een terugkoppeling van de resultaten. Daarnaast gaf een deel aan behoefte te hebben om meer samen te werken als organisatoren en om ook samen bij elkaar te komen

The Alignment House



The
Alignment
House