

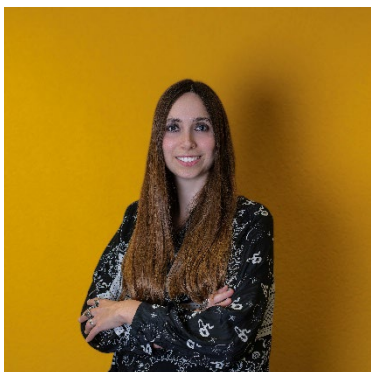
**Als poppodium of popfestival ben je eigenaar van klantdata (gegevens). Daarmee heb je goud in handen: je hebt informatie over de herkomst en het bezoekgedrag van jouw bezoekers. Hiermee kun je je inkomsten vergroten en meer bezoekers trekken.**



The New Horizon helpt opdrachtgevers om bezoekgegevens te analyseren en te interpreteren. Zo is recentelijk voor Poppodium Boerderij in Zoetermeer een analyse uitgevoerd in opdracht van Janine Karlas (directeur) en Arie Verstegen (oud directeur en nu adviseur bij Poppodium Boerderij). Doel van de analyse

was om erachter te komen wie de bezoekers van het poppodium zijn, waar ze vandaan komen en welke waarde zij voor het poppodium vertegenwoordigen .

Door de *huidige bezoekers* te analyseren, zijn ze vergeleken met de inwoners van het verzorgingsgebied. Zo maakt de analyse duidelijk welke doelgroepen over- of ondervertegenwoordigd zijn onder het publiek van Poppodium Boerderij, en er is inzichtelijk gemaakt wat het effect van de programmering en marketing van het Poppodium op hun markt is. Op basis van deze 'foto' van het huidige beleid worden nu onderdelen daarvan aangepast of geïntensiveerd.



De uitkomsten van de The New Horizon-EMC analyses zijn voor Poppodium Boerderij van grote waarde geweest, aldus Janine Karlas en Arie Verstegen. “Onder andere hebben we de analyseresultaten gebruikt in gesprekken met belanghebbenden zoals de gemeente”.

De analyses tonen aan dat dat veel bezoekers zich in een oudere leeftijdscategorie bevinden. “Daarmee hebben we in subsidiegesprekken met de gemeente kunnen onderbouwen dat er moet worden geïnvesteerd in zitplaatsen en eigenlijk zelfs in een nieuwbouwlocatie waarin deze zitplaatsen makkelijker gerealiseerd kunnen worden”.

“Daarnaast hebben we belangrijke aanknopingspunten gevonden voor aanpassingen aan de programmering voor ons doel om een jonger publiek aan te spreken. Uit de analyse bleek dat we met sommige vormen van aanbod (zoals Progressive Metal en New Wave) veel eerder dat jonge publiek naar ons poppodium weten te trekken dan met andere vormen. Door op gezette tijden optredens van categorieën zoals deze te programmeren, sturen we nu actief op ons bezoekersprofiel”.



Tenslotte heeft de analyse ons ook aan het denken gezet over onze positionering in strategische zin. In een aantal vervolgsessies gaan we nu dieper in op de vraag waardoor dit komt, of wij dit willen en/of moeten veranderen en zo ja op welke wijze.

“In al deze processen zijn de analyseresultaten die The New Horizon heeft geleverd, cruciaal geweest om de discussie structuur te geven en op basis van feiten de juiste keuzes te kunnen maken”.