

Wie is Vera?

Een onderzoek naar de verschillende bezoekersgroepen van Vera
–op basis van muziekvoorkeuren–
en de mate waarin deze bezoekers worden beïnvloed door hun vrienden
en / of ouders zodat Vera deze bezoekersgroepen beter kan bereiken

Door: Judith Koenes
S20.04.88

Afstudeerscriptie Vrijtijdwetenschappen
Faculteit der Sociale Wetenschappen
Universiteit van Tilburg

Afstudeerbegeleider: Dr. C.J.M. van Eijck
Tweede begeleider: Drs. K.H.H. Zegers
April 2005

Woord vooraf

Drie jaar geleden hadden we door een nummer uit een verschrikkelijk slechte film in onze villa in Johannesburg een gesprek: Hoe zou het er over ongeveer drie jaar uitzien voor ons? Zouden we inmiddels allemaal 'de ware' hebben gevonden en een huisje-boompje-beestje leven leiden, of toch nog op de vlucht voor de werkelijkheid en onze dromen ergens anders leven? Als iemand mij toen had verteld dat ik nu drie jaar later op het punt zou komen te staan mijn doctoraalscriptie Vrijetijdwetenschappen aan de UvT af te ronden, had ik diegene ronduit in het gezicht uitgelachen. Wat een grap!

En hier zit ik dan... Te bedenken wat ik eigenlijk kwijt wil in mijn voorwoord voor mijn doctoraalscriptie. Die Suid-Afrikaanse vriende van BOO! hadden compleet gelijk: "*I have a dream and to make it come true, all I need is a helping hand...*"

Ga niet bij een zwembad je afstuderen doen als je niet van zwemmen houdt...Dat advies deed me bellen naar het *Pronkjewail uut Grunn'* voor mijn afstuderen. Voor mij persoonlijk had het natuurlijk niet mooier gekund. Graag wil ik de mensen van Vera die mij geholpen hebben in welke vorm dan ook, in het bijzonder Robert Bangma, bedanken voor de (gast)vrijheid en enthousiasme die ik heb mogen ervaren. Tevens wil ik graag Yolanda bedanken voor de tijd en ontwerp van de voorkant van deze scriptie. De combinatie popmuziek en Vrijetijdwetenschappen levert bijna automatisch Koen van Eijck op als afstudeerbegeleider. Iemand van het departement die tenminste verstand heeft van goede muziek. Koen, dank je wel voor de prettige begeleiding tijdens dit onderzoek.

Hoe leg je aan je ouders uit dat je weer part-time thuis komt wonen als je al 5 jaar het huis uit bent? En dan ook nog met de vraag of je een behoorlijk aantal keren de auto mee mag omdat de concerten van Vera later zijn afgelopen dan dat de laatste bus naar huis gaat? Pap, mam, ik heb het jullie niet altijd even gemakkelijk gemaakt en dat zal ik mijzelf kennende ook nooit doen. Maar hoe jullie het altijd voor mij opnemen en mij steunen in mijn idealen, wensen en dromen, daar ben ik ontzettend dankbaar voor. Tilburg heeft niet altijd mijn thuis mogen zijn, maar dankzij jullie hulp was het altijd 'maar' 4 uur naar huis!

Dank jullie wel!

Tilburg, 11 april 2005

Summary

Pop music can be divided into underground and mainstream. The most important difference between the two is the way the bands produce and sell their music. Vera is an underground pop stage in the centre of Groningen. The aims of its organisers include 'offering full scope to artists in the underground scene to develop their talents' and making 'the International Pop underground accessible to the widest possible audience'. These aims are achieved by programming underground music, dance, films, and other underground activities.

Currently, the activities undertaken at Vera attract a diverse audience. It is important to Vera's organisers to be able to readily identify their target audience and know how to reach them. This could be more easily achieved if the organisation's target market were divided in more homogenous groups. Therefore, it is necessary to make the audience more homogeneous. The current research question is defined as follows:

'Which groups of visitors can be distinguished, based on preferences in musical taste, to what extent are their tastes affected by friends or parents, and how can Vera reach these visitors?'

This research question is backed up by literature on the behavior of visitors. The theory of planned behavior (Ajzen, 1988) is based on three principles: 'Attitude', 'social norm' and 'perceived behavioral control'.

According to Bourdieu (1992), attitudes can be learned from parents and other reference groups. He noticed that social background is an important determinant of musical preference. This is relevant to Vera; the social background of Vera visitors may influence their musical preferences. The cultural elite are said to be a group of visitors with a lot of knowledge about – and interest in – music (Bourdieu, 1992).

Peterson and Simkus (1996) argued that social background is not as important as Bourdieu maintained. The higher status groups do not visit only highbrow culture anymore. They are omnivorous in their patterns; enjoying both high- and lowbrow culture.

The social norm can be divided into social appreciation and social concession towards friends and parents (Ajzen, 1988). With regard to social concession, it has been observed that young people learn from their parents (e.g. Ter Bogt, 1997; Bourdieu, 1994; Nagel, 2003; Van Wel, 1993, 1994). However, when they grow up, they listen more to their friends.

With these theories in mind, a questionnaire was drawn up to collect quantitative data for answering the current research question. 404 visitors to Vera completed the questionnaire.

In this thesis, five clusters of Vera visitors were distinguished by a cluster analysis based on the musical preferences of the visitors. The five clusters are: (1) *hard guitars* where hardcore, metal, punk and rock get high rates (2) *omnivores* where all music genres get high rates (3) *black music* where all music originating in black music (e.g. soul, funk, blues), are clustered together (4) *non-devotees* where none of

the music genres are rated more highly than the other clusters and (5) *metal* where metal and hardcore music are rated highly in contrast to all the other genres.

These clusters have their own behaviors. *Hard guitars* are mostly intermediate users, which means they visit Vera approximately 3 to 6 times a year. This cluster visits Vera less for the program and more for the atmosphere, as compared to other clusters, and because friends or partners go to Vera. *The omnivores* show a wide range of interests in visiting Vera and reading music magazines. More than 40% of people in this cluster are female, which is the greatest proportion of females in any one cluster. This group visits Vera for the atmosphere, the program, and because relevant others are willing to visit Vera. The brochure of Vera, 'The Verakrant', is mostly read to gain information about the program after consulting with their friends and other contacts. The posters of Vera were also mentioned most often by this cluster compared to other clusters. *Black music* is the most mainstream cluster discerned in this thesis. More than 37% are visitors of 'Swingnights' of Vera. Members of this group are the most interested in top 40 music and they are not as interested in less well-known bands as members of the other clusters. Most of the visitors belonging to this cluster live in Groningen Town and are students. *The non-devotees* comprise more than 90% of visitors of concerts. Most of them are men and only 20% are students. Compared to people in other clusters, respondents in this cluster are on average older and more likely to visit Vera on their own, especially for the program. Those in this cluster are interested in Vera as a place to hear music and for no other reason. The people in this cluster, as compared to those in other clusters, read a lot of music magazines and are interested in more unknown bands. They resemble the 'cultural elite' as explained by Bourdieu (1992), because of their higher education and interest in – and knowledge of music. The final cluster, *metal*, is only interested in metal music. They do not rate any other genre high and ten visitors claim a subscription to 'Aardschok', a metal magazine. Only 33% of people in this cluster live in Groningen Town, the lowest rate of all clusters. Almost everyone in this cluster is younger than 31 years old, bringing down the average age of the cluster. They are primarily interested in the concerts in the main hall of Vera.

With regard to the second part of the research question, musical preferences were found to be connected to the musical taste of friends and parents, which was consistent with the theories mentioned above (e.g. Ter Bogt, 1997; Bourdieu, 1994; Nagel, 2003; Van Wel, 1993, 1994). The highest correlations are found between the visitors and friends. The strongest correlation (.713) can be seen between the preferences of 'singer / songwriter visitors' and 'singer / songwriters friends'. This genre also gives the highest correlation between the visitor and their parents, although this correlation (.378) was not as strong. Thus, respondents musical tastes are clearly more in line with those of their friends than those of their parents.

Inhoudsopgave

Summary	3
1 Aanleiding tot het onderzoek	7
1.1: Inleidend.....	7
1.2: De vereniging Vera.....	8
1.3: Aanleiding en doel van het onderzoek.....	9
1.4: Tot slot	10
2 Popmuziek	12
2.1: Inleidend.....	12
2.2: Mainstream en underground	12
2.3: Verschillen tussen mainstream en underground.....	13
2.4: Vervaging onderscheid mainstream en underground.....	15
2.5: 'Selling out'.....	16
2.6: De undergroundliefhebbers binnen Vera.....	17
2.7: Tot slot	17
3 Gedrag	18
3.1: Inleidend.....	18
3.2: Het gedrag in het algemeen	18
3.3: Attitude.....	21
3.3.1: Economische en culturele elite	21
3.3.2: Behoeftenvervulling.....	23
3.4: Sociale norm	27
3.4.1: Sociale waardering	27
3.4.2: Toegeefneigingen	29
3.5: Beperkingen.....	31
3.6: Probleemstelling en onderzoeksvragen	33
3.7: Tot slot	35
4 Operationalisering	37
4.1: Inleidend.....	37
4.2: Opzet vragenlijst.....	37
4.3: Operationalisering van de concepten.....	38
4.4: Dataverzameling	40
4.5: Analyse	42
4.6: Tot slot	43
5 Voorstelronde: het publiek van Vera	44
5.1: Inleidend.....	44
5.2: Achtergrondvariabelen	45
5.3: Smaak vrienden / ouders	49
5.4: Mediagedrag	52
5.5: Muziekvoorkeur	54
5.6: Reden bezoek	57
5.7: Bezoekfrequentie	58
5.8: Tot slot	62

6 Vijf bezoekersgroepen	63
6.1: Inleidend.....	63
6.2: Clusters	64
6.2.1: Profiel bezoekersgroepen.....	64
6.2.2: Effecten op clusterlidmaatschap.....	68
6.3: Reden bezoek	70
6.4: Cultureel bezoek.....	75
6.5: Bezoekgedrag Vera	77
6.6: Het mediagedrag.....	81
6.7: Voorkeur mainstream / underground.....	91
6.8: Tot slot	93
7 Beïnvloeding door de sociale omgeving.....	94
7.1: Inleidend.....	94
7.2: Wie gaat er mee?.....	95
7.3: Factoranalyses vrienden en ouders.....	95
7.3.1: Factoranalyse muziekvoorkeuren vrienden.....	95
7.3.2: Factoranalyse muziekvoorkeuren ouders.....	97
7.4: Samenhang per muziekgenre	99
7.4.1: Correlatietabel vrienden	101
7.4.2: Correlatietabel ouders.....	103
7.4.3: Overeenkomsten en verschillen.....	103
7.5: Tot slot	104
8 Conclusies	105
8.1: Inleidend.....	105
8.2: Harde gitaren	106
8.3: De omnivoren	106
8.4: Zwarte muziek	107
8.5: Niet-liefhebbers.....	108
8.6: Metal.....	109
8.7: Beïnvloeding door vrienden c.q. ouders.....	110
8.8: Terugkoppeling naar theorie	111
8.9: Tot slot	112
Literatuurlijst	114

1

Aanleiding tot het onderzoek

*'je droomt wel vaker van een feest
maar hier ben je nog nooit geweest'*

(Spinvis, 2002)

1.1: Inleidend

Muziek speelt een belangrijke rol in het leven van veel mensen. Naast het feit dat het een manier is voor een generatie om uiting te geven aan haar eigen identiteit en een onderlinge verbondenheid geeft, geeft muziek voornamelijk universeel plezier.

Het merendeel van muziek is op de achtergrond te horen, slechts bij 10% van het muziekgebruik is het luisteren naar muziek een primaire bezigheid. Volgens Ter Bogt (1992) is popmuziek continue aanwezig. Het is een altijd aanwezige achtergrondvulling zonder dat de mensen daarover echt enthousiast zijn. Het speelt tijdens de afwas, in de winkels, tijdens het werk en als achtergrond bij TV commercials. Er wordt niet geluisterd, het is een onopvallende maar wel aanwezige huisgenoot, waarvan de nabijheid wordt gemist als hij er niet meer is, aldus Ter Bogt (1990). Waar de TV de dode uren opvult als er niets te doen is, vult muziek de gaatjes die overblijven wanneer men wel wat te doen heeft.

Niettemin wordt er ook nog altijd volop primair naar muziek geluisterd. Mensen die primair muziek willen luisteren, kunnen dit doen in een poppodium. In dit onderzoek staan de verschillende bezoekersgroepen van Vera, een poppodium in Groningen, centraal.

Er zal eerst een korte beschrijving worden gegeven van Vera, om daarna over te gaan tot de probleemstelling en het doel van dit onderzoek. Verder zal er in de laatste paragraaf van dit hoofdstuk worden uitgelegd op welke wijze dit onderzoek is opgebouwd en wat er in de volgende hoofdstukken gaat komen.

1.2: De vereniging Vera

In deze paragraaf wordt kort ingegaan op de geschiedenis en het heden van Vera. Deze korte introductie geldt ter verduidelijking van Vera, aangezien niet alle lezers Vera zullen kennen. De paragraaf is opgedeeld in twee delen, een korte geschiedenis van Vera zal aan bod komen in het eerste gedeelte, om vervolgens over te gaan naar Vera van tegenwoordig.

De geschiedenis van Vera

Vera (Veri Et Recti Amici: ware en oprechte vrienden) is opgericht als besloten studentenvereniging in 1899. Na een aantal omzwervingen door de stad werd in 1956 het huidige pand in het centrum van Groningen gekocht. In de jaren zestig kwam de 'openheidsgedachte' naar voren, wat begin jaren zeventig leidde tot het openstellen van de club voor 'iedereen'. De studentenvereniging had opgehouden te bestaan en de vereniging Vera als Open Jongeren Centrum met een sterk politiek / maatschappijkritisch karakter was een feit (Bron: Vera, Tappersinstructie 2004).

Door bezuinigingen bij de afdeling Welzijn van de gemeente Groningen eind jaren tachtig kwam bijna het einde in zicht van Vera. De gemeente vond één podium in Groningen (te weten Simplon) genoeg. Door de groots opgezette reddingsactie "Don't Fuck with Vera", werd dit afgeweerd en het gemeentebestuur besloot Vera onder te brengen bij de sector Cultuur. Vanaf dat moment hield Vera op een open jongeren centrum te zijn. Het poppodium kwam vanaf toen centraal te staan, gericht op de underground (Bron: Vera, Tappersinstructie 2004).

Vera tegenwoordig

Tegenwoordig houdt Vera zich bezig met de promotie van de "Internationale Pop Underground". Dat wil zeggen dat in Vera aandacht wordt besteed aan underground muziek, dans, films, blaadjes, literatuur, strips en al het andere wat gerekend mag worden tot de Internationale Pop Underground.

De doelstelling van Vera is het bevorderen en in stand houden van de erkenning en belangstelling voor de Internationale Pop Underground in het algemeen en de popmuziek in het bijzonder. De doelen hierbij zijn:

- Het bieden van een podium / locatie waar culturele en kunstzinnige activiteiten op het terrein van de Internationale Pop Underground ontplooid worden.
- Het onder de aandacht brengen en toegankelijk maken van de Internationale Pop Underground bij een zo breed mogelijk publiek (Bron: Vera, Beleidsplan 2004-2008).

Op jaarbasis worden er ongeveer 110 concerten in de Grote Zaal geprogrammeerd. Het betreft bands uit Nederland en de rest van de wereld. Daarnaast worden 46 'Downstage-avonden' georganiseerd. Dit zijn voornamelijk bands uit Groningen en de rest van Nederland, incidenteel treedt hier een buitenlandse band op. Er vinden 46 'Swingavonden' op zaterdagavond plaats, waar muziek wordt gedraaid die in het verlengde ligt van de concertprogrammering. Ook vinden er nog op acht avonden een zogenoemde 'Dub Inferno Sound System' plaats, een reggae dansavond. Naast de muziekkavonden worden er ook gemiddeld

46 keer per jaar 'Zienema' avonden geprogrammeerd. Dit zijn avonden dat experimentele films worden vertoond die in de stad Groningen en de regio niet aan bod komen (Bron: Vera, Beleidsplan 2004-2008). Er zal in deze scriptie alleen worden gekeken naar de bezoekers van de muziekavonden. Er is gekozen om de bezoekersgroepen van de concert- en Swingavonden te analyseren om het onderzoek niet te breed te maken in verband met de beschikbare tijd en de onderlinge vergelijkbaarheid van de respondenten.

Het teruglopen van het aantal vrijwilligers is in elke vereniging een grote zorg. De Hart (1999) noemt onder andere de teruglopende invloed van sociale verbanden en de verlenging van een studieperiode van jongeren als bedreigingen van het vrijwilligerswerk in Nederland. Ook de stijging van het aantal vrijetijdsvoorzieningen ziet hij als één van de factoren dat leidt tot minder bereidheid tot vrijwilligerswerk. Vera bevindt zich in de positie –in tegenstelling tot veel andere clubs in Nederland – dat er in Groningen nog voldoende vrijwilligers rondlopen die aan de slag gaan om de doelstellingen van Vera te kunnen waarmaken. Door te werken met vrijwilligers is het mogelijk de entree- en drankprijzen laag te houden, zodat Vera voor zoveel mogelijk mensen laagdrempelig is. In 2004 schommelde het aantal vrijwilligers rond de 210, onderverdeeld in verschillende taken zoals bijvoorbeeld de tap, de Artdivision, de DJ's op de swingavonden, de beheerders en de promotie. Op dit moment heeft Vera 18 vaste medewerkers in dienst (Bron: Vera, Tappersinstructie 2004).

In 2004 heeft Vera Het Duiveltje gewonnen, de prijs voor het beste poppodium van Nederland gekozen door de artiesten. Deze prijs wordt sinds 2003 uitgereikt door het Nederlands Pop Instituut en wordt gezien als waardering van de muzikanten. Remi Tjon Ajong, zanger van de Tilburgse band Green Lizard, antwoordt op de vraag in een interview met Plug wat hij vindt van het poppodium van Tilburg, 013:

'Ik vind zelf Vera in Groningen een van de leukste zalen om te spelen. Als muzikant word je daar echt behandeld alsof je bijzonder bent.' (Bron: Jubileumkrant 013)

1.3: Aanleiding en doel van het onderzoek

Tijdens het gesprek over dit onderzoek werd er vanuit Vera geen concrete opdracht voorgelegd, maar is er in overleg tot een opdracht gekomen. De vragen waar Vera graag een antwoord op wil hebben zijn onder andere waarom de bezoekers nu juist naar Vera komen en in hoeverre zijn er verschillende bezoekersgroepen te onderscheiden waarop men zich, afhankelijk van de programmering, meer specifiek zou kunnen richten. Kortom: wie zijn de bezoekers en hoe kan Vera ze bereiken?

De algemene probleemstelling van dit onderzoek kan dan ook worden beschreven als:

"Wie zijn de bezoekers van Vera, waarom komen ze en hoe kan Vera deze bezoekersgroepen bereiken?"

Deze probleemstelling zal in hoofdstuk 3 theoretisch worden onderbouwd en zal verder worden uitgewerkt.

Zoals te zien is in tabel 1.1 is er een stijgende lijn te zien in de betalende bezoekersaantallen, met uitzondering van het jaar 2002. Dit onderzoek wordt dan ook niet gedaan in verband met tegenvallende bezoekersaantallen, maar om informatie in te winnen over de bezoekers om beter in te kunnen spelen op de wensen van het publiek.

Tabel 1.1: Overzicht optredens en bezoekers Vera (Bron: Jaarverslag Vera, 2003)

	1999	2000	2001	2002	2003
<i>Aantal avonden</i>	103	98	113	113*	120
<i>Aantal optredens</i>	192	181	221	208	224
<i>Totaal betalende bezoekers</i>	19.772	20.214	26.221	23.940	26.826
<i>Gem. betalende bezoekers</i>	192,0	206,3	232,0	211,9	223,6
<i>Entreprijs (euro)</i>	3,79	3,62	4,03	4,90	5,97

* Inclusief de opening in Minerva van de Vera Poster Expositie

Relevantie

De markt en het consumentengedrag zijn tegenwoordig zo complex geworden dat in veel gevallen intuïtie niet meer voldoende is. Onderzoek levert daarom naar verwachting informatie op die Vera kan gebruiken om betere communicatie- en marketingbeslissingen te nemen. Door middel van onderzoek kan Vera inzicht krijgen in de sterke en zwakke punten van Vera zoals waargenomen door de bezoekers (Floor & Van Raaij, 1998). Tevens zal Vera een beeld krijgen van haar verschillende bezoekersgroepen en hun mediagedrag, om deze bezoekers beter te kunnen bereiken.

1.4: Tot slot

In dit inleidende hoofdstuk is een kort beeld geschetst van de opdrachtgever en de probleemstelling die centraal staat in dit onderzoek. In het volgende hoofdstuk zal er dieper worden ingegaan op het onderscheid dat bestaat in de popmuziek. Aangezien Vera niet een doorsnee poppodium is, zal het verschil tussen mainstream en underground popmuziek worden toegelicht. Dit is ter informatie om het specifieke programma van Vera te verduidelijken.

In het derde hoofdstuk zal een theoretische onderbouwing van de probleemstelling en de deelvragen worden beschreven. In dit hoofdstuk wordt gebruik gemaakt van het algemene gedragsmodel van Ajzen (1988), 'the theory of planned behavior'. In deze theorie komt een aantal aspecten aan bod, zoals de attitude, de sociale norm, en de beperkingen die ervoor zorgen dat (potentiële) bezoekers wel of niet een bezoek zullen brengen aan Vera. Aan de hand van deze theorie wordt de rest van het theoretisch kader onderbouwd. Het onderzoeksmodel aan de hand van de probleemstelling en de deelvragen zal vervolgens worden geschetst naar aanleiding van deze theorieën. Het vierde hoofdstuk legt de operationalisering van dit onderzoek uit. Er zal algemene informatie volgen over de vragenlijst die is opgesteld en er zal een

beeld worden geschetst van de methode van dataverzameling. Verder zullen in dit vierde hoofdstuk de dataverzameling en de respons worden besproken. In het vijfde hoofdstuk zal eerst een voorstelronde worden gedaan om te kijken hoe de concertbezoekers en Swingbezoekers de vragenlijsten hebben ingevuld. Dit wordt gedaan om een duidelijker beeld te schetsen van de respondenten. In hoofdstuk zes zal begonnen worden met de analyses. Door middel van een clusteranalyse op de muziekvoorkeuren van de respondenten zullen clusters worden gemaakt, die in hoofdstuk zes centraal zullen staan. Hoofdstuk zeven zal ruimte bieden om te kijken welke relatie er is tussen de muzikale voorkeuren van de respondenten en de ouders / vrienden van de respondenten. Hoofdstuk acht tenslotte zal plaats bieden aan de conclusies van dit onderzoek.

2 Popmuziek

*I'll make my music boring
I'll play my music slow
I ain't no artist, I 'm a businessman
No ideas on my own*

(Dead Kennedys, 1987)

2.1: Inleidend

Een onderzoek naar de (potentiële) bezoekers van een poppodium geeft veelal genoeg gespreksstof aangezien iedereen wel een mening heeft over de nieuwste CD van een bepaalde band of aanwezig was bij een concert in een poppodium. Maar dat er verschillende soorten popmuziek te onderscheiden zijn, is niet altijd duidelijk. Vera is een poppodium dat zich specifiek richt op undergroundmuziek in tegenstelling tot bijvoorbeeld de Heineken Music Hall, die zich grotendeels richt op de grote massa. Om een duidelijk beeld te krijgen van de underground en haar bezoekers wordt in dit hoofdstuk ingegaan op het onderscheid in de popmuziek tussen mainstream en underground.

2.2: Mainstream en underground

Binnen de muziek zijn verschillende soorten stromingen te onderscheiden waar popmuziek een belangrijk onderdeel van is. Deze popmuziek is op te splitsen naar underground en mainstream. Mainstream wordt ook wel afgekort tot MOR, Middle Of the Road (Van der Plas, 2003). De term underground wordt niet altijd gebruikt. Hebdige (1979) spreekt bijvoorbeeld over mainstream en 'subcultures', waar Thornton (1995) spreekt over mainstream en 'alternatives' hetgeen beiden op hetzelfde neerkomt als mainstream en underground. Deze benamingen kwamen naar voren in de jaren zestig (Borghardt, 1970). De hippies waren volgens Borghardt (1970) de eersten binnen de undergroundscene, dit was één van de eerste stromingen die zich redelijk georganiseerd afzette tegen de toen geldende scene. De eenvoudige rock-'n-roll en rhythm & blues van de vijftiger jaren worden volgens de naslagwerken gezien als de voorlopers op de mainstream (Keunen, 1996; Van der Plas, 2003).

Underground is een verzamelnaam voor alle muziekstromingen die zich aan de aandacht van het grote publiek onttrekken. Verschillende muziekstijlen zijn ontstaan in de underground, denk hierbij bijvoorbeeld aan grunge en punk. Als ze populair worden bij een groter publiek verliezen ze doorgaans hun aantrekkingskracht voor de fans in de underground. Die gaan weer op zoek naar iets nieuws (Van der Plas, 2003). De mainstream appelleert aan de smaak van de gemiddelde consument. Mainstream-artiesten onderscheiden zich van andere popartiesten doordat ze niet tot een bepaalde subcultuur behoren (Van der Plas, 2003).

2.3: Verschillen tussen mainstream en underground

Het verschil tussen deze twee substromingen bevindt zich niet zoals vaak wordt aangenomen alleen in het wel of niet afzetten tegen de maatschappij. Het grootste verschil tussen mainstream en underground zit in de wijze van produceren en verkopen van de muziek. Dit kan op twee manieren gebeuren: of de band volgt zijn eigen weg, doet zijn eigen 'ding' en brengt zijn muziek uit bij independents (ook wel indies genoemd; zogenoemde onafhankelijke, relatief kleine platenmaatschappijen), of de band en een grote platenmaatschappij (de zogenoemde majors) profiteren van elkaar. Dit profiteren kan in verschillende vormen voorkomen, zoals bijvoorbeeld een inkomstenbron voor de platenmaatschappij en een omvangrijk opname- en promotiebudget voor de band. Volgens Van der Plas (2003) wordt de muziekindustrie gedomineerd door vijf majors: Sony, Time Warner, Bertelsmann, Thorn-EMI, Vivendi-Universal. Deze concerns bezitten naast platenmaatschappijen ook televisie- en radiostations, uitgeverijen en internetsites. Deze majors hebben ruim 60% van de Nederlandse muziekmarkt in handen. De overige bands brengen hun muziek uit bij een van de independents.

Een undergroundband behoort eigenlijk volgens de ongeschreven regels zijn muziek uit te brengen bij een independent en bands maken dan ook regelmatig duidelijk hoe zij over de majors denken. Een voorbeeld hierin is de band Biohazard die zonder er om heen te draaien in het nummer "Business" (1992) stelt:

'Tell me what is good for me and my career, Fuck you and your selfish advice (...), Music's for you and me, not the fucking industry (...) You're full of shit, it's plain to see, the whole damn fucking industry'.

Op deze manier geeft Biohazard uiting aan de irritatie die er heerst ten opzichte van managers in dienst van platenmaatschappijen die bepalen wat de bands wel en niet mogen doen.

Volgens David Rowe (1995) zit het verschil tussen indies en majors in 4 aspecten, te weten: de eigenaar, de schaal, de integratie en het marktaandeel. *De eigenaren* zijn volgens Rowe vaak zelf muziekbeoefenaars of voormalige muziekbeoefenaars die duidelijk laten merken affiniteit met de muziek

te hebben. Een voorbeeld hiervan is Brett Gurewitz van Bad Religion die in de tachtiger jaren een eigen label – Epitaph – oprichtte om een single te kunnen uitbrengen. Brett Gurewitz zegt hierover:

'We wanted to make our records so our friends could hear us. Also, to us, an important element of punk rock culture was making your own records and singles. Everyone was doing it.' (Arnold, 1997, pag. 95).

Ook muzikanten als Jack White, één van de bandleden van the White Stripes, en Ben Weaver zijn hun eigen label begonnen. Dit gebruiken ze niet alleen om hun eigen muziek uit te brengen, maar ook om andere bandjes de kans te geven om via dit label muziek te produceren.

De *schaal* van de platenlabels verschilt aanzienlijk. Een indie is over het algemeen kleiner dan een major. De meeste indies zijn meer regionaal en lokaal gericht, terwijl de majors multi- en soms zelfs transnationaal bezig zijn. De belangrijkste kritiek op de massacultuur van popmuziek is dat het te gehomogeniseerd zou zijn. Mainstream zou subgenres in de muziek miskennen om een zo groot mogelijk publiek aan te spreken (De Meyer, 1994; 1995). Boomkens (1994, pag. 114) gaat zelfs nog verder in zijn opmerkingen over de homogenisering van de popmuziek:

'Inmiddels zijn wij allen 'pop' geworden, tot op grote hoogte. Dat wil zeggen: anders dan voorheen verzetten we ons niet langer principieel tegen het idee deel uit te maken van een cultuur, die gemaakt wordt voor en door massa.'

De *integratie* zoals Rowe (1995) dat noemt hangt samen met de schaal. Aangezien indies meestal vrij klein zijn, zijn deze gericht op een specifiek segment. Dit in tegenstelling tot een major zoals Virgin. Naast muziek brengt deze DVD's uit, verkoopt water en heeft een divisie gericht op een vliegtuigmaatschappij. Een independent daarentegen richt zich op een specifieke groep muzikanten, zoals Sub Pop dat bijvoorbeeld deed ten tijde van de grunge.

Het *marktaandeel* van de indies en majors verschilt door bovenstaande punten dusdanig, dat ook hier het verschil tussen deze manier van muziek uitgeven wederom duidelijk wordt. De vijf majors hebben ruim 60% in handen terwijl honderden indies de overige 40% delen (Van de Plas, 2003).

Het onderscheid in underground en mainstream ligt in de productiekant en niet aan de consumptiekant. Het verschil tussen underground en mainstream zit dus niet in de muziekstijl zelf, maar in bovengenoemde factoren. Een nederhopband als de Osdorp Posse kan dan ook tot de underground behoren, terwijl een punkband als The Offspring tot als mainstream wordt bestempeld.

Thornton (1995) geeft in haar boek een overzicht hoe de mainstream en underground er idealiter uit zien. Dat doet zij via de volgende tabel:

Tabel: 2.1: Onderscheid underground en mainstream

<i>Underground</i>	<i>Mainstream</i>
Hip /Cool	Straight / square
Independent	Commercial
Authentic	False / Phoney
Rebellious / radical	Conformist / conservative
Specialist Genres	Pop
Insider Knowledge	Easily accessible information
Minority	Majority
Heterogeneous	Homogeneous
Youth	Family
Classless	Classed
Masculine Culture	Feminine Culture

2.4: Vervaging onderscheid mainstream en underground

Het onderscheid tussen mainstream en underground vervaagt. Dat heeft een tweetal redenen. De eerste reden is dat consumenten tegenwoordig steeds meer verschillende soorten muziek consumeren en sommige bands zorgen voor een neembare stap voor deze bezoekers. Deze bands passen hun muziek aan op de hitgevoeligheid van nummers om te proberen de verkopen van hun muziek op te krikken. Bands vanuit de underground veranderden moeiteloos in mainstream acts (Keunen, 1996). Hierdoor vervaagt het onderscheid tussen mainstream en underground.

De tweede reden van de vervaging tussen mainstream en underground is dat ook de media en majors invloed uitoefenen op het onderscheid. Nadat de major David Geffen company een grote naam uit de undergroundwereld, Sonic Youth, had weten vast te leggen, hoopte deze major bands aan te trekken die ze financieel konden uitmelken. Deze bandjes bleven ten tijde van Sonic Youth nog achterwege, maar uiteindelijk wist Geffen in 1991 wel een band te vinden die ervoor zou zorgen dat Geffen andere bands zou kunnen uitmelken: Nirvana, een band uit Seattle onder leiding van zanger Kurt Cobain.

Met hun tweede CD, 'Nevermind', zorgde Nirvana voor het ontwikkelen van een nieuwe muziekstroming, de grunge. De single 'Smells like Teen Spirit' belandde overal in de hitlijsten en van de CD zijn meer dan tien miljoen exemplaren verkocht (Keunen, 1996). De majors doken op de underground van Seattle in de hoop net zo'n band te vinden als Nirvana. De majors toonden plotseling veel interesse in de grunge en deze aandacht werd overgenomen door de media. Door deze media-aandacht kwamen de mainstream en underground dicht bij elkaar te liggen (Heesterbeek, 2002). Deze ontwikkeling gaat twee kanten op: zowel de underground wordt commercieel interessant als ook de bands die meewerken aan een overstap naar een major. Bands tekenen zelf bij een major zonder hiertoe gedwongen te worden. Deze 'selling out' wordt gezien als iets dat niet hoort binnen de underground.

2.5: 'Selling out'

Het begrip selling out betekent in feite *selling to outsiders*. Naast de vaste luisteraars van een band probeert een band een nieuwe doelgroep te genereren (Thornton, 1995).

Volgens Rowe (1995) is het te simpel om te stellen dat 'selling out' slechts te zien is aan de hoge toegangsprijzen, de dure merchandising en het contract bij de major. Hij zegt in '*Popular Cultures*' dat het ook te maken heeft met een professionele en voorgenomen houding van een band en van diens manager om (potentiële) kopers te winnen voor hun muziek. De band is niet meer de band die muziek maakt, maar de band die de platen en merchandise wil verkopen. Een voorbeeld hiervan zijn de woorden van Greg Kriesel – bassist van The Offspring – die een interview gaf aan Arnold Scheepmaker (2004, pag. 16). Op de vraag of het niet tegenstaat om dag in dag uit in een identiteitsloze kleedkamer rond te hangen antwoordt Greg Kriesel als volgt:

'We balen er vooral van dat de CD-markt is ingestort. Daardoor weet je op voorhand dat je nieuwe CD minder zal verkopen dan de voorgangers. Dat werkt demotiverend.'

Hebdige (1979) vult dit nog verder aan en spreekt bij 'Selling out' over een 'process of incorporation into the hegemony'. Het gaat niet alleen om muziek en merchandising, het gaat volgens hem ook om de verandering waarbij 'previously subversive subcultural signs are converted into massa-produced commodities.'

Zowel Rowe (1995) als Wermuth (2002) spreken over authenticiteit als het gaat om 'sell out'. Er zijn volgens Wermuth twee verschillende soorten popmuziek te onderscheiden, namelijk 'popmuziek als een schaamteloos vehikel' en 'popmuziek die authentiek is – en dus kwaliteit heeft en vernieuwend is'. Dit leeft volgens haar niet alleen bij professionele beoordelaars zoals popjournalisten of wetenschappers, maar ook bij fans en artiesten. Een band die veel 'credibility' (geloofwaardigheid en integriteit) heeft verloren door een 'sell out' is bijvoorbeeld Green Day met hun CD 'Dookie'. Deze CD is geproduceerd door de major Warner, terwijl hun vorige CD's geproduceerd zijn door een independent. De zanger, Billie Joe, verdedigt zich erover door te zeggen dat:

'We didn't do anything wrong. I'm pretty happy and content with where I'm now, and if someone doesn't like it, that's their problem....We just do the things we have always done' (Arnold, 1997, pag. 83).

Maar ook Arnold (1997) laat weten waar de band mee te kampen heeft: dag in dag uit moet Green Day zich nog steeds na enkele jaren verdedigen voor hun overstap en moeten vragen beantwoorden over de credibility en hun afkomst. Het Do-It-Yourselfprincipe (DIY) dat geldt binnen de underground is dan ook nog steeds belangrijk.

2.6: De undergroundliefhebbers binnen Vera

Vera richt zich op eerdergenoemde underground. Het is de vraag in hoeverre daarmee ook een publiek wordt aangesproken dat zich op underground richt. Enerzijds is de grens tussen mainstream en underground niet altijd duidelijk, anderzijds is er de gedachte dat er sprake is van twee verschillende werelden die weinig van elkaar willen weten. Dat de twee werelden weinig van elkaar willen weten is in tegenstelling tot het onderzoek van Peterson & Simkus (1992), die ervan uitgaan dat undergroundliefhebbers gemakkelijk aansluiting vinden bij de mainstream omdat zij concluderen dat er steeds meer omnivoren komen. In het volgende hoofdstuk zal deze bewering theoretisch worden onderbouwd.

De muziek die geprogrammeerd wordt in Vera zijn specifieke bands, waar niet iedereen op af zal komen. Volgers van de mainstream zullen niet snel in Vera verschijnen, waar verwacht mag worden dat bezoekers die kleine interessante bandjes willen zien juist vaak komen.

2.7: Tot slot

In dit hoofdstuk is een kort beeld geschetst over de verschillen binnen de popmuziek. Aan de ene kant is er de mainstream, aan de andere kant staat de underground. Zoals is verteld aan het begin van dit hoofdstuk richt Vera zich op de underground.

De muziekvoorkeuren die gelden bij de bezoekers van Vera zijn niet zomaar ontstaan. Voordat iemand tot een bepaalde muziekkeuze komt, wordt hij daarin gestuurd (bijvoorbeeld door vrienden of ouders) of juist geremd. Dit zal in het volgende hoofdstuk worden uitgelegd aan de hand van het theoretisch kader.

3

Gedrag

'I can handle that'

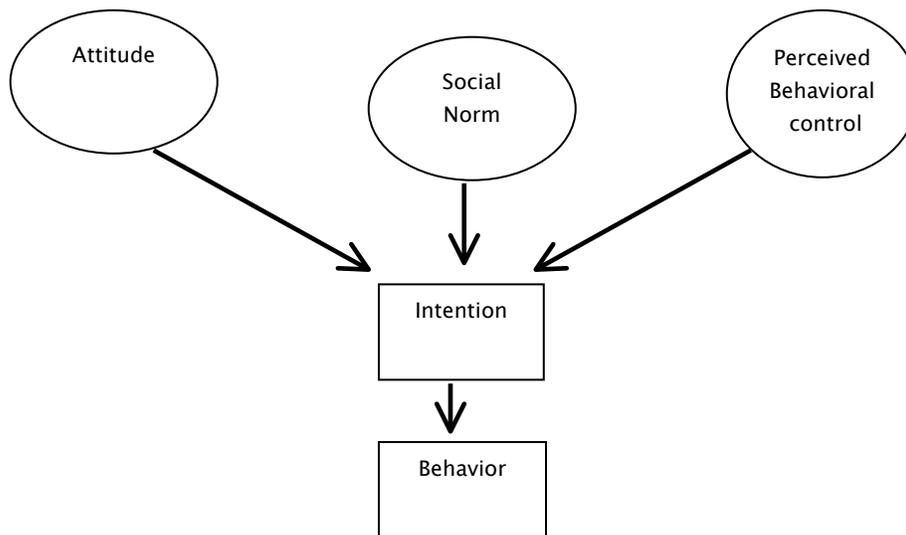
(Green Hornet, 2004)

3.1: Inleidend

Er komen verschillende bezoekersgroepen naar Vera. De ervaring leert dat het publiek van een metalconcert zich anders gedraagt dan het publiek dat op een gemiddelde Swingavond rondloopt. Deze bezoekersgroepen bezoeken niet zomaar lukraak een poppodium, daar zit een gedachte achter. Althans dat is het idee van Fishbein en Ajzen (1975). Ajzen (1988) heeft de theorie van Fishbein en Ajzen verder uitgebreid en aan de hand van dit model zal de theoretische onderbouwing van dit onderzoek worden uitgelegd. In de volgende paragraaf zal eerst het algemene gedragsmodel worden gepresenteerd. Via dit algemene gedragsmodel van Ajzen zal de rest van de theorie voor dit onderzoek besproken worden om aan de hand van deze theorieën de probleemstelling en onderzoeksvragen van dit onderzoek te doorlopen.

3.2: Het gedrag in het algemeen

Dat een bezoeker van Vera niet zomaar Vera bezoekt, wordt duidelijk aan de hand van het algemene gedragsmodel: 'theory of reasoned action' van Fishbein en Ajzen (1975). Hier heeft Ajzen (1988) een aanvulling op geschreven in de 'theory of planned behavior' door middel van de toevoeging van 'perceived behavioral control'. Door middel van deze laatste theorie wordt het gedrag voorspeld, zoals is weergegeven in figuur 3.1. In deze theorie worden drie aspecten onderscheiden die invloed hebben op de gedragsintentie, te weten 'attitude', 'social norm' en 'perceived behavioral control'. Deze drie aspecten zijn motiverende factoren die invloed uitoefenen op het gedrag via de gedragsintentie. Hoe sterker de intentie, hoe groter de kans dat men bereid is het gedrag te vertonen (Ajzen, 1991).



Figuur 3.1: Theory of planned behavior

Attitude

Attitudes kunnen worden omschreven als voorkeuren en afkeuren ten aanzien van producten, diensten, personen, ideeën, gedragingen en andere objecten (Fishbein en Ajzen, 1975). De attitude bestaat uit eigen overtuigingen en evaluaties van deze overtuigingen. Hier vallen gewoontes ook onder. Bezoekers van Vera die altijd naar Vera gaan, zullen er dan ook eerder weer heen gaan ('een herhalingsaankoop doen'). Er wordt een attitude gevormd ten opzichte van Vera, waar ook emotionele associaties van invloed op kunnen zijn (Van Raaij & Antonides, 1994). Iemand die goede herinneringen heeft aan een vorig concert in Vera, zal dan ook eerder geneigd zijn terug te gaan naar Vera dan iemand die het niet naar de zin heeft gehad. Wanneer de attitude ten aanzien van Vera wordt gebaseerd op kennis ('in Vera wordt underground geprogrammeerd en daar houd ik van') is er sprake van een cognitieve houding. De combinatie van een emotionele en cognitieve attitude kan ook voorkomen.

De totale attitude van een respondent ten opzichte van Vera is gelijk aan de gewogen som van de opinies en evaluaties van alle relevante productkenmerken. Binnen dit gedragsmodel van Ajzen is er sprake van een compenserende beslissingsregel. Dit betekent dat de algemene houding van een bezoeker ten opzichte van Vera positief kan zijn, terwijl deze bezoeker een negatieve houding heeft ten opzichte van één kenmerk. Dit aspect wordt dan gecompenseerd door de andere kenmerken (Van Raaij, Antonides, Oppedijk van Veen & Schoormans, 1999).

Social norm

De sociale norm, die bestaat uit de sociale waardering en toegeefneigingen, geeft aan in hoeverre de sociale omgeving instemt met een gedrag van het individu. Hier gaat het niet alleen om gezinsleden, ook de overtuigingen van andere referentiepersonen zoals bijvoorbeeld collega's, andere familieleden of verenigingsgenoten kunnen hierin een rol spelen. Het gaat hierbij niet om de werkelijke normatieve

overtuigingen, maar om de normatieve overtuigingen die de respondent toeschrijft aan de referentiepersonen (Van Raaij & Antonides, 1994). Het gaat immers niet om de feitelijke houding die iemand heeft, maar om het gevoel dat de respondent heeft over de houding van de referentiepersonen. De aanwezigheid van anderen kan bepaald gedrag vergemakkelijken (de zogenoemde sociale facilitatie), of bemoeilijken (sociale inhibitie). Wanneer bezoekers van Vera weten dat anderen die ze graag zien ook komen, zal het bezoek vergemakkelijkt worden. Daarentegen geldt het tegenovergestelde ook. Wanneer een bezoeker bijvoorbeeld niet graag in contact wil worden gebracht met alcohol en de bezoekers die in Vera komen, zal diegene zich niet prettig voelen met de aanwezigheid van iemand die hij / zij kent.

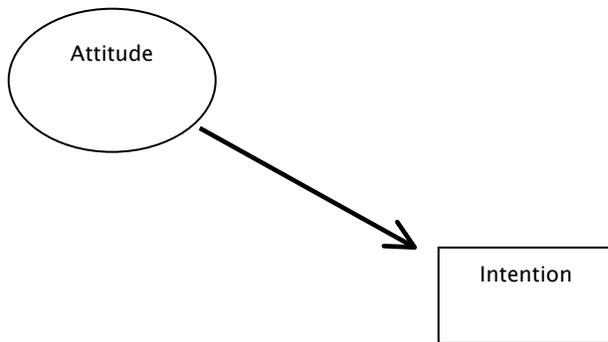
Perceived behavioral control

Het verschil tussen de 'theory of reasoned action' en de 'theory of planned behavior' zit in het derde aspect, de 'perceived behavioral control'. Deze derde determinant verwijst naar de moeilijkheden die de respondent verwacht bij het uitvoeren van het beoogde gedrag. De beperkingen worden door de respondent gezien naar aanleiding van vorige ervaringen of verwachtingen (Ajzen, 1991). In de rest van dit onderzoek zal er gesproken worden over beperkingen.

De gewogen combinatie van de sociale norm, de attitude en de beperkingen levert de gedragsintentie op. De gedragsintentie is een mediërende variabele in dit model. Dit betekent dat de intentie tot aankoop, in dit onderzoek een bezoek aan Vera, direct het gedrag voorspelt. Deze intentie komt voort uit de attitude, de sociale norm en de beperkingen met elk een eigen weegfactor. Hier geldt als algemene regel dat hoe meer de houding en de sociale norm overeenkomen met een bepaald gedrag, en hoe kleiner de belemmeringen zijn, des te sterker zal de intentie van een individu zijn om het gedrag in overweging te nemen (Ajzen, 1991). De combinatie van zelf graag naar Vera willen en de omgeving die daar ook positief op reageert, zorgt voor een intentie van een bezoeker om naar Vera te gaan, mits de beperkingen dat toelaten.

In deze paragraaf is het algemene model van Ajzen (1988) uitgelegd en zal in de volgende paragrafen een verdieping krijgen in de richting van muziekpodia en Vera in het bijzonder. De algemene concepten uit het model - te weten attitude, sociale norm en beperkingen - zullen zich verder toespitsen op Vera door middel van de theorie die nodig is om tot een probleemstelling te komen van dit onderzoek.

3.3: Attitude



Figuur 3.2: Relatie attitude-gedragsintentie

In dit onderzoek wordt ingegaan op een cultureel product, namelijk muziek. In deze paragraaf zal worden ingegaan op de verschillende attitudes die men kan hebben ten opzichte van Vera en de muziek die daar wordt geprogrammeerd. Een attitude bestaat uit de eigen overtuigingen en de evaluaties van deze overtuigingen. Deze eigen overtuigingen en de evaluaties daarvan komen voort uit de smaak die men heeft aangeleerd gekregen of uit eerdere ervaringen is geleerd (Fishbein & Ajzen, 1975). Een socioloog die veel heeft geschreven en gepubliceerd over het aanleren van smaak is Pierre Bourdieu. Zijn smaaktheorie zal als eerste worden besproken. Vervolgens zal worden ingegaan op de behoeftenvervulling die meespeelt in de attitude ten opzichte van Vera. De vraag is dan in hoeverre een bezoek aan Vera bepaalde behoeften van de respondent vervult. Naarmate dit meer het geval is, zal de attitude ten opzichte van Vera positiever zijn.

3.3.1: Economische en culturele elite

Wanneer men over smaak praat of schrijft, komt men uit bij Pierre Bourdieu, een Franse socioloog die een smaaktheorie heeft geschreven in zijn boek 'Distinction' dat in 1984 in het Engels gepubliceerd werd. Hierin valt te lezen dat smaak wel degelijk te betwisten valt. Deze theorie handelt in algemene termen over de manier waarop mensen zich van elkaar onderscheiden door middel van smaak. Statusgroepen zijn van elkaar afgebakend door de smaakverschillen die tussen hen bestaan. Bourdieu (1992) stelt hierin drie begrippen centraal, te weten, veld, habitus (dat Latijns voor gewoonte is) en kapitaal. Het concept veld heeft betrekking op de structuur van relaties waarbinnen mensen en culturele artefacten zich bevinden. Men spreekt ook wel van het begrip 'wereld'. Op deze manier bestaat er dan ook bijvoorbeeld een wereld van de wetenschap of een zogenoemde muziekwereld. Elk veld kent een specifiek kapitaal, dat ongelijk verdeeld is over de deelnemers van het veld. Het bezit ervan geeft toegang tot de specifieke winst die op dat veld te behalen is (Bourdieu, 1992).

Het kapitaal bevat twee dimensies, er kan gesproken worden over volume en samenstelling, maar ook over drie verschillende fundamentele gedaanten waaruit het kapitaal kan bestaan te weten:

1. Economisch kapitaal;
2. Cultureel kapitaal;
3. Sociaal kapitaal.

De economische elite tracht voornamelijk status te verwerven door het tonen van de kenmerken waarop zij er het best voorstaan; het inkomen en hun bezit. Zij leggen daarom een voorkeur aan de dag voor activiteiten en aankopen waarin zij hun consumptief vermogen tot uiting kunnen brengen (Knulst 1995).

Ook Ganzeboom (1988) gaat hier op in met een opmerking over de leden van de economische elite. Hij stelt dat ze hun welvaart 'breed laten hangen'. De basis voor hun leefstijl is een bijzonder comfortabele materiële positie, welke zij in bijvoorbeeld consumptie en woninginterieur tot uiting brengen.

Onder cultureel kapitaal rekent Bourdieu niet alleen de kennis van kunst en cultuur, hij doelt ook op posities in andere gebieden. Met wie men omgaat, hoe men de vrijetijd besteedt, welke politieke en morele ideeën men erop nahoudt; dit alles blijkt gerelateerd te zijn aan de verhouding die men heeft tot de formele cultuur (Ganzeboom & De Graaf, 1991). Het conceptueel cultureel kapitaal heeft echter niet alleen betrekking op formele of 'hogere' cultuur. In feite is de inhoud van cultureel kapitaal, opgevat als culturele kennis die binnen een bepaald veld prestige oplevert, afhankelijk van het veld waarbinnen men opereert. Cultureel kapitaal binnen Vera kan dan worden opgevat als de hoeveelheid kennis die iemand beschikt over de muziek dat wordt geprogrammeerd bij Vera.

Onder de culturele elite, zoals Bourdieu deze zag, bevinden zich volgens Maas, Verhoeff en Ganzeboom (1990) voornamelijk de personen die geïnteresseerd zijn in de onconventionele en avant-gardistische vormen van kunstaanbod. Wat Maas et al. (1990) in dit onderzoek tot het conventionele genre rekenden, heeft Maas (1991) uitgewerkt in een later onderzoek. Op basis van 99 podiumkunsvoorstellingen in het seizoen 1987 / 1988 hebben experts op een zevenpuntsschaal een score gegeven voor de mate van conventionaliteit. Hieruit volgt een gemiddelde conventionaliteitsscore per genre. Aangezien de score van sommige genres gebaseerd is op slechts enkele voorstellingen worden niet de absolute conventiescores gepubliceerd, maar een opdeling van genres in een tabel naar conventioneel en onconventioneel. Dit overzicht is in tabel 3.1 opgenomen.

Tabel 3.1: Overzicht conventionele / onconventionele genres

<i>Conventionele genres</i>	<i>Onconventionele genres</i>
Geestelijke muziek, gospels of psalmen	Politiek of vormingstheater
Operette	Danstheater
Blues, dixieland	Kindertheater
Folk- en volksmuziek	Beat- of jazzballet
Populaire- en amusementsmuziek, zang, chanson	Figuren- of poppentheater
Klassieke symfonische muziek	Pop, rock, reggae, new wave
Klassieke opera	Geïmproviseerde muziek of jazz
Musical, show, revue	Hedendaagse serieuze muziek
Volksdans of folklorische dans	Niet Westerse dans
Licht toneel, blijspel	Modern of experimenteel toneel
Klassieke kamermuziek	Mime, pantomime, performance
Klassiek ballet	Moderne dans
Serius klassiek toneel	Niet Westerse muziek
Cabaret / one (wo)manshow	

De onconventionele genres worden voornamelijk geprogrammeerd in Vera door bijvoorbeeld de popband 'Bettie Serveert' of binnen het rockgenre door bands als 'Green Hornet' en 'Lawn'. Verder is er in de vorm van de 'Dub Inferno Sound System' reggae terug te vinden bij Vera.

Onconventionele evenementen blijken als regel meer jongeren en conventionele evenementen meer personen van een hogere leeftijd aan te trekken (Knulst, 1995). Hierdoor kan worden verklaard dat voornamelijk jongeren Vera zullen bezoeken. Verhoeff (1993) steunt Knulst in deze uitspraak en geeft aan dat er aanzienlijke leeftijdsverschillen kunnen optreden tussen verschillende publiekgroepen. De conventionele vorm waarin klassieke muziek wordt gepresenteerd de omgangsvormen die daar bij horen, stoten veel jongeren af. De leefwijze van jongeren past dan ook beter bij de onconventionaliteit die geldt bij Vera.

3.3.2: Behoeftenvervulling

Maar waarom kiezen mensen voor een concert van NomaansNo in plaats van een uitvoering van Tchaikovski of een jazzoptreden van Hugh Masekela? Waarom gaan mensen eerst veel en daarna – in een andere levensfase – weinig naar Vera? Ter beantwoording van deze vragen kan er zowel psychologisch als sociologisch gekeken worden naar een antwoord. Maas et al. (1990) maken dit onderscheid en gaan bij beantwoording van deze vragen uit van de aanname dat het kennisnemen van podiumkunsten voor individuen baten kan opleveren omdat het twee verschillende behoeften kan vervullen:

- De behoefte aan esthetische genoegens die worden ontleend aan de verwerking van de informatie (psychologisch);
- De behoefte aan sociale waardering die wordt verkregen uit de omgang met anderen (sociologisch).

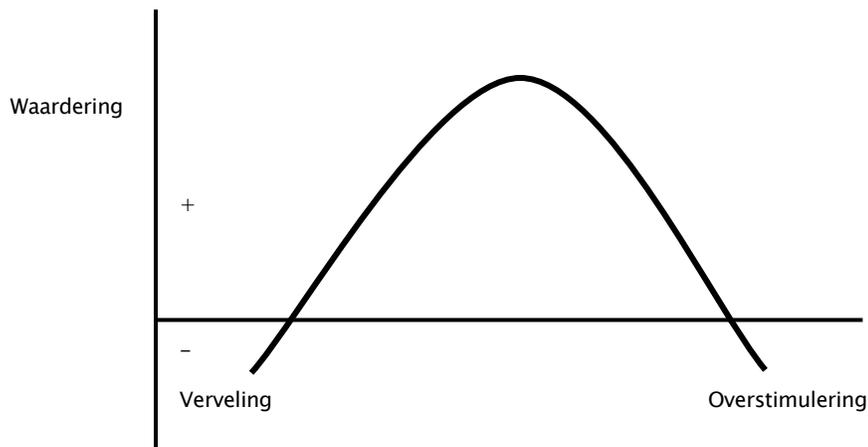
Dit tweede punt zal worden behandeld in paragraaf 3.4.

Informatieverwerkingstheorie

Individueel gezien is de informatieverwerking een belangrijke factor binnen de cultuurparticipatie. Deze theorie, die is afgeleid uit een meer algemene motivatietheorie (Maas, 1990), wordt gebruikt om een verklaring te geven voor verschillen in de mate waarin mensen deelnemen aan culturele activiteiten.

Volgens Maas et al. (1990) verschilt de mate waarin informatie de waarnemer prikkelt, de complexiteit, niet alleen tussen vormen van informatie, maar ook tussen personen. De verwachtingen die mensen hebben met betrekking tot het informatieaanbod en hun vaardigheden tot verwerking verschillen per persoon. Dit vormt de culturele competentie waar men over beschikt en deze verklaart waarom mensen met andere competenties andere culturele uitingen waarderen.

Het doel dat mensen volgens de informatieverwerkingstheorie nastreven is het ervaren van een plezierige hoeveelheid stimulering door middel van het verwerken van informatie. Cultuur is overdracht van specifieke informatie en niet iedereen is in dezelfde mate in staat om die informatie te verwerken en te begrijpen (Ganzeboom & Ranshuysen 1994; Ranshuysen, 1999). Er kan een relatie worden gelegd tussen de mate van verwerking van de informatie en de waardering voor de culturele uiting (Maas et al. 1990). Bij het schrijven van deze relatie is uitgegaan van elitaire cultuur in plaats van populaire cultuur. Voorpostel en van der Lippe (2001) verstaan onder elitaire cultuur de cultuurvormen die van oudsher de status 'cultuur met een hoofdletter C' krijgen, zoals musea en klassieke muziek. Onder populaire cultuur verstaan ze de vormen van cultuur die als toegankelijk worden gezien, waar de undergroundscene onder valt. De psychologische informatieverwerkingstheorie geldt volgens hen echter ook voor populaire cultuur ondanks dat er een minder grote informatieverwerkingscapaciteit voor nodig is dan voor het waarderen van elitaire cultuur. De achtergrondinformatie over een band bijvoorbeeld kan de informatieverwerkingscapaciteit vergroten, waardoor er meer waardering voor de band kan ontstaan. Niet alleen complexiteit, maar ook afwisseling in het aanbod van stimuli is bepalend voor het beleefde genoegen. Een continue stroom van dezelfde stimuli, ook al worden deze over het algemeen positief gewaardeerd, kan aanleiding geven tot gedragsverandering in plaats van continuering. Over het algemeen waardeert men afwisseling. Mensen treden de nieuwe omgeving tegemoet en zoeken actief naar nieuwe stimulering (Ganzeboom, 1984). Deze afwisseling van omgeving en het zoeken naar een nieuwe stimulering kunnen bij een poppodium op verschillende manieren tot uiting komen. Een bezoeker kan besluiten eens een ander podium te bezoeken om te bekijken hoe het daar is en om 'uit de sleur' te treden. Echter, een bezoeker die eerder bij een concert in Vera kwam vanwege de populariteit van de band kan ook besluiten eens een nieuwe stimulering te zoeken in de vorm van een klein onbekend bandje. De relatie zoals bovenstaand beschreven kan grafisch worden weergegeven in figuur 3.3.



Figuur 3.3: De relatie tussen waardering en culturele activering: De Wundt-curve

Op de verticale as is de waardering opgenomen, waar op de horizontale as de culturele activering c.q. de complexiteit is getekend. Zoals te zien is in deze curve, wordt zowel een zeer gering activeringsniveau (weinig complexiteit of afwisseling) als een zeer hoog activeringsniveau (hoge complexiteit en veel afwisseling) onplezierig gevonden. Een liefhebber van complexe muziek, bijvoorbeeld de klassieke muziek, die een concert van een eenvoudige popgroep bezoekt, vindt het avondje uit sneller saai door de eenvoudige informatie dan een bezoeker die niets anders gewend is. Het omgekeerde geldt echter ook; een liefhebber van eenvoudige muziek geniet niet van een complex muziekstuk, omdat de informatie niet goed verwerkt kan worden.

De curve loopt kromlijinig wat er voor zorgt dat de verhoging van complexiteit aanvankelijk leidt tot hogere waardering, maar dat deze waardering op een zeker moment weer afneemt (Ganzeboom, 1989). Elke liefhebber zal volgens Knulst (1995) zijn grenzen willen verleggen als hij / zij door heeft dat concerten die aanvankelijk te moeilijk leken, toch begrepen kunnen worden. Bij regelmatig bezoek van Vera zal men dan ook nieuwe uitdagingen willen zoeken, terwijl de incidentele bezoeker verlangt naar 'een feest der herkenning' dat voornamelijk gericht zal zijn op de band. Maas et al. (1990) geven aan dat het twee kanten op kan bij frequente bezoekers. De bezoeker kan minder geprikkeld worden omdat de ervaring niet nieuw meer is. Het tegenovergestelde kan ook gebeuren, doordat de bezoeker de band al vaker heeft gezien kan de bezoeker gaan vergelijken met eerdere concerten of andere bezettingen, waardoor het juist interessanter wordt. Binnen figuur 3.3 houdt dat in dat de curve meer naar rechts zal opschuiven voor die persoon als die over meer informatie kan beschikken. De kennis die bezoekers opdoen zal er dus voor zorgen dat een grotere informatieverwerking mogelijk wordt, hetgeen leidt tot meer waardering voor complexe informatie.

Opleidingsniveau

De informatieverwerkingstheorie voorspelt een oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden, met name bij onconventionele voorstellingen. Vanuit economisch perspectief is dit te verklaren, hoger opgeleiden

ontvangen een hoger salaris waardoor ze ook vaker naar een podium kunnen gaan (Maas, 1991). Maar ook vanuit het historisch perspectief is te verklaren waarom er meer hoger opgeleiden poppodia bezoeken. Hoger opgeleiden hebben meer kennis om onconventionele cultuur te waarderen. Ook blijkt uit onderzoek (van Eijck, De Haan & Knulst, 2002) dat sinds enige decennia 'snobisme niet meer hoeft', waardoor onconventionele pop of underground bij hoger opgeleiden geliefd is geworden. De opwaartse mobielen hebben voor deze verandering gezorgd. Sinds de invoering van de Mammoetwet in 1968 is het onderwijs toegankelijker geworden voor een grotere groep mensen. Jongeren uit verschillende lagen van de samenleving kregen toegang tot hoger onderwijs. De rol van de gezinsafkomst is afgenomen aangezien het tegenwoordig niet uitmaakt of de ouders van studenten al dan niet een HBO- of WO opleiding hebben afgerond. De opwaartse mobielen, de meerderheid van de hoogopgeleiden, houden echter wel vast aan de cultuur die zij van huis uit meekrijgen, waardoor de interesse van hoog opgeleiden voor legitieme cultuur is afgenomen. Door deze verandering in het onderwijs is een combinatie van 'highbrow' met 'lowbrow' cultuur zichtbaar, aangezien de opwaartse mobielen van zowel de legitieme cultuur als de populaire cultuur genieten. De belangstelling voor de ene cultuurvorm zegt steeds minder over de belangstelling voor verwante vormen (Van Eijck, 1998). Waar voorheen werd gesproken over elite versus massa of snob versus slob bleken deze tweedelingen achterhaald, aangezien de respondenten andere voorkeuren lieten zien die niet meer bij deze benamingen pasten. Peterson en Simkus (1992) constateerden op basis van verzamelde gegevens in 1982 een verschuiving in de tweedeling en hebben een andere tweedeling gemaakt naar aanleiding van hun onderzoek naar patronen in de muzikale voorkeuren. Er is bewust voor muziek gekozen in plaats van andere kunstuitingen aangezien er in de muziekvoorkeuren duidelijke verschillen naar voren komen (Peterson & Kern, 1996). Deze tweedeling in hun onderzoek bestaat uit univore muzik liefhebbers en omnivore muzik liefhebbers. Een 'univoor' geeft aan alleen van 'highbrow' of alleen van 'lowbrow' muziek te houden en een 'omnivoor' geeft volgens hen aan dat ze zowel naar legitieme als 'middle and lowbrow' muziek luisteren. Omnivoor betekent niet dat de respondent muziek uit alle genres even graag beluistert, maar dat de muziekvoorkeuren meer genres omvat dan de keuze van anderen (Van Eijck, 2001). Uit onderzoek (Peterson & Simkus, 1992; Peterson, 1992, Peterson & Kern, 1996) blijkt dat er steeds minder univoren overblijven en respondenten steeds meer omnivoor zijn. Onder deze omnivoren blijken voornamelijk hoger opgeleiden te zijn. De reden die Peterson (1992) daarvoor heeft is dat hoger opgeleiden een meer diverser netwerk hebben en op deze manier in aanraking komen met meerdere muziekgenres. Doordat er meer omnivoren komen volgens Peterson (1992), die hoger opgeleid zijn, is een gevolg dat steeds meer hoger opgeleiden Vera zullen bezoeken.

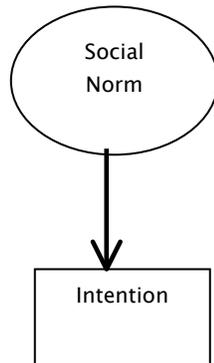
Door een andere indeling van de respondenten komen Van Eijck, De Haan en Knulst (2002) tot een andere conclusie met betrekking tot het aantal omnivoren in hun onderzoek dat gaat over data uit 1983 tot en met 1999: er komen in hun onderzoek meer univoren naar voren aangezien het percentage respondenten dat zich tot 'lowbrow' beperkt steeds groter wordt. De daling van het aantal puristen, die ook als univoren worden gezien, zorgt ervoor dat de verdeling tussen omnivoor en univoor gelijk blijven. Het aantal

omnivoren daalde zelfs onder de hoger opgeleide jongeren, omdat er steeds meer jongeren weinig of geen tijd besteden aan hogere cultuur.

Deze uitleg over de omnivoren en univoren geeft aan dat de bezoekers van Vera ook naar mainstream zouden luisteren. De verwachting is dat dit grotendeels niet klopt, aangezien in het vorige hoofdstuk al is ingegaan dat de underground liever niets met mainstream te maken wil hebben. Dit is in tegenstelling tot de omnivoretheorie waar vanuit wordt gegaan dat respondenten die naar undergroundmuziek luisteren juist ook de informatie zouden kunnen verwerken van de mainstream.

Waar men vroeger status ontleende door veel te weten over legitieme cultuur, verkrijgt men tegenwoordig status naar mate men verschillende, uiteenlopende genres weet te waarderen. Zoals is uitgelegd in hoofdstuk 2 is dit moeilijk te bevestigen voor dit onderzoek, aangezien undergroundliefhebbers de mainstream nog steeds zoveel mogelijk links laten liggen. Er kan wel worden gesproken van statusontlening wanneer een undergroundliefhebber veel weet van de verschillende genres, of ontzettend veel binnen één bepaald genre, binnen de underground.

3.4: Sociale norm



Figuur 3.4: Relatie sociale norm-gedragssintentie

Binnen de sociale norm zijn twee aspecten van belang in het algemene gedragsmodel van Ajzen. Deze twee aspecten, sociale waardering en toegeefneigingen, zullen in deze paragraaf worden besproken.

3.4.1: Sociale waardering

Of mensen al dan niet podiumkunst bekijken / beluisteren, is een voorbeeld van een keuzeprobleem. De algemene keuzetheorie gaat uit van het nastreven van doelen door mensen, om deze te bereiken of dichter te benaderen. Binnen de sociologie is de sociale waardering één van de doelen die men nastreeft via podiumbezoek (Maas, 1991).

Waar bij paragraaf 3.3 werd uitgegaan van de individualistische gedachte over diversiteit in cultuurparticipatie, is er sprake van een sociaal aspect dat naar voren komt bij de waardering door de omgeving. De waardering houdt in dat individuele bezoekers hun gedragingen zullen afstemmen op de

beoordeling van hun gedrag door anderen. Het is niet alleen het gedrag in de zaal, maar ook het gedrag in de aanloop van het concert. Deze sociale waardering kan op twee manieren verleend worden, persoonlijk en onpersoonlijk. Sociale waardering gebaseerd op persoonlijke basis kan verleend worden in directe interactie met anderen. Bij sociale waardering gebaseerd op onpersoonlijke basis is er juist een gebrek aan directe communicatie. De verleners zijn in dat geval de andere bezoekers van dat concert, waaraan de bezoeker zich zal spiegelen. Men zal bijvoorbeeld kleding en gedrag vergelijken en op basis daarvan beoordelen of men 'erbij hoort' of niet (Maas et al. 1990). Deze vormen van sociale waardering vullen de persoonlijk gerichte interacties aan.

Binnen deze sociale waardering zijn twee vormen van waardering te onderscheiden, namelijk:

1. Sociaal aanzien dat men verkrijgt door zich te onderscheiden van anderen, het verkrijgen van status;
2. Gedragsbevestiging, die men verkrijgt bij het navolgen van normen die ten aanzien van cultuurdeelname in een sociale groep heersen.

Sociaal aanzien

Sociaal aanzien wordt verleend door de waarderende reacties op gedragingen die in positieve zin afwijken van de rest van de groep. Niet iedereen kan beschikken over een hoge status. Als aan enkele mensen veel status wordt toegekend, is er een grote groep mensen waaraan minder status wordt toegekend. Men verkrijgt bij het verbeteren van de eigen positie alleen status als anderen zich niet op dergelijke wijze verbeteren (Hirsch, 1977).

Bourdieu (1973) stelt dat er sprake is van twee verschillende dimensies van statusverlening, te weten de culturele en economische dimensie. Bij status wordt traditioneel vooral gedacht aan economisch kapitaal. Zo kan sociaal aanzien voorkomen als iemand uit de groep wel een kaartje van 60 euro kan kopen voor Metallica en de rest van de groep niet. Gezien de entreprijs van Vera, die gemiddeld op 5,97 euro lag in 2003, zal sociaal aanzien door middel van economisch kapitaal geen belangrijke rol spelen bij het bezoeken van een concert. Een belangrijkere rol zal er weggelegd zijn binnen Vera voor het sociaal aanzien door middel van het cultureel kapitaal. Bijvoorbeeld door de aanwezigheid bij een bijzonder, historisch concert, waar jaren later nog steeds over gesproken wordt. Binnen Vera zal aanzien met name verkregen worden door bepaalde ervaringen, kennis en vaardigheden die betrekking hebben op de undergroundcultuur (Arnold, 1997). Wanneer men daar over beschikt, heeft de bezoeker het 'juiste' type cultureel kapitaal, hetgeen tot aanzien leidt.

Gedragsbevestiging

Van gedragsbevestiging is sprake als de sociale omgeving steun biedt voor de keuze die men maakt. Deze gedragsbevestiging zal verleend worden door een toetsing van gedragingen aan de hand van normen. Als men vindt dat er niet volgens de normen wordt geleefd, volgt minachting. Bij conformisme daarentegen kan respect verkregen worden (Maas et al. 1990). Deze impliciete gedragsbevestiging wordt veelal persoonlijk duidelijk gemaakt in de vorm van commentaar op een band: 'DAAU maakt echte muziek, dat

kun je van Robbie Williams niet zeggen, toch?' De gedragsbevestiging van mensen kan ook leiden tot beïnvloeding van het wel of niet bezoeken van Vera. Bezoekers die zich profileren als ware muziekliefhebbers en volgers van specifieke bands zullen graag gezien worden in Vera. Daarentegen zal iemand die niet graag in contact wil worden gebracht met alcohol en de muzikscene zijn gezicht niet snel laten zien in Vera.

3.4.2: Toegeefneigingen

'De belangrijkste reden waarom jongeren naar popmuziek luisteren, is eenvoudigweg omdat zij muziek mooi vinden' stelt Ter Bogt (1997). Het bezoeken van Vera is volgens het model van Ajzen (1988) echter geen puur individuele aangelegenheid. Er is ook sprake van zogenoemde toegeefneigingen aan referentiepersonen. De referentiepersonen die het dichtst bij de bezoekers staan, zijn de ouders en de vrienden van de bezoekers. Wanneer deze negatief tegenover Vera of het programma van Vera staan, zal het moeilijker worden voor de bezoeker om toch naar Vera te gaan. Volgens Bourdieu (1994) vloeit habitus (een systeem van waarnemings-, denk-, waardering-, en handelingschema's) in zekere mate over van generatie op generatie. Ook volgens Maas et al. (1990) wordt cultureel kapitaal vanuit het gezin verkregen, veelal op een onbewuste en ongedwongen manier. Ouders die participeren in cultuur met een hoofdletter C zorgen voor hun invloed binnen de cultuurparticipatie door erover te praten of hun kinderen te laten participeren in Cultuur. De invloed van de ouders blijft volgens Nagel (2003) lang zichtbaar. Jong volwassenen die uit een cultureel actief gezin komen, bezoeken nog steeds vaker musea dan jongeren die niet uit een cultureel actief gezin komen. Datzelfde ziet Ter Bogt (1997) gebeuren binnen de muziek: Er is een grote kans dat kinderen naar een festival als Pinkpop of Lowlands gaan als de ouders bijvoorbeeld naar Jimi Hendrix hebben geluisterd.

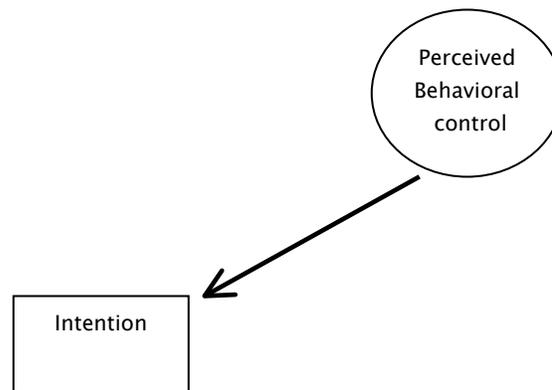
Maar hoe ouder de kinderen worden, des te minder invloed blijken de ouders uit te kunnen oefenen op de muzikale voorkeuren van hun kinderen, aangezien dan de invloeden van de vrienden om de hoek komen kijken. De overgang van de basisschool naar het voortgezet onderwijs zorgt ervoor dat de jongeren zich meer gaan vergelijken met leeftijdgenoten dan voorheen. Er wordt in die periode meer tijd gespendeerd met vriend(inn)en dan met ouders (Engels, 2000). Vanaf ongeveer de twaalfjarige leeftijd daalt dan ook de gelijkenis bij podiumbezoek met de ouders (Nagel, 2003). Ook Bourdieu (1994) geeft aan dat het belangrijkste referentiepunt vanaf die leeftijd niet meer bij de ouders ligt, maar dat dit wordt gevormd door de voorkeuren van de vrienden en vriendinnen. Toch stelt Engels (2000) dat de ouders de meeste invloed onbewust uitoefenen op de kinderen. De vrienden en de relaties zijn onderhevig aan veranderingen: degenen die aanvankelijk de beste vrienden van de hele wereld zijn, behoren even later tot het verleden en worden als volslagen onbekenden behandeld. Jongeren mogen dan wel veel waarde hechten aan de vrienden en een partner, het zijn de ouders die een constante factor vormen in hectische perioden.

Van Wel (1994) ziet juist een middenweg ontstaan bij jongeren. Zowel de ouders als de vrienden houden een bepaalde invloed binnen zijn onderzoek naar de relatie van de muziekvoorkeuren van de jongeren. De vriend(inn)en gelden als belangrijkste referentiepunt voor de smaakontwikkeling binnen de muziek. Voor meisjes geldt dit nog sterker dan voor jongens. Van Wel (1994) concludeert in een onderzoek naar de relatie tussen de ouders en kinderen en de beste vriend(in) verder dat de interesses van jongeren overeenkomen met die van hun ouders en dat jongeren zich (tegenwoordig) niet meer verzetten tegen de smaak van hun ouders. De meeste jongeren geven zelfs aan dat ze nog veel van hun ouders kunnen leren. Dat ze het goed met ouders kunnen vinden, betekent volgens van Wel (1994) niet dat ze automatisch de ouders volgen in culturele smaak. Ter Bogt (1997) stelt in tegenstelling tot van Wel dat muziek een middel voor de jeugd is om zich te onderscheiden van volwassenen. Dit gold volgens hem niet alleen in hun muziekvoorkeur, maar door een hele levensfilosofie zetten jongeren zich af tegen de heersende maatschappelijke codes. Een voorbeeld dat hij hierin geeft zijn de Sex Pistols, een punkband in de jaren '70, die het mogelijk maakte de oudere generatie op stang te jagen. Het verschil tussen van Wel en Ter Bogt komt door de wijze waarop er naar gekeken kan worden. In tegenstelling tot Ter Bogt concludeert Van Wel (1994) dat dit meer te maken heeft met een cultuurkloof dan met een generatieconflict. Ook in een ander onderzoek (1993) laat Van Wel duidelijk weten wat hij ervan vindt:

'Het hardnekkige beeld van de jeugd die zich massaal afzet tegen de smaak van de vorige generatie kan in het museum van de jaren zestig worden bijgezet. Het is overigens de vraag of dit beeld ooit meer is geweest dan een mythe die door de media werd gelanceerd.'

Maas (1991) spreekt in haar onderzoek van een belangrijke invloed van de partner. Voor mensen met een partner spelen de vrienden een geringere rol. Voor mensen zonder partner nemen de vrienden de rol van gedragsbevestiger over. Het effect op het eigen bezoek van podiumbezoek door de vrienden is voor hen veel groter dan voor mensen met een partner. Het bestaan van dit onafhankelijke effect van de vrienden of partner geeft volgens Maas aan dat slechts weinig mensen podiumkunst bezoeken als hun partner daar niet van houdt of als zij binnen hun vriendenkring hiervoor geen steun ondervinden. Hoe groot hun capaciteit om de informatie te verwerken ook is en hoe klein de beperkingen (geld, afstand enzovoort) ook zijn, de sociale aspecten blijken in haar onderzoek de doorslag te geven voor vele mensen.

3.5: Beperkingen



Figuur 3.5: Relatie beperkingen–gedragsintentie

Binnen het model van Ajzen wordt gesproken over beperkingen die het bemoeilijken om een bepaald gedrag te vertonen. Ook bij Vera is er sprake van beperkingen om naar een concert te komen. De afstand kan te groot zijn, er is onwetendheid over het programma van die avond of de informatie wordt niet op de juiste manier verwerkt.

Afstand

Beperkingen zijn in verschillende vormen te bedenken in relatie met een poppodium. Ajzen (1988) spreekt bij beperkingen over 'perceived behavioral control.' Bezoekers van een podium, zoals Vera, moeten altijd in meer of mindere mate een afstand afleggen, aangezien podiumbezoek een uitgaansactiviteit is. De één zal verder moeten reizen voor een concert dan de ander. Er is dus sprake van ongelijkheid tussen (potentiële) bezoekers. De reikwijdte per voorstelling laat zich volgens Verhoeff (1991) omschrijven als de gemiddelde afstand. Verschillende concerten leveren verschillen in de reikwijdte op. Het verschil hierin kan in drie aspecten gezocht worden: het soort podium, de plaats waar het podium gesitueerd is en het soort optreden. De afstand kan zo groot worden, dat deze niet meer te overbruggen is. De voorstelling vindt dan plaats buiten het geografische bereik van dat deel van de (potentiële) bezoekers (Verhoeff, 1991). Er mag een relatie verwacht worden tussen de afstand die overbrugd wordt naar Vera en de populariteit van de band (bij de bezoeker). Wil een bezoeker graag naar een concert in Vera, zal de afstandsbeperking kleiner ervaren worden.

Media

Maar niet alleen de afstand speelt een rol bij het al dan niet bezoeken van Vera. Waar Vera als poppodium aan de ene kant staat, staan de consumenten aan de vraagkant. De bezoeker neemt tot op zekere hoogte kennis van de activiteiten in Vera via een intermediair, de media. De media zorgen naast de informatie over het programma ook voor de aanvoer van de informatie over de bands (Wermuth, 2002). Wanneer deze informatie niet wordt verspreid, weet de bezoeker niet wat er die avond speelt in Vera. Media kunnen een beperkende factor zijn aangezien niet iedereen bereikt zal worden.

Media zijn op te delen naar drie verschillende soorten, te weten:

1. Massamedia;
2. Nichemediã / special interestmedia;
3. Micromedia.

De doelen van deze media verschillen van elkaar, waardoor elk medium zijn eigen doelgroep heeft. De verschillende typen media kunnen in verschillende vormen voorkomen zoals bijvoorbeeld in gedrukte vorm, televisie of per e-mail (Thornton, 1995).

Massamedia zijn de algemene, grootschalige media die het algemene nieuws brengen en hierin ook ingaan op gebeurtenissen in de popmuziek. Dit zijn dus media-uitingen die niet specifiek ingaan op muziek maar het meenemen in de berichtgeving als er iets aan de hand is. Als er gesproken wordt over 'de media' kan in het algemeen worden aangenomen dat hier massamedia bedoeld worden. Voorbeelden hiervan zijn radio, televisie en landelijke dagbladen. Massamedia berichten als er iets gebeurt dat belangrijk genoeg is om dit te laten weten aan de doelgroep. Voorbeelden hiervan zijn het jaarlijkse Pinkpopfestival of het overlijden van een beroemde muzikant.

Voor de underground, zoals uitgelegd in hoofdstuk 2, heeft de massamedia gevolgen volgens Thornton (1995). Zij ziet in haar boek 'Club Cultures' de massamedia als de 'onovertroffen wreker' voor de Underground. Programma's als 'Top op the Pops' zorgen volgens haar voor het al eerder genoemde 'Selling out'. Tevens zal het zorgen voor 'moral panic' in het algemeen. Het valt dan ook niet te verwachten dat massamedia een belangrijke bron van muzikale of programmatische informatie zijn voor de bezoekers van Vera.

Nichemediã gaan in op een specifiek onderwerp, zoals auto's, tuinen of popmuziek. Sinds de Tweede Wereldoorlog zijn de tijdschriften gericht op een specifiek onderwerp - in de muziek valt dan te denken aan Aardschok, Oor, One en Hitweek - niet meer uit de winkel weg te denken. Ook de gratis muziektijdschriften zoals de Fret, Live XS en de Music Minded weten de weg naar de muziekliefhebbers te vinden. Naast gedrukte media is er ook een aantal muziekzenders in de lucht, zoals Kink FM, Studio Brussel en Radio 3FM voor de radio en MTV, The Box en TMF (die sinds enkele jaren geheel in handen van MTV is) voor televisie. De radio en televisie bepalen wat er wel en niet wordt uitgezonden aan muziek. Deze media kunnen beschouwd worden als 'gatekeepers' volgens Hirsch (1972, In: Lopes, 1992) aangezien zij artiesten kunnen maken en breken.

Micromedia zijn media die gebruikt en gemaakt worden door de participanten in een subcultuur. Voorbeelden hiervan zijn eigen websites over een bepaald onderwerp, chatrooms over een subcultuur, maar ook de posters en de Vera-krant (een boekje met daarin recensies van optredens, achtergrondinformatie en aankondigingen van concerten/films) vallen hieronder. Mond-tot-mond reclame en emailverkeer worden ook tot micromedia gerekend (Wermuth, 2002).

Binnen dit onderzoek zullen de laatste twee vormen van media, nichemedia en micromedia gebruikt worden. Massamedia zijn voor Vera minder interessant aangezien deze te massaal zijn en weinig te bieden hebben voor Vera.

3.6: Probleemstelling en onderzoeksvragen

In het eerste hoofdstuk is een algemene probleemstelling genoemd, te weten:

“Wie zijn de bezoekers van Vera, waarom komen ze en hoe kan Vera deze bezoekersgroepen bereiken?”

Naar aanleiding van het theoretisch kader, zoals uitgewerkt in de voorgaande paragrafen, zijn er deelvragen ontstaan, die samen een verdieping op de eerder genoemde probleemstelling vormen. De probleemstelling van dit onderzoek wordt verdiept naar:

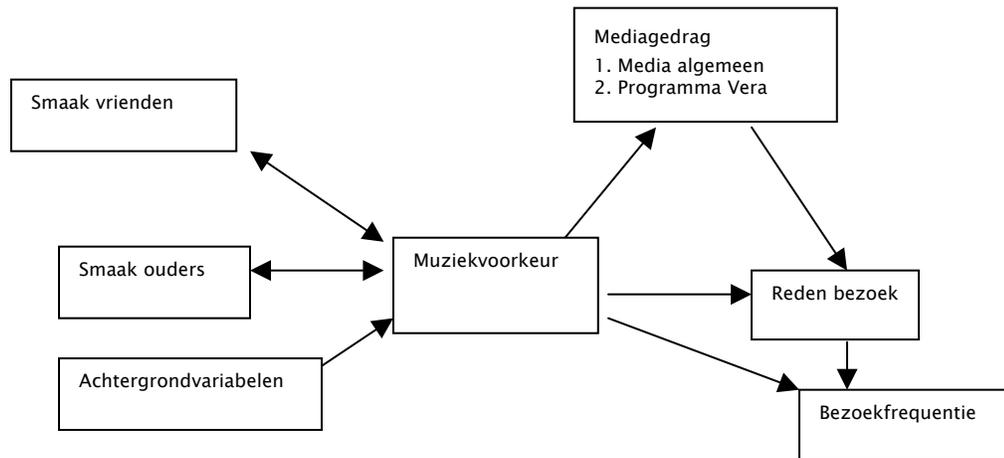
“Welke bezoekersgroepen zijn te onderscheiden op basis van muziekvoorkeuren, in hoeverre worden de verschillende bezoekersgroepen van Vera beïnvloed door hun vrienden en / of ouders bij de muziekvoorkeuren en hoe kunnen ze worden bereikt?”

Aan de hand van de bovenstaande probleemstelling zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Hoe ziet het profiel van de bezoekersgroepen eruit gebaseerd op muziekvoorkeuren eruit?
2. Wat is de reden van hun bezoek aan Vera?
3. Wat is hun bezoekgedrag?
4. In hoeverre worden de muziekvoorkeuren van de bezoekers beïnvloed door hun sociale omgeving?
5. Wat is hun mediagedrag?
6. Waar halen zij hun informatie vandaan wat betreft het programma van Vera?

Tezamen zullen de antwoorden op deze vragen het mogelijk maken om aanbevelingen te doen over de wijze waarop Vera de doelgroep kan bereiken.

De theorie die in dit hoofdstuk aan bod is gekomen en de deelvragen die daaruit voortkomen, kunnen ook grafisch worden weergegeven. Dit kan door middel van een onderzoeksmodel, ook wel conceptueel model genoemd (Baker, 1999). Het onderzoeksmodel van dit onderzoek is weergegeven in figuur 3.6.



Figuur 3.6: Het conceptueel model

Dit onderzoeksmodel is een bewerking van het model van Ajzen (1988), zoals gebruikt is in het theoretisch kader. De *attitude* ten opzichte van Vera wordt gevormd door de onafhankelijke variabele 'achtergrondvariabelen'. Deze relatie kan causaal worden geïnterpreteerd, aangezien de achtergrondvariabelen wel de muziekvoorkeur kunnen beïnvloeden, maar de muziekvoorkeur geen invloed zal hebben op de achtergrondvariabelen. Ook de muziekvoorkeur van de respondent zelf kan worden gezien als de attitude. Zowel de smaak van de vrienden als de smaak van de ouders kunnen worden beschouwd als de *social norm*. Deze relatie is tweezijdig aangezien zowel de respondent de ouders / vrienden kan beïnvloeden als andersom. De respondent kan ook de ouders / vrienden beïnvloeden met zijn / haar muziekvoorkeur. Het mediagedrag kan worden gezien als de *perceived behavioral control*. Mediagedrag loopt niet zoals in het model van Ajzen naar de gedragsintentie, maar de relatie ligt hier juist andersom: de muziekvoorkeur zorgt voor het mediagedrag, iemand die van mainstream houdt en niet van rockmuziek houdt zal niet snel de 'Oor' lezen, maar zal eerder de 'Hitkrant' openslaan. Wanneer de bezoeker beter op de hoogte is van het programma, zal men eerder specifiek voor het programma komen.

De afstand die een bezoeker heeft af te leggen om een concert of Swingavond bij Vera mee te maken is opgenomen als achtergrondvariabele. De woonplaats kan worden gezien als achtergrondvariabele terwijl het ook aangeeft hoe ver een bezoeker heeft gereisd om een concert of Swingbezoek mee te kunnen maken.

Net als in het model van Ajzen (1988) geven de bovengenoemde variabelen een richting aan de uiteindelijke afhankelijke variabele, *het gedrag*. Het gedrag in dit onderzoeksmodel is te vertalen naar 'bezoekfrequentie'. Deze bezoekfrequentie is de afhankelijke variabele in de relatie 'muziekvoorkeur' – 'bezoekfrequentie' en 'reden bezoek' – 'bezoekfrequentie'. In de eerste relatie wordt verondersteld dat de bezoekfrequentie afhankelijk is van de muziekvoorkeuren van de bezoeker. Iemand die niet van de muziek houdt zoals in Vera wordt geprogrammeerd, zal niet vaak komen. Bij de tweede relatie is 'reden bezoek' de onafhankelijke variabele. Er mag verwacht mogen worden dat hoe gezelliger bezoekers Vera vinden, hoe vaker ze zullen komen. 'Reden bezoek' wordt aangestuurd in het conceptueel model door mediagedrag en de muziekvoorkeuren. Hoe meer men leest, hoe eerder men specifiek voor de band zou kunnen komen. Muziekvoorkeuren zouden hierin ook een rol kunnen spelen. Iemand die van een ander soort muziek houdt dan die avond in Vera geprogrammeerd staat, zal een andere reden hebben Vera te bezoeken dan iemand die juist wel van de geprogrammeerde muziek houdt.

3.7: Tot slot

In dit hoofdstuk is ingegaan op de theoretische onderbouwing van de probleemstelling. Dat bezoekers niet zomaar op Vera afkomen, wordt verduidelijkt aan de hand van het model van Ajzen (1988), die een verdieping geeft door middel van 'the theory of planned behavior' op de eerder beschreven 'the theory of reasoned action'. Aan de hand van drie aspecten, te weten 'perceived control behavioral', 'attitude' en 'social norm' wordt een gedragsintentie aangegeven. Deze gedragsintentie zorgt voor het gedrag waar geldt dat hoe groter de gedragsintentie aan de hand van de drie indicatoren is, hoe groter de kans is dat het voorspelde gedrag wordt vertoond.

De *attitude* wordt bepaald door de smaak van de bezoeker. Volgens Maas (1990) zullen de bezoekers Vera bezoeken vanwege twee aspecten:

1. De behoefte aan esthetische genoegens;
2. Sociale waardering.

Het eerste aspect is toe te schrijven aan de attitude van de bezoekers, aangezien de informatieverwerking meespeelt in het beeld dat de bezoeker heeft ten opzichte van Vera. De informatieverwerkingstheorie wordt gebruikt om een verklaring te geven voor verschillen in de mate waarin mensen deelnemen aan culturele activiteiten. Door middel van het zoeken naar een optimum in de relatie tussen waardering en culturele activering zal informatie door de bezoeker worden verwerkt.

Het tweede aspect, sociale waardering, is toe te schrijven aan de sociale norm. Sociale waardering is op te delen in twee vormen, namelijk sociaal aanzien door middel van het onderscheiden ten opzichte van anderen en gedragsbevestiging. Ook de beïnvloeding van ouders en vrienden behoren tot de sociale norm, aangezien de ouders en vrienden een belangrijke rol spelen als referentiepersonen. Tot de 12^e levensjaar hebben voornamelijk de ouders een behoorlijke invloed (o.a. Bourdieu, 1994; Nagel, 2004; Engels, 2000) waarna de vrienden dit gedeeltelijk overnemen. Van Wel (1994) ziet een middenweg

ontstaan, zowel de vrienden als de ouders hebben invloed. Jongeren geven zelfs aan nog wat te kunnen leren van hun ouders.

Als laatste aspect is de 'perceived behavioral control' genoemd dat vertaald is in dit onderzoek met beperkingen. Om een concert te bezoeken zijn er twee belangrijke obstakels die genomen moeten worden. Deze obstakels zijn de fysieke afstand die moet kunnen worden overbrugd en de (potentiële) bezoeker moet op de hoogte zijn van het programma. Het eerste obstakel, de afstand, zorgt ervoor dat een concert te ver weg kan zijn om het bij te wonen. Ondanks dat de feitelijke afstand gelijk blijft, zal het per concert verschillen al dan niet te overwegen om die avond naar Vera te gaan, afhankelijk van het 'offer' waartoe men bereid is. De tweede belemmering is kennis, waarbij de media een rol spelen. De media zijn bepalende factoren om informatie te verschaffen over het programma van Vera. De media zijn de intermediair tussen Vera en haar bezoekers. Naast de massamedia zijn er verschillende nichemedië en micromedia te onderscheiden, waar in dit onderzoek rekening mee zal worden gehouden. Nichemedië gaan in op een specifiek onderwerp, zoals (underground)muziek er één van is. Micromedia zijn media die gebruikt en gemaakt worden door de participanten in een subcultuur.

Hoe dit conceptueel model uitgewerkt is en hoe er te werk is gegaan bij de dataverzameling wordt in het volgende hoofdstuk uitgelegd.

4

Operationalisering

'And the rest will follow...'

(And you will know us by the Trail of Dead, 2005)

4.1: Inleidend

In dit hoofdstuk zal besproken worden hoe de gegevens zijn verzameld die nodig waren voor de beantwoording van de probleemstelling. Wanneer men het publiek van een poppodium wil beschrijven, is een kwantitatief onderzoek gebruikelijk. Op deze wijze kan het profiel van het publiek of verschillende publiekssegmenten in kaart worden gebracht (Ranshuysen, 1999). Aangezien de beschrijving van de verschillende publiekssegmenten een onderdeel is van de doelstelling van dit onderzoek, is er gebruik gemaakt van een kwantitatief onderzoek in de vorm van een enquête. Het voordeel van een kwantitatief onderzoek ten opzichte van een kwalitatief onderzoek is dat door de omvang van de onderzoeksgroep veel minder door toevalsfluctuaties wordt bepaald. Door gebruik te maken van objectieve cijfers heeft kwantitatief onderzoek bij een omvangrijke steekproef veelal een grotere overtuigingskracht dan kwalitatief onderzoek (Baker, 1999).

De respondenten die hebben meegewerkt aan dit onderzoek zijn ondervraagd aan de hand van een vragenlijst. Er is voor een vragenlijst gekozen aangezien er ten opzichte van een mondeling interview relatief veel mensen te bereiken zijn, die via de vragenlijst veel informatie kunnen verschaffen. Het is redelijk makkelijk te organiseren en de anonieme verwerking van de gegevens van de respondenten blijft gewaarborgd (Baarda & de Goede, 1995).

4.2: Opzet vragenlijst

Aan de hand van de probleemstelling en de theorie is er een vragenlijst opgesteld zoals bijgevoegd in bijlage 1. Deze vragenlijst is voorzien van een begeleidende brief om duidelijkheid te geven over het onderzoek en de respondent te vragen om de vragenlijst weer in te leveren. Tegen inlevering van een ingevulde vragenlijst heeft de bezoeker als dank een consumptiebon voor die avond gekregen.

Er is besloten om voornamelijk met gesloten vragen te werken gezien de grotere hoeveelheid vragen die op deze manier in korte tijd gesteld kan worden. Bij gesloten vragen worden de antwoordmogelijkheden bij de vraag gegeven, dit zijn zogenoemde geprecodeerde antwoorden (Baarda & De Goede, 1995). Door gesloten vragen te stellen zijn de vragen tevens makkelijker statistisch te verwerken. Wanneer er gevraagd is naar de mening van de respondent, is gebruik gemaakt van een vijfpunts-Likertschaal. De Likertschaal wordt veelvuldig in onderzoeken gebruikt om interesses of opinies te achterhalen en is eenvoudig en snel in te vullen. De respondent heeft bij de vijfpunts-Likertschaal een keuze uit de cijfers 1 tot en met 5 om aan te geven in hoeverre men het ergens wel of niet mee eens is.

Omdat antwoordcategorieën uitputtend behoren te zijn, is het niet te voorkomen dat er enkele vragen zijn met gecombineerd geprecodeerde en open- antwoordcategorieën. Een open-antwoordcategorie luidt in dat geval 'Anders, namelijk.....'. Naast gesloten en gecombineerde vragen zullen ook enkele open vragen in de vragenlijst gesteld worden. Het is bij deze vragen onmogelijk om vooraf een gesloten of een gecombineerde vraag te stellen. Voorbeelden hiervan zijn vragen naar de woonplaats en de leeftijd. Afhankelijk van de antwoorden op deze vraag worden eventueel nieuwe gesloten categorieën gemaakt. De antwoorden van deze vragen zijn, samen met de losse opmerkingen die op de vragenlijsten gezet zijn, opgenomen in bijlage 3.

4.3: Operationalisering van de concepten

De begrippen uit het onderzoeksmodel moeten worden geoperationaliseerd om het onderzoeksmodel te kunnen toetsen. Naar aanleiding van het conceptueel model van dit onderzoek, dat is gepresenteerd in het voorgaande hoofdstuk, zal de operationalisering worden besproken. De vragenlijst is opgenomen in bijlage 1.

Achtergrondvariabelen

De achtergrondvariabelen van de respondenten zijn geoperationaliseerd in de vragen 6 en 14 tot en met 19. Vraag 14, of de respondent vrijwilliger is bij Vera, is opgenomen om een vertekening van het Vera-publiek te voorkomen. Binnen Vera wordt gewerkt met ongeveer 210 vrijwilligers die gratis toegang hebben tot Vera tijdens concerten. Er zijn tevens betaalde krachten die vrijwilligerswerk doen bij Vera, hen is gevraagd 'ja' te antwoorden op de vraag of ze vrijwilliger zijn. De vrijwilligers zijn in hun vrijetijd gevraagd een vragenlijst in te vullen aangezien ze dan gelden als bezoekers van Vera.

Geslacht en leeftijd - vragen 15 en 16 - zijn standaardvragen die geen moeilijkheden opleveren bij de operationalisering. Netto-inkomen is achterwege gelaten bij de vragen over de achtergrondkenmerken aangezien dit niet voor belang is voor het onderzoek en Vera geen belang heeft bij deze gegevens.

Vraag 17 vraagt naar de woonplaats van de respondent. Een Swingavond zal voornamelijk bezocht worden door mensen uit de stad en provincie Groningen terwijl bij concerten relatief meer respondenten van buiten de provincie verwacht mogen worden. De beperking - de afstand - zal minder een obstakel vormen

bij een concert van een band die niet vaak naar Vera komt dan bij een Swingavond die niet veel anders is dan een 'gewoon' avondje uit.

Het opleidingsniveau is opgenomen in vraag 18 in de vragenlijst. Deze vraag bestaat uit zeven gesloten antwoorden en één open-antwoordcategorie om de vraag uitputtend te maken. Er is gekozen om basisschool en middelbaar onderwijs op te nemen als antwoordcategorie aangezien er op Swingavonden voornamelijk tieners komen. Van deze groep kunnen respondenten gestopt zijn met de middelbare school om zonder diploma te gaan werken. Wat de respondent in het dagelijks leven doet, is opgenomen in vraag 19. Deze vraag geeft gesloten antwoordcategorieën, aangevuld met een open-antwoordcategorie om de vraag uitputtend te maken. De open antwoorden zijn opgenomen in bijlage 3.

Vraag 6 gaat in op de culturele activiteiten die bezoekers buiten Vera ondernemen. Deze vraag is opgenomen om te kijken of de bezoekers van Vera ook andere culturele activiteiten bezoeken buiten Vera. Deze activiteiten zijn verdeeld onder populaire cultuur – bioscoop, concerten, filmhuizen, cabaret, musical en toneel – en legitieme cultuur door middel van klassiek concert, jazzconcert en musea.

Muziekvoorkeur

De muziekvoorkeur van de respondenten is gemeten door vragen 11 en 12, waarbij de respondenten verzocht zijn om aan te geven in hoeverre zij een bepaald muziekgenre graag beluisteren. Om niet te veel genres te creëren is er gekozen voor algemene genres. Bij de vraag of men houdt van rock wordt dus geen rekening gehouden met subgenres zoals bijvoorbeeld emo-rock, hardrock of punkrock, om een lijst met teveel variabelen te voorkomen. De muziekvoorkeuren van de respondent worden ook meegenomen in vraag 9, waar wordt gevraagd stellingen te beantwoorden die gericht zijn op de muziekvoorkeuren van de respondent. Zoals bleek uit hoofdstuk 2, kan popmuziek worden opgedeeld naar mainstream en underground. In dit tweede hoofdstuk is getoond dat dit verschil nog steeds aanwezig is. Vera is een podium dat zich richt op de underground. Om te kijken in hoeverre de bezoekers van Vera hierin onderscheid maken zijn enkele stellingen opgenomen in de vragenlijst. Deze stellingen zijn opgenomen om een beeld te krijgen van muziekvoorkeuren en de voorkeur voor underground of mainstream.

Smaak vrienden / smaak ouders

Zoals is gebleken uit de theorie in het vorige hoofdstuk, hebben ouders en vrienden invloed op het gedrag van de respondenten. Daarom wordt in vraag 4 gevraagd met wie de respondent Vera bezoekt. Om te kunnen kijken of er een verband is tussen de muzikale voorkeuren van de bezoekers, hun ouders en hun vrienden, is vraag 13 opgenomen in de vragenlijst. Hierin is de respondenten gevraagd aan te geven in hoeverre zij denken dat hun vrienden en ouders van een aantal gepresenteerde muziekgenres houden. Door middel van dezelfde lijst van muziekgenres als gebruikt voor het vaststellen van de muziekvoorkeur van de respondent zelf, wordt gevraagd aan de respondent om de vijfpunts-Likertschaal in te vullen voor de genrevoorkeuren van vrienden en ouders. Tevens is er de mogelijkheid aan te geven dat het muziekgenre bij de respondent onbekend is.

Mediagedrag

Het mediagedrag wordt door middel van de vragen 7, 8, 9 en 10 geoperationaliseerd. In vraag 7 zal worden gevraagd in hoeverre de respondent bepaalde tijdschriften leest. In deze vraag wordt gebruik gemaakt van een vijfpunts-Likertschaal, aangevuld met de vraag of ze ook een abonnement op het tijdschrift hebben. In de vragenlijst is gevraagd hoe vaak de respondent muziektijdschriften leest die in een lijst zijn opgenomen. Om te kijken in hoeverre de Verakrant gelezen wordt, is deze als muziektijdschrift opgenomen in de lijst. De Verakrant is een krantje met het laatste nieuws omtrent het programma en aankondigingen van Veraconcerten die gelden voor de komende twee weken. Deze Verakrant is behalve bij Vera op meerdere plekken in de stad Groningen te verkrijgen, onder andere bij de platenzaken gericht op de alternatievere muziek. Om de vragenlijst uitputtend te maken is er ruimte overgelaten om andere tijdschriften in te vullen door een open-antwoordcategorie bij vraag 7 toe te voegen. Deze antwoorden zijn opgenomen in bijlage 3. Veelal zal de informatie van het programma van Vera door middel van een intermediair, bijvoorbeeld de media of vrienden, komen. Door middel van vraag 10 wordt gevraagd op welke wijze de respondent op de hoogte is van het programma van die avond.

Reden bezoek

De respondenten hebben hun eigen reden om Vera te bezoeken. Waar de ene respondent specifiek komt voor de band van die avond, zal een andere respondent meegaan met iemand anders. Deze variabele is geoperationaliseerd in vraag 5, waar gevraagd wordt in hoeverre bepaalde aspecten een reden vormen om Vera te bezoeken.

Bezoekfrequentie

De bezoekfrequentie is opgenomen in vragen 1, 2, en 3. Aan de hand van de eerste vraag, de aanschaf van een Vera maandkaart, is te zien dat een bezoeker nog niet eerder in dezelfde maand Vera heeft bezocht. Vraag 2 neemt de bezoekfrequentie mee, hoe vaak komen de respondenten gemiddeld in Vera? Bij vraag 3 zijn de activiteiten van Vera onder elkaar gezet, waar de respondent wordt gevraagd aan te geven hoe vaak deze zijn bezocht.

4.4: Dataverzameling

In deze paragraaf wordt de dataverzameling toegelicht. Er zal worden uitgelegd hoe en waarom een pilot is gedaan, wat de populatie is en hoe er tot de verdeling is gekomen, wat het respons is dat is verkregen en op welke manier deze informatie is verwerkt.

Pilot

Om tot een antwoord te komen op de onderzoeksvragen is een vragenlijst opgesteld die in bijlage 1 is opgenomen. Deze vragenlijst is vooraf getest door acht personen, waarvan er vier gewend zijn zelf vragenlijsten op te stellen en de andere vier hier niet bekend mee zijn. De pilotversie is afgenomen in een

rustige omgeving, om de testpersonen de mogelijkheid te geven rustig na te kunnen denken. De vragenlijst is getest op onder andere de duidelijkheid van de vragen, de invulbaarheid en de benodigde tijdsduur. De tijdsduur die in de begeleidende brief van de originele vragenlijst is opgenomen, is dan ook gebaseerd op de pilot. Om de bezoekers niet al te zwaar te belasten met de vragenlijst op een 'avondje Vera' is in overleg met Vera besloten om tot een vragenlijst te komen van ongeveer 10 minuten. Deze tijdsduur heeft tot beperkingen geleid in de vragenlijst. Dit zorgt ervoor dat de vragenlijst niet uitputtend is, maar voldoende gegevens vergaart voor dit onderzoek.

Naar aanleiding van deze geteste vragenlijsten zijn er nog aanpassingen in de vragenlijst doorgevoerd om tot de uiteindelijke vragenlijst te komen. De antwoorden van de testpersonen zijn niet meegenomen in de analyse, de opmerkingen die gemaakt zijn bij vraag 20 staan vermeld in bijlage 3 met de aanduiding T en vervolgens hun eigen respondentennummer.

Onderzoekspopulatie

Voordat er begonnen is met de werkelijke dataverzameling is er overleg geweest met de programmeur van Vera (Peter Weening) over de geplande concerten en de verwachte bezoekersaantallen. Aan de hand van deze gegevens is een overzicht gemaakt van de concerten waar geënquêteerd zou gaan worden. Dit overzicht is opgenomen in bijlage 2. De concerten zijn geselecteerd op verschillende muziekgenres, verschillende dagen dat ze geprogrammeerd zijn en verschillende aantallen verwachte bezoekers om een diversiteit aan respondenten te krijgen. Bij de opzet van het onderzoek is besloten om te mikken op 400 ingevulde vragenlijsten. De veronderstelling is dat dit aantal een goed beeld zou geven van de bezoekers. Naar aanleiding van de verwachte bezoekersaantallen zijn er geplande enquêteaantallen uitgerekend die ook in de bijlage staan aangegeven. Er is besloten om tijdens de Swingavonden in totaal 3 keer 30 vragenlijsten af te nemen, om een evenredige verdeling te krijgen tussen de Swingavonden en concertavonden. De overige 310 waren gepland voor de concerten, wat neerkomt op 11,4 % van de verwachte bezoekersaantallen. Deze geplande hoeveelheid vragenlijsten staat in bijlage 2 in de voorlaatste kolom genoemd, het getal in de laatste kolom staat is het werkelijk afgenomen aantal. Aangezien er een mogelijkheid bestond van uitval of onbruikbare vragenlijsten, zijn per avond gemiddeld 2 extra enquêtes afgenomen, vandaar dat er afwijkingen zijn ontstaan tussen geplande en het werkelijk afgenomen aantal. Het laatste concert is uiteindelijk gecancelled, waardoor de werkelijke hoeveelheid afgenomen vragenlijsten daar op nul staat.

Aan de hand van het concert van de avond waarop de respondenten zijn geënquêteerd, hebben de respondenten een respondentennummer gekregen. Een respondent is zo gekoppeld aan de avond waarop hij / zij gevraagd is de vragenlijst in te vullen dat overeenkomt met de concertnummers zoals opgenomen is in bijlage 2 in de eerste kolom. Na invulling van de vragenlijsten zijn deze genummerd in willekeurige volgorde. Een respondent met het nummer 4.23 is dan ook op de vierde avond gevraagd een vragenlijst in te vullen om vervolgens als nummer 23 van die avond genummerd te worden.

Omdat Vera een uitgaansgelegenheid is, is er van te voren besloten om voor het concert de vragenlijsten af te nemen om de betrouwbaarheid te waarborgen. Bij opening van de zaal is de bezoekers dan ook gevraagd een vragenlijst in te vullen en direct weer in te leveren. Het nadeel van deze wijze van dataverzameling is dat de bezoekers die pas op het laatste moment binnen zijn komen lopen, niet konden worden gevraagd om een vragenlijst in te vullen.

In verband met mogelijk gebruik van alcohol en soft-drugs is tijdens de Swingavonden in de Voorkamer (waar ook de garderobe is) geënquêteerd, aangezien de bezoekers daar binnenkomen om hun jas op te laten hangen. De respondenten waren op dat moment nog niet in de Grote Zaal van Vera geweest. Tijdens de Swingavonden is er nooit na 00.30 uur geënquêteerd, om de betrouwbaarheid te waarborgen.

Respons

Een groot voordeel van vragenlijsten persoonlijk af nemen is dat er een hoog respons verwacht mag worden (Baarda, De Goede en Kalmijn, 2000). Deze veronderstelling bleek achteraf juist te zijn. In onderstaande tabel (tabel 4.1) staat hoe er is gekomen tot 404 bruikbare vragenlijsten. Er zijn 31 bezoekers geweest die de vragenlijsten niet wilden invullen, omdat ze een avondje uit waren en daar geen zin in hadden, of omdat ze nooit meewerken aan vragenlijsten. Van deze 31 bezoekers waren er 20 personen op de metalavonden die niet mee wilden werken. Er zijn 21 buitenlanders gevraagd, maar een gebrek aan vaardigheid in de Nederlandse taal maakte het hen onmogelijk om een vragenlijst in te vullen. Voornamelijk tijdens het concert van 'Motorpsycho presents The International Tussler Society' was dit aantal hoog aangezien er toen 14 Duitsers benaderd zijn of ze mee wilden werken. Onder de 21 buitenlanders waren er 19 Duitsers en 2 Italianen. Tijdens de Swingavond is er 1 vragenlijst verdwenen, de rest is ingeleverd. Verder bleek bij verwerking dat er 5 vragenlijsten onbruikbaar waren die er achteraf dan ook zijn uitgehaald. Deze vragenlijsten bleken (bijna) niet te zijn ingevuld. Dit levert een netto respons op van 85,9%.

Tabel 4.1: Bruto en nettorespons naar aanleiding van de vragenlijsten in absolute en relatieve aantallen

	<i>Aantal</i>	<i>Percentage</i>
<i>Aantal mensen gevraagd</i>	470	100.0%
<i>Aantal mensen geweigerd</i>	31	6,6%
<i>Aantal mensen die al hadden ingevuld</i>	8	1,7%
<i>Aantal buitenlanders</i>	21	4,5%
<i>Uitval tijdens enquêteafname</i>	1	0,2%
<i>Onbruikbaar</i>	5	1,1%
<i>Netto respons</i>	404	85,9%

4.5: Analyse

Voor de verwerking van de data is gebruik gemaakt van het statistische programma SPSS 12.0.1. De onderzoeksvragen, zoals deze zijn opgesteld in het vorige hoofdstuk, zullen door middel van verschillende technieken worden beantwoord. Aangezien de eerste vraag betrekking heeft op verschillende bezoekersgroepen, zal er eerst een clusteranalyse worden uitgevoerd op de

muziekvoorkeuren van de respondenten. Aangezien er meer dan 50 respondenten zijn in dit onderzoek, zal een K-means clusteranalyse worden uitgevoerd om de respondenten op deze manier te 'clusteren'. De muziekvoorkeur van de respondenten staat centraal in de segmentatie van het Vera publiek en daarom zal de clusteranalyse op deze set variabelen uitgevoerd worden.

Aan de hand van de clusterindeling zullen de overige onderzoeksvragen worden geanalyseerd. Dit zal gebeuren door factoranalyses, gemiddelden, kruistabellen en correlaties.

4.6: Tot slot

In dit hoofdstuk is ingegaan op de operationalisering van de onderzoeksvragen zoals deze zijn opgesteld in het vorige hoofdstuk. Er is uitgelegd hoe is gekomen tot de vragenlijst zoals deze is opgenomen in bijlage 1. In het volgende hoofdstuk zal er een voorstelronde worden gedaan: wat zijn de verschillen tussen de Swingbezoekers en de concertbezoekers?

5

Voorstelronde: het publiek van Vera

*'I am so happy to be myself,
rather be nobody else'*

(BOO! 1999)

5.1: Inleidend

In de voorgaande hoofdstukken is er een theoretische onderbouwing gegeven van de probleemstelling en de onderzoeksvragen. Zoals is uitgelegd in het vorige hoofdstuk is aan de hand van de theorie een vragenlijst opgesteld en vervolgens afgenomen onder het Vera-publiek. De antwoorden zijn verwerkt in het statistische programma SPSS 12.0.1.

Om een algemeen beeld te krijgen van de bezoekers van Vera, wordt dit hoofdstuk gebruikt als voorstelronde. Wie zijn de bezoekers over het algemeen en hoe is globaal de vragenlijst ingevuld? Er zijn in totaal 404 respondenten bereid gevonden die een complete vragenlijst hebben ingevuld. Door deze 404 respondenten zijn er 99 ingevulde vragenlijsten op Swingavonden ingeleverd. De andere 305 vragenlijsten zijn tijdens concertavonden in de Grote Zaal afgenomen. Om een vertekening van het beeld van de bezoekers te voorkomen, is besloten een opsplitsing te maken in dit hoofdstuk tussen concertbezoekers en Swingbezoekers. Wanneer er gesproken wordt over concertbezoekers worden concertbezoekers tijdens Grote Zaal concerten bedoeld. Er is ook gekeken of gevonden resultaten significant verschilden tussen de beide groepen. Significantie betekent dat het onwaarschijnlijk is dat het resultaat, in dit geval het verschil tussen de twee groepen, toe te schrijven is aan toeval (Kline, 1994). Er kunnen meerdere significantieniveaus worden gebruikt, deze staan onder de tabel in bijlage 4 (met een overzicht van de frequentieverdelingen) en bijlage 5 (met een overzicht van de sterkte van de samenhang tussen significante variabelen) aangegeven. Significantie kan getoetst worden op verschillende manieren. De wijze waarop getoetst wordt, is afhankelijk van het meetniveau van de variabelen en kan daardoor per vraag verschillen. De resultaten uit de vragenlijst zullen hier besproken worden.

5.2: Achtergrondvariabelen

Uit de vragenlijst zijn achtergrondvariabelen verkregen. Het geslacht, de leeftijd, de woonplaats, het opleidingsniveau, het al dan niet vrijwilliger zijn en de culturele activiteiten buiten Vera zullen worden besproken om een beschrijving te geven van de gehele groep respondenten.

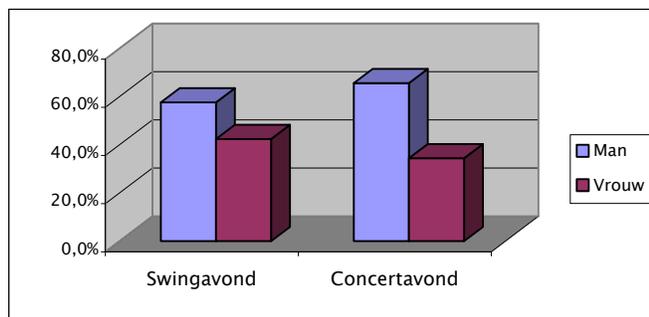
Vrijwilligers

Onder de concertbezoekers zijn in totaal 20 vrijwilligers (6,6%) bereidwillig geweest om een vragenlijst in te vullen tijdens een bezoek op een vrije avond. Verder gaven onder de concertbezoekers 3 respondenten (1,0%) uit zichzelf aan ooit vrijwilliger te zijn geweest bij Vera. Deze zijn in de frequentieverdeling 4.1, die is opgenomen in bijlage 4, meegenomen als niet-vrijwilliger, aangezien zij geen rol meer spelen binnen Vera. Op de Swingavonden zijn er 5 vrijwilligers (5,1%) geweest die een vragenlijst hebben ingevuld. Dit geeft geen significant verschil als een Chi-kwadraattoets wordt uitgevoerd.

Geslacht

Zoals te zien is in figuur 5.1 hebben tijdens de concerten 200 mannen (65,6%) en 105 vrouwen (34,4%) een vragenlijst ingevuld. Onder de Swingbezoekers was de verdeling tussen mannen en vrouwen 57,6% tegen 42,4%. Dat betekent dat over het geheel 63,6 % door een man is ingevuld en de overige 36,4% door een vrouw.

Na het uitvoeren van een Mann-Whitneytest (met geslacht als onafhankelijke en de avond als afhankelijke variabele) bleek het verschil, meer mannen bezoeken concerten, niet significant te zijn.



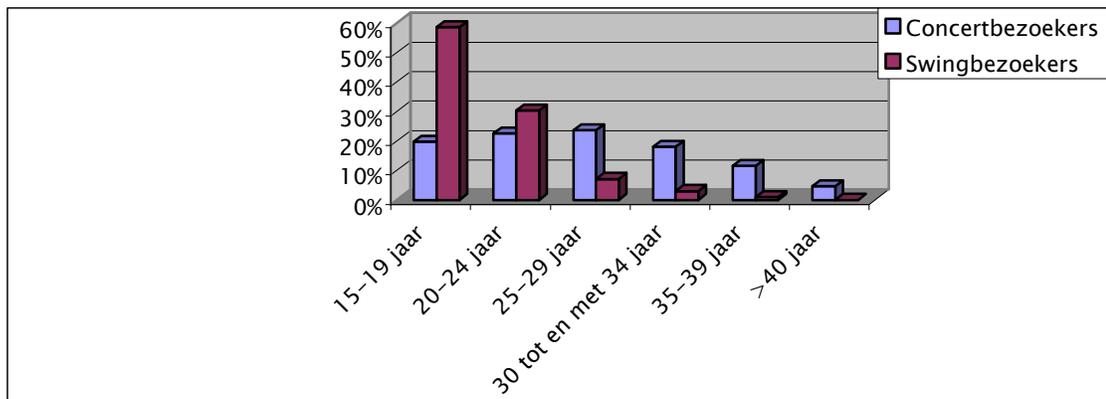
Figuur 5.1: Verdeling 'Geslacht'

Leeftijd

Naar aanleiding van de open vraag: 'Wat is je leeftijd?' in de vragenlijst zijn er na afloop zes leeftijdscategorieën gemaakt. De leeftijd van de concertbezoekers varieert tussen 15 en 58 jaar, met een gemiddelde van 27 jaar ($SD^1=7,914$). De leeftijd van de Swingbezoekers is minder gespreid. De leeftijden van de respondenten van de Swingavonden liggen tussen de 16 jaar en 36 jaar met een gemiddelde leeftijd van bijna 20 jaar ($SD = 4,165$).

¹ SD betekent Standaarddeviatie, de standaarddeviatie is het meten van spreiding / variatie tussen de scores (Kline, 1994).

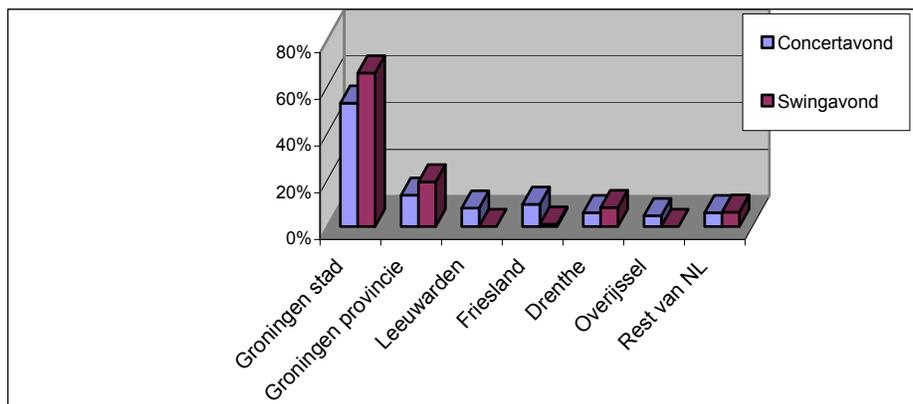
Zoals in tabel B(ijlage)4.3 te zien is, is er een significant verschil in leeftijd tussen bezoekers van een concertavond en een Swingavond van Vera. Dit is ook terug te zien in de frequentieverdeling zoals is opgenomen in tabel B4.3. Van de Swingbezoekers bleek bijna 90% onder de 25 jaar oud te zijn, terwijl de concertbezoekers meer verspreid zijn over de verschillende categorieën. De sterkte van de samenhang is berekend door de Cramer's V, dit is de meeste gebruikte en consistente samenhangsmaat als de significantie is berekend door de Chi-kwadraat. De sterkte van de samenhang tussen leeftijd en Swingbezoek is in opgenomen in tabel B(ijlage)5.1.



Figuur 5.2: Verdeling 'Leeftijd'

Woonplaats

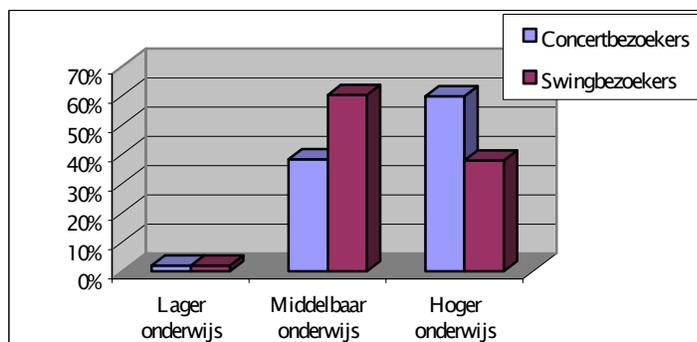
De vraag wat de woonplaats van de respondent is, is in de vragenlijst open gesteld om er later gesloten categorieën van te maken. Gezien de hoeveelheid bezoekers (7,9%) uit Leeuwarden tijdens de concertavonden is deze stad apart opgenomen als categorie. Zoals te zien is in figuur 5.3, komt ruim 50% tijdens concertbezoek uit de stad Groningen, tegen 65,7% tijdens de Swingavonden. Er is sprake van een significant verschil tussen de woonplaats van de concertavonden en Swingavonden. Swingbezoekers komen gemiddeld vaker uit de stad Groningen dan concertbezoekers. De sterkte van de samenhang tussen de twee variabelen is meegenomen in B5.2.



Figuur 5.3: Verdeling 'Woonplaats'

Opleidingsniveau

In de vragenlijst is ook gevraagd naar het opleidingsniveau van de respondenten. Deze vraag bestaat uit zeven gesloten antwoorden en één open-antwoordcategorie. Wanneer de respondent nog bezig is met een opleiding, is gevraagd deze opleiding aan te geven. De percentages zijn opgenomen in B4.5. Er is onderscheid gemaakt tussen lager, middelbaar en hoger onderwijs. Lager onderwijs wordt gevormd door de categorieën basisschool en LBO. In middelbaar onderwijs zijn de categorieën MAVO / VMBO, HAVO, VWO / gymnasium en MBO opgenomen terwijl hoger onderwijs bestaat uit HBO en WO. De gemiddelden van de concertavonden (2,58 met een SD van 0,53) en de Swingavonden (2,36 met een SD van 0,52) verschillen significant. Dit significante verschil betekent dat over het algemeen meer hoger opgeleiden naar de concertavonden komen dan naar Swingavonden. Er wordt verwacht dat dit verschil wordt veroorzaakt door het leeftijdsverschil tussen de twee groepen. Aangezien er veel 15 tot en met 19 jarigen op Swingavonden komen, zullen deze respondenten hun middelbare school waarschijnlijk nog niet hebben afgerond, terwijl op concertavonden de gemiddelde leeftijd veel hoger ligt. De concertbezoekers hebben vaker de middelbare school al afgerond en zijn bezig met een vervolgopleiding (of hebben deze ook al afgerond).



Figuur 5.4: Verdeling 'Onderwijs'

Dagelijkse leven

Op de vraag wat in het dagelijks leven wordt gedaan, kan niet worden gekeken naar significante verschillen, aangezien meer dan 20% (te weten 33,3%) van de cellen minder dan 5 antwoorden heeft verkregen. De percentages zijn opgenomen in de onderstaande tabel (tabel 5.1). De grote verschillen in het dagelijkse leven tussen concertbezoekers en Swingbezoekers kunnen worden verklaard door de leeftijd. Aangezien Swingbezoekers significant jonger zijn, mag er verwacht worden dat deze bezoekers nog naar school of naar de universiteit gaan. De concertavonden daarentegen worden voornamelijk bezocht door respondenten die betaald werk doen.

Tabel 5.1: Frequentieverdeling 'Wat doe je in het dagelijkse leven?'

<i>Dagelijkse leven</i>	<i>Concertbezoekers</i>	<i>Swingbezoekers</i>	<i>Totaal</i>
<i>Betaald werk</i>	50,8%	11,1%	41,1%
<i>Huishouden</i>	1,3%	0,0%	1,0%
<i>School / universiteit</i>	35,7%	78,8%	46,3%
<i>Combinatie school/werk</i>	5,9%	9,1%	6,7%
<i>Werkloos</i>	3,3%	0,0%	2,5%
<i>Anders</i>	3,0%	1,0%	2,5%

Culturele activiteiten

Om een beeld te krijgen van de culturele activiteiten die de respondenten bezoeken is ook een vraag opgenomen in de vragenlijst of men ook culturele activiteiten bezoekt. Immers, wanneer men Vera niet vaak bezoekt, bezoekt men dan wel andere culturele activiteiten? Of bezoekt men helemaal geen culturele activiteiten?

Daarom is de respondenten gevraagd naar de mate van bezoek aan culturele instellingen en activiteiten. De frequentietabellen zijn opgenomen in bijlage 4 als tabellen B4.7 tot en met B4.15. De sterktes van de samenhangen zijn opgenomen in tabellen B5.4 tot en met B5.6. In de culturele instellingen en activiteiten zijn drie instellingen c.q. activiteiten meegenomen die onder de legitieme cultuur vallen, te weten: bezoek van musea, bezoek van jazzconcerten en bezoek van klassieke concerten. De overige vijf, zoals opgenomen in de vragenlijst in bijlage 1, vallen onder de populaire cultuur. Van de legitieme cultuur geeft alleen het merendeel van de respondenten aan meer dan één keer een museum te bezoeken, het grootste gedeelte van de respondenten geeft aan geen klassieke concerten en geen jazzconcerten te bezoeken.

Tabel 5.2: Gemiddelden 'culturele activiteiten'

	<i>Concertbezoekers</i>	<i>Swingbezoekers</i>	<i>Totaal</i>
<i>Een museum</i>	2.40	2.54	2.43
<i>Een concert (niet in Vera)***</i>	3.98	3.25	3.80
<i>Een musical</i>	1.20	1.39	1.25
<i>Een klassiek concert</i>	1.35	1.29	1.33
<i>Een jazzconcert</i>	1.51	1.63	1.54
<i>Een cabaretvoorstelling</i>	1.81	1.86	1.82
<i>Een toneelvoorstelling***</i>	1.64	2.12	1.76
<i>Een bioscoop**</i>	3.51	3.91	3.61
<i>Een filmhuis</i>	2.57	2.55	2.57

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

De concerten blijken samen met de bioscoop gemiddeld het vaakst bezocht te worden. Concertbezoekers bezoeken significant vaker concerten buiten Vera, terwijl de Swingbezoekers significant gemiddeld vaker de bioscoop bezoeken. Ook toneelvoorstellingen geven een significant onderscheid tussen de concertbezoekers en Swingbezoekers. Swingbezoekers bezoeken significant vaker een toneelvoorstelling dan concertbezoekers dat doen.

Het concertbezoek buiten Vera blijkt voornamelijk door de concertbezoekers te worden gedaan. 51,8% Van de respondenten van de concertavonden geven aan dat ze meer dan 6 keer andere gelegenheden bezoeken om een concert bij te wonen. Daarentegen zegt 29,3% van de Swingbezoekers dat te doen. Wanneer een ander podium een aantrekkelijke programmering aanbiedt, is te verwachten dat de respondenten elders die concerten bezoeken.

Waar de concertbezoekers significant vaker aangeven een ander podium te bezoeken dan de Swingbezoekers, geven Swingbezoekers daarentegen significant vaker aan een toneelvoorstelling te bezoeken. De groep concertbezoekers die nooit een toneelvoorstelling bezoekt, is aanzienlijk groter (64,6% tegen 35,4%) dan de groep Swingbezoekers die zegt geen toneelvoorstelling te bezoeken. Een verklaring voor het feit dat Swingbezoekers gemiddeld vaker een bezoek brengen aan een toneelvoorstelling zou kunnen zijn dat de Swingbezoekers gemiddeld jonger zijn en zij vanuit school verplicht zijn een aantal voorstellingen te bezoeken.

Waar de concertbezoekers aangeven gemiddeld vaak – 1 tot 4 keer per jaar – naar de bioscoop te gaan, geven de Swingbezoekers aan significant vaker – meer dan 4 keer – naar de bioscoop te gaan. Het significantieniveau en de sterkte van de samenhang tussen de verschillende avonden en bioscoopbezoek zijn meegenomen in B5.6.

5.3: Smaak vrienden / ouders

De smaken van de vrienden en de ouders zijn van invloed op het al dan niet bezoeken van Vera. Om te bekijken of de vrienden en / of de ouders meekomen naar Vera, is in de vragenlijst gevraagd naar de personen met wie de respondent Vera bezoekt die avond. In de frequentieverdeling (tabel 5.3) is het percentage opgenomen van aanwezigheid van de genoemde groepen. Op deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk. Respondenten kunnen bijvoorbeeld zowel met de partner als met andere vrienden naar Vera gaan, vandaar dat de kolommen boven de 100% uitkomen.

Tabel 5.3: Frequentieverdeling 'Met wie bezoek je vanavond Vera?'

	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal	Chikwadraat	Df	Significantie
Ouders	1,0%	1,6%	1,5%			
Andere familieleden	5,6%	6,1%	5,7%	0.33	1	.856
Alleen	10,2%	5,1%	8,9%	2.408	1	.121
Vrienden	75,4%	89,8%	78,9%	9.223	1	0.002**
Partner	25,2%	23,2%	24,8%	.163	1	.687

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

De verschillen tussen concertbezoekers en Swingbezoekers in de kruistabel met wie de respondent bezoekt blijken te klein om een significant verschil op te leveren. Alleen het verschil tussen concertbezoekers en Swingbezoekers die Vera bezoeken met vrienden blijkt een significant verschil op te leveren. Er kan dan ook worden gesteld dat Swingbezoekers gemiddeld vaker dan de concertbezoekers met vrienden naar Vera komen. De overige verschillen blijken op toeval te berusten.

Er is in de vragenlijst ook gevraagd naar de muziekvoorkeuren van de ouders en de vrienden door middel van een lijst met muziekgenres en een vijfpunts-Likertschaal. In totaal is er naar 21 verschillende muziekgenres gevraagd. De gemiddelden die op de verschillende genres zijn gegeven staan op de volgende pagina in tabel 5.4 die geldt voor de vrienden en tabel 5.5 die ingaat op de gemiddelden voor de ouders. Zoals blijkt uit deze tabellen, liggen de gemiddelden van muziekvoorkeuren bij de ouders van Swingbezoekers lager dan bij de vrienden voor de Swingbezoekers. Alleen wereldmuziek, klassieke jazz, folk, klassieke muziek, Nederlandstalige smartlappen en blues worden hoger gewaardeerd door de ouders van de Swingbezoekers. Onder concertbezoekers worden volgens de bezoekers zelf de genres klassieke jazz, klassieke muziek en Nederlandstalige smartlappen hoger gewaardeerd onder de ouders van de concertbezoekers dan de vriend(inn)en. De overige genres worden volgens de bezoekers meer gewaardeerd door de vriend(inn)en. Onder de vriend(inn)en van de Swingbezoekers worden ska (met een gemiddelde van 3.78), rock (4.12) en punk (3.78) het hoogst gewaardeerd op een vijfpunts-Likertschaal, terwijl dit bij concertbezoekers juist gaat om rock (4.03), grunge (3.47) en metal (3.43). Nederlandstalige smartlappen worden zowel door de Swingbezoekers als door de concertbezoekers het laagst gewaardeerd. Van de 21 genoemde genres geven drie genres, te weten ska, reggae en pop, bij de vriendengroep een significant verschil. Deze significante verschillen zijn berekend naar aanleiding van de antwoorden en de verschillen tussen Swingbezoekers en concertbezoekers. Van ska, reggae en pop blijken de vrienden van de concertbezoekers significant hoger te scoren op pop dan dat de vrienden van Swingbezoekers dat doen. Op ska en reggae daarentegen wordt significant hoger gescoord door de vrienden van de Swingbezoekers.

Bij de ouders zijn tussen de Swingbezoekers en concertbezoekers meer significante verschillen te constateren. Daar zijn 9 van de 21 muziekgenres significant. Deze significante muziekgenres zijn: hiphop, ska, reggae, punk, wereldmuziek, klassieke jazz, funk, blues en soul. De ouders van de Swingbezoekers scoren op alle 9 muziekgenres significant hoger dan de ouders van de concertbezoekers.

Tabel 5.4: Frequentieverdeling 'Muziekvoorkeur vrienden'

Genre	Gemiddelden concerten	SD	Onbekend genre	Ik weet niet of ze daar van houden	Gemiddelden Swing	SD	Onbekend genre	Ik weet niet of ze daar van houden
Hardcore	3.06	1.52	0,3%	1,0%	3.03	1.61	1,0%	5,1%
Metal	3.43	1.44	0,0%	0,7%	3.57	1.47	0,0%	5,0%
Crossover	2.67	1.37	12,2%	3,4%	2.65	1.32	22,2%	7,1%
Rap	2.60	1.38	0,3%	1,0%	2.70	1.44	0,0%	1,0%
Hip-hop	2.60	1.40	0,0%	0,3%	2.89	1.51	0,0%	1,0%
Ska***	2.97	1.36	1,0%	1,3%	3.78	1.11	1,0%	2,0%
Reggae***	2.89	1.38	0,7%	1,0%	3.59	1.18	0,0%	2,0%
Disco	2.69	1.34	0,3%	0,7%	2.57	1.23	0,0%	4,0%
Pop**	3.43	1.26	0,0%	0,3%	2.99	1.13	0,0%	1,0%
Punk	3.57	1.28	0,3%	0,3%	3.78	1.23	0,0%	0,0%
Rock	4.03	1.13	0,0%	1,0%	4.12	1.30	0,0%	2,0%
Grunge	3.47	1.34	2,0%	1,4%	3.49	1.23	5,1%	5,1%
Wereldmuziek	2.31	1.21	2,0	2,7%	2.53	1.37	3,1%	6,1%
Klassieke Jazz	2.09	1.28	0,7%	2,0%	2.38	1.26	0,0%	4,0%
Folkmuziek	2.29	1.32	1,0%	1,7%	2.21	1.35	1,0	6,1
Klassieke muziek	2.23	1.25	0,3%	1,3%	2.10	1.30	0,0%	3,0%
Nederlandstalige Smartlappen	1.79	1.12	0,3%	1,0%	1.71	1.12	0,0%	2,0%
Funk	2.57	1.32	1,0%	0,7%	2.76	1.16	0,0%	4,1%
Blues	2.89	1.31	0,7%	0,7%	2.70	1.23	0,0%	4,1
Soul	2.68	1.38	1,0%	1,0%	2.72	1.31	0,0%	5,1
Singer / Song- writer	3.04	1.42	2,7%	1,3%	2.77	1.42	4,0%	5,1%

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel 5.5: Frequentieverdeling 'Muziekvoorkeur ouders'

Genre	Gemiddelden concerten	SD	Onbekend genre	Ik weet niet of ze daar van houden	Gemiddelden Swing	SD	Onbekend genre	Ik weet niet of ze daar van houden
Hardcore	1.21	0.64	0,0%	5,4%	1.27	0.75	1,0%	6,1%
Metal	1.36	0.88	0,0%	4,4%	1.47	0.94	0,0%	5,1%
Crossover	1.28	0.68	12,2%	6,8%	1.42	0.88	22,2%	6,1%
Rap	1.20	0.54	0,0%	3,7%	1.32	0.75	0,0%	3,0%
Hip-hop***	1.20	0.97	0,0%	3,7%	1.53	0.95	0,0%	4,0%
Ska***	1.50	1.50	1,0%	4,1%	1.96	1.27	1,0	10,1%
Reggae**	1.79	1.19	0,0%	3,4%	2.17	1.31	0,0	7,1%
Disco	1.98	1.20	0,0%	3,5%	2.05	1.20	0,0	5,1%
Pop	2.64	1.41	0,0%	2,7%	2.48	1.35	0,0%	3,0%
Punk**	1.50	0.94	0,0%	3,0%	1.81	1.81	0,0%	5,1%
Rock	2.20	1.38	0,0%	3,0%	2.48	1.44	0,0%	6,1%
Grunge	1.62	1.06	1,7%	4,4%	1.77	1.08	6,1%	8,1%
Wereldmuziek*	2.19	1.34	1,4%	3,4%	2.61	1.44	2,0%	5,1%
Klassieke Jazz***	2.13	1.34	0,7%	3,4%	2.60	1.39	0,0%	3,0%
Folkmuziek	2.28	1.34	0,7%	3,7%	2.46	1.43	1,0%	6,1%
Klassieke muziek	2.81	1.60	0,0%	3,4%	2.60	1.49	0,0%	4,1%
Nederlandstalige Smartlappen	1.92	1.24	0,0%	3,7%	1.89	1.29	0,0%	4,0%
Funk**	1.72	1.09	0,7%	3,7%	2.08	1.15	0,0%	12,1%
Blues*	2.48	1.41	0,3%	3,4%	2.88	1.34	0,0%	6,1%
Soul**	2.18	1.34	0,7%	3,4%	2.71	1.48	0,0%	5,1%
Singer / Song- writer	2.45	1.46	1,7%	4,4%	2.40	1.36	3,0%	7,1%

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Crossover, een muzieksoort waarbij verschillende stijlen worden gecombineerd, wordt het vaakst aangegeven als onbekend genre, ruim 22 % van de Swingbezoekers geeft aan deze vorm niet te kennen tegen 12,2% bij de concertbezoekers. Een verklaring voor de onbekendheid van dit genre kan zijn dat respondenten de naam ‘Crossover’ niet plaatsen met bands als bijvoorbeeld The Red Hot Chili Peppers. De band is bekend, maar de naam die er aan kleef is niet bekend.

Ook grunge blijkt bij de Swingbezoekers vaker onbekend dan bij de concertbezoekers. Een verklaring hiervoor zou kunnen liggen in de leeftijd van de Swingbezoekers. Ten tijde van de hoogtijdagen van de grunge (begin jaren '90) waren de Swingbezoekers wellicht te jong om dit muzieksoort volledig op te nemen.

5.4: Mediagedrag

Zoals is uitgelegd in de operationalisering, is er gevraagd in de vragenlijst aan de respondenten hoe vaak ze een muziektijdschrift lezen en of ze een abonnement hebben op de genoemde tijdschriften. De concertbezoekers blijken meer respondenten met abonnementen te hebben dan de Swingbezoekers, 46 abonnementen onder concertbezoekers tegen 15 abonnementen onder de Swingbezoekers. Vooral op de Oor (25 keer) en Aardschok (12 keer) zijn de respondenten geabonneerd.

Wire, een Engels maandblad gericht op de ‘non-mainstream’, wordt het minst gelezen door de Swingbezoekers, terwijl de Hitkrant door concertbezoekers het minst wordt gelezen. Zoals blijkt uit onderstaande tabel, wordt zowel door concertbezoekers als door Swingbezoekers de Verakrant gemiddeld het meest gelezen.

Tabel 5.6: Abonnementen en leestijd

	Abonnement Concert	Gemiddelden Concertbezoekers	SD	Abonnement Swingavond in aantallen	Gemiddelden Swing	SD
<i>Oor*</i>	20	1.74	.76	5	1.55	.70
<i>Hitkrant*</i>	0	1.06	.24	1	1.12	.39
<i>LiveXS</i>	1	1.38	.75	0	1.36	.76
<i>Rolling Stone</i>	1	1.17	.44	1	1.17	.40
<i>Aardschok*</i>	12	1.41	.78	0	1.26	.60
<i>Fret</i>	2	1.30	.69	1	1.23	.62
<i>VeraKrant*</i>	5	2.37	1.15	2	2.08	1.11
<i>The Wire</i>	2	1.12	.39	0	1.07	.33
<i>Samsonic</i>	2	1.23	.46	4	1.25	.55
<i>NME</i>	0	1.15	.44	0	1.13	.42
<i>Aloha</i>	1	1.19	.52	1	1.18	.48
<i>Gemiddelde leestijd**</i>		2.59			2.04	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Net als de Verakrant zijn ook de Fret en LiveXS gratis tijdschriften. Deze gratis tijdschriften worden, op de Oor en Aardschok na, gemiddeld vaker gelezen dan de overige tijdschriften waar naar is gevraagd. De concertbezoekers lezen de Oor, de Aardschok en de Verakrant significant vaker dan de Swingbezoekers. De Swingbezoekers daarentegen lezen de Hitkrant significant vaker. De gemiddelde leestijd van concertbezoekers geeft een significant verschil ten opzichte van de gemiddelde leestijd van de Swingbezoekers. Van de Swingbezoekers leest 17,2% helemaal niet over muziek tegen 5,2% van de concertbezoekers.

Media spelen een belangrijke rol in het overbrengen van het programma van Vera. Vandaar dat er gevraagd is op welke wijze de respondent op de hoogte is van het programma van die avond. Zoals te zien is in tabel 5.7, blijken onder de concertbezoekers de communicatiemiddelen die Vera hanteert hoog te scoren in vergelijking met andere media. Zowel de Veraposter (9,2%), de Verakrant (29,2%), als de Vera-website (30,5%) worden vaak genoemd als de wijze waarop men op de hoogte is van het programma. De Verakrant en de Vera-website worden significant minder onder Swingbezoekers genoemd. De Verakrant wordt door 20,2% van de Swingbezoekers genoemd en 14,1% van de Swingbezoekers geeft aan de website te hebben bezocht. Andere media blijken minder vaak geraadpleegd. Het Dagblad van het Noorden, een regionale krant, wordt door 2,3% van de bezoekers aangegeven als een informatiebron van het programma van die avond. De LiveXS wordt alleen door concertbezoekers (0,7%) genoemd. De mond-tot-mond reclame neemt een belangrijke plaats in bij de overdracht van programma-informatie. Informatie over het programma blijkt het vaakst voor beide bezoekersgroepen via vrienden en kennissen te lopen. Bijna 46% van de concertbezoekers en ruim 38% van de Swingbezoekers komen door middel van vrienden / kennissen aan het programma van Vera. Ouders en andere familieleden blijken bijna geen rol te spelen in het overbrengen van het programma. Onder de concertbezoekers was 1,3% van de respondenten op de hoogte van het programma door middel van ouders of andere familieleden. Naast de aangegeven lijst is ook het item 'anders namelijk....' opgenomen om de vraag uitputtend te maken. Dit antwoord is in totaal 13,1% gegeven. De lijst met andere mogelijkheden is opgenomen in bijlage 3.

Tabel 5.7: Frequentieverdeling 'Op de hoogte van het programma'

	<i>Concertbezoekers</i>	<i>Swingbezoekers</i>	<i>Totaal</i>	<i>Chi-kwadraat</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
<i>Binnenkomst gehoord</i>	2,6%	20,2%	6,9%			
<i>Poster gezien</i>	9,2%	10,1%	9,4%	0.074	1	0.785
<i>Verakrant</i>	29,2%	20,2%	27,0%	3.058	1	0.08
<i>Dagblad van het Noorden</i>	2,3%	1,0%	2,0%	0.636	1	0.425
<i>Website band</i>	8,9%	2,0%	7,2%	5.236	1	0.022*
<i>Website Vera</i>	30,5%	14,1%	26,5%	10.262	1	0.001**
<i>Andere Website</i>	5,2%	1,0%	4,2%	3.327	1	0.068
<i>Vrienden / kennissen</i>	45,9%	38,4%	44,1%	1.714	1	0.19
<i>Ouders</i>	0,3%	0,0%	0,2%			
<i>Andere familieleden</i>	1,0%	1,0%	1,0%			
<i>Live XS</i>	0,7%	0,0%	0,5%			
<i>Anders</i>	12,1%	16,2%	13,1%	1.065	1	0.302

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

5.5: Muziekvoorkeur

Op basis van de vijfpunts-Likertschaal is gevraagd aan de respondenten om aan te geven in hoeverre men al dan niet houdt van het muziekgenre dat is aangegeven. In totaal is er naar 21 muziekgenres gevraagd. De gemiddelden voor de verschillende genres zijn gegeven zijn opgenomen in onderstaande tabel. Zoals is te zien in tabel 5.8, wordt zowel bij de Swingavonden als bij de concertavonden rock het beste gewaardeerd. Nederlandstalige smartlappen zijn daarentegen bij beide groepen niet geliefd. Rap, hip-hop, ska en reggae worden significant meer gewaardeerd door de Swingbezoekers, terwijl folk en klassieke muziek significant hoger scoren door de concertbezoekers.

Tabel 5.8: Gemiddelden 'Muziekvoorkeur'

	Gemiddelden concertavond	Favoriet concertavond	Onbekend genre in %	Gemiddelden Swingavond	Favoriet Swingavond	Onbekend genre in %
Hardcore	3.33	6,1%	0,7%	3.23	4,3%	1,0%
Metal	3.23	15,1%	0,0%	3.24	7,1%	0,0%
Crossover	2.78	0,0%	12,1%	2.78	0,0%	22,2%
Rap***	2.25	0,3%	0,0%	2.80	2,0%	0,0%
Hip-hop***	2.32	0,7%	0,0%	2.97	4,0%	0,0%
Ska***	2.93	1,6%	2,0%	3.75	3,0%	3,0%
Reggae***	2.83	1,6%	0,0%	3.61	4,0%	1,0%
Disco	2.46	0,0%	0,3%	2.72	1,0%	0,0%
Pop	3.04	3,0%	0,3%	2.71	1,0%	0,0%
Punk	3.53	4,6%	0,0%	3.71	6,1%	0,0%
Rock	4.18	13,8%	0,0%	4.13	15,2%	0,0%
Grunge	3.48	1,6%	2,6%	3.50	0,0%	8,1%
Wereldmuziek	2.65	1,0%	2,3%	2.80	0,0%	8,1%
Klassieke Jazz	2.40	0,0%	1,0%	2.62	0,0%	1,0%
Folkmuziek**	2.73	0,7%	1,3%	2.37	0,0%	2,0%
Klassieke muziek**	2.71	0,7%	0,3%	2.28	0,0%	0,0%
Nederlandstalige smartlappen	1.66	0,0%	0,3%	1.47	0,0%	2,0%
Funk	2.68	1,3%	0,7%	2.98	2,0%	1,0%
Blues	3.23	1,3%	0,3%	3.08	2,0%	0,0%
Soul	2.86	0,0%	1,0%	2.95	1,0%	0,0%
Singer / Songwriter	3.24	5,9%	2,6%	2.95	1,0%	6,1%
Geen favoriet		19,0%			23,2%	
Meerdere antwoorden		6,6%			3,0%	
Anders		17,0%			18,2%	

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Tevens staan in tabel 5.8 de percentages aangegeven die elk genre heeft gekregen als favoriete muziekgenre. De vraag wat de favoriete muziekvoorkeur was van de respondent, heeft uiteenlopende antwoorden opgeleverd. Van de lijst van 21 muziekvoorkeuren worden drie genres niet aangegeven als favoriete muziekvoorkeur: crossover, jazz en Nederlandstalige smartlappen. De overige 18 genres zijn allemaal genoemd als favoriet genre. Van deze genres worden metal (13,1%) en rock (14,1%) het vaakst genoemd als favoriet. Het percentage metal ligt gemiddeld lager dan rock, omdat metal door de Swingbezoekers (7,1%) minder wordt genoemd dan door concertbezoekers (15,1%). Rock daarentegen scoort bij beide groepen bijna even hoog (13,8% bij concertbezoekers tegen 15,2% bij Swingbezoekers). Ook was er de mogelijkheid voor de respondent op de vragenlijst een eigen favoriete muziekgenre aan te geven door middel van 'anders nl...' Er is gemiddeld 17,3% een andere muziekvoorkeur aangegeven. Deze lijst van andere muziekvoorkeuren is opgenomen in bijlage 3. Verder bleek dat 19,0% van de concertbezoekers en 23,2% van de Swingbezoekers geen uitgesproken muziekvoorkeur had. In totaal 5,7% van de respondenten gaf twee of meer antwoorden op hun favoriete muziekvoorkeur.

Zoals bleek uit hoofdstuk 2, kan popmuziek worden opgedeeld naar 2 stromingen, mainstream en underground. In dit tweede hoofdstuk is laten zien dat het verschil nog steeds aanwezig is. Vera is een podium dat zich richt op de underground. Om te kijken in hoeverre de bezoekers van Vera hierin

onderscheid maken zijn enkele stellingen opgenomen in de vragenlijst. Deze stellingen staan in tabel 5.9 opgenomen.

Tabel 5.9: Frequentieverdelingen stellingen

	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Ik weet veel van muziek**			
<i>Helemaal mee eens</i>	38,7%	31,3%	36,9%
<i>Mee eens</i>	33,4%	27,3%	31,9%
<i>Neutraal</i>	23,0%	28,3%	24,3%
<i>Mee oneens</i>	3,9%	9,1%	5,2%
<i>Helemaal mee oneens</i>	1,0%	4,0%	1,7%
Ik ken veel verschillende bands			
<i>Helemaal mee eens</i>	46,7%	38,4%	44,7%
<i>Mee eens</i>	29,9%	33,3%	30,5%
<i>Neutraal</i>	18,1%	12,1%	16,6%
<i>Mee oneens</i>	3,3%	13,1%	5,7%
<i>Helemaal mee oneens</i>	2,0%	3,0%	2,2%
Ik luister graag Top 40 muziek			
<i>Helemaal mee eens</i>	2,6%	4,0%	3,0%
<i>Mee eens</i>	8,2%	10,1%	8,7%
<i>Neutraal</i>	10,9%	21,2%	13,4%
<i>Mee oneens</i>	31,9%	27,3%	30,8%
<i>Helemaal mee oneens</i>	46,4%	37,4%	44,2%
Mijn voorkeur verandert vaak			
<i>Helemaal mee eens</i>	3,9%	5,1%	4,2%
<i>Mee eens</i>	9,5%	14,1%	10,7%
<i>Neutraal</i>	20,1%	22,2%	20,6%
<i>Mee oneens</i>	25,7%	25,3%	25,6%
<i>Helemaal mee oneens</i>	40,8%	33,3%	39,0%
Als iemand mij een bandje aanraadt ga ik daar ook naar luisteren			
<i>Helemaal mee eens</i>	33,3%	25,3%	31,3%
<i>Mee eens</i>	38,3%	32,3%	36,8%
<i>Neutraal</i>	19,8%	27,3%	21,6%
<i>Mee oneens</i>	5,9%	11,1%	7,2%
<i>Helemaal mee oneens</i>	2,6%	4,0%	3,0%
Ik ben geïnteresseerd in kleine onbekende bands			
<i>Helemaal mee eens</i>	45,4%	34,0%	42,4%
<i>Mee eens</i>	29,9%	24,7%	28,7%
<i>Neutraal</i>	15,5%	24,7%	17,7%
<i>Mee oneens</i>	4,9%	7,2%	5,5%
<i>Helemaal mee oneens</i>	4,3%	8,2%	5,2%

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

72,1% Van de concertbezoekers geeft aan veel van muziek te weten, terwijl 58,6% van de Swingbezoekers dat vindt. Dit geeft een significant verschil. Ook geven de concertbezoekers aan veel verschillende bandjes te kennen. Het percentage onder de bezoekers van de Swingavonden ligt op deze stelling lager, maar

vanwege het ontbreken van voldoende antwoorden in de overige cellen kan dit niet getoetst worden op significantie.

In de top 40 staan voornamelijk mainstreambands. Daarom is gevraagd in hoeverre de bezoekers naar de top 40 luisteren. De concertbezoekers blijken significant vaker (46,4%) het helemaal niet met deze stelling eens te zijn. Daarmee laten de respondenten ook direct zien dat de theorie, die Peterson en Simkus (1992) hebben opgesteld, over de omnivoren en univoren niet van toepassing is binnen bezoekers van Vera.

Zoals gesteld in het theoretisch kader zouden bezoekers van Vera ook muziek uit de mainstream opnemen. Dit blijkt niet veel voor te komen.

Zoals is te zien, verandert de muziekvoorkeur volgens de respondenten niet vaak. Onder de bezoekers geeft 14,9% aan dat ze het eens zijn met de stelling dat hun muziekvoorkeur vaak verandert.

De muziekkennis van concertbezoekers is significant hoger dan de Swingbezoekers. De sterkte van deze samenhang is meegenomen in B5.11.

5.6: Reden bezoek

Er zijn verschillende motieven denkbaar waarom de respondenten Vera bezoeken. Daarom is er in de vragenlijst gevraagd naar de reden van het bezoek. Omdat er nog andere redenen bedacht zouden kunnen worden waarom respondenten Vera bezoeken, is ook 'anders nl...' toegevoegd in de antwoordenlijst. De redenen die daar zijn ingevuld, zijn opgenomen in bijlage 3.

Tabel 5.10: Gemiddelden 'Reden bezoek Vera'

	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
<i>Gezelligheid***</i>	3.43	4.21	3.63
<i>Sfeer***</i>	3.46	4.06	3.61
<i>Bekenden***</i>	2.91	3.85	3.14
<i>Drankprijzen**</i>	2.55	2.93	2.64
<i>Gewoonte***</i>	2.19	2.97	2.39
<i>Programma***</i>	4.53	2.73	4.09
<i>Iemand anders</i>	2.19	1.97	2.13
<i>Lage entreprijzen</i>	2.64	2.73	2.67

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Tabel 5.10 laat zien dat gezelligheid, sfeer, bekenden, drankprijzen en gewoonte significant vaker de reden zijn voor Swingbezoekers om Vera te bezoeken dan dat de concertbezoekers dat doen.

Daarentegen bezoeken concertbezoekers significant vaker Vera vanwege het programma, dat significant lager scoort door Swingbezoekers.

De frequentieverdelingen zijn opgenomen in B4.30 tot en met B4.37. Zoals te zien is in de frequentieverdeling, geeft meer dan 40% van de Swingbezoekers aan dat ze 'absoluut' voor de gezelligheid komen, terwijl dit voor nog geen 20% van de concertbezoekers geldt. Bijna dezelfde verdeling is ontstaan bij de vraag in hoeverre bezoekers voor de sfeer komen. Tabel B4.31 vertoont een bijna gelijke lijn in vergelijking met tabel B4.30. Ook daar geven voornamelijk de Swingbezoekers aan juist wel voor de

sfeer te komen, terwijl dit voor de concertbezoekers minder van belang is. Deze verschillen zijn beide significant.

Door de gezelligheid is het aannemelijk dat er ook vrienden getroffen worden in Vera. Dat meer dan 69% van de Swingbezoekers aangeeft juist te naar Vera te komen om bekenden te treffen zou een gevolg kunnen zijn van de gezelligheid en sfeer of andersom. Concertbezoekers (40,1%) stellen veel minder vaak naar Vera te komen om bekenden te treffen. Ook dit is een significant verschil waardoor geconcludeerd mag worden dat Swingbezoekers gemiddeld vaker bekenden treffen dan concertbezoekers dat in Vera doen.

Dat bezoekers van de Swingavonden vaker dan concertbezoekers uit gewoonte komen, blijkt uit tabel 5.10. Dit geldt juist niet voor de concertbezoekers, waarvan 44,3% juist aangaf niet uit gewoonte te komen. Daarentegen blijken juist bijna alle concertbezoekers (88,4%) specifiek voor het programma te komen, waar dit slechts geldt voor 30,6% bij de Swingbezoekers, hetgeen significant minder is. De entree- en drankprijzen en mensen die met andere mensen meekomen laten geen significant verschil zien. Het verschil tussen beide groepen is te klein om daar iets over te zeggen. Wanneer wordt gekeken naar de verdelingen is te zien, in tabel B4.37, dat de grootste twee respondentengroepen zich bevinden in 'neutraal' of 'absoluut geen reden' wanneer het gaat over de entreprijzen. De respondenten blijken vaak de entreprijzen niet mee te nemen in hun overweging al dan niet naar Vera te komen. Ook met mensen meegaan blijkt geen reden te zijn die een significant verschil oplevert. De sterkte van de samenhangen zijn in bijlage 5 opgenomen in tabel B.5.11 tot en met B5.15.

5.7: Bezoekfrequentie

De bezoekfrequentie is de afhankelijke variabele binnen het onderzoeksmodel. Deze bezoekfrequentie is in de operationalisering opgenomen als hoe vaak men hoe vaak men Vera bezoekt, welke programmaonderdelen de respondent zegt te bezoeken en het al dan niet in het bezit zijn van een Vera maandkaart. Deze maandkaart is per maand geldig en laat zien of de bezoeker al dan niet eerder bij Vera is geweest diezelfde maand.

Zoals te zien is in tabel 5.11, geeft meer dan de helft (55,6%) van de respondenten van Swingavonden aan dat ze Vera meerdere keren per maand bezoekt, terwijl dit onder de respondenten van de concertavonden niet het geval blijkt te zijn. Bij de concertbezoekers ligt het hoogste percentage juist bij drie tot zes keer per jaar. Aangezien de resultaten significant verschillen, kan worden gesteld dat Swingbezoekers gemiddeld vaker Vera bezoeken dan concertbezoekers.

Tabel 5.11: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je Vera gemiddeld?'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Eerste bezoek	11,1%	5,1%	9,7%
< 1 keer per jaar	3,6%	0,0%	2,7%
1 tot 2 keer per jaar	12,8%	0,0%	9,7%
3 tot 6 keer per jaar	28,2%	13,1%	24,5%
(bijna) maandelijks	21,3%	26,3%	22,5%
2 tot 3 keer per maand	13,8%	20,2%	15,3%
Wekelijks	5,2%	30,3%	11,4%
Meerdere keren per week	3,6%	5,1%	4,0%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
Pearson Chi-kwadraat	70,703	7	0,000***
*	Sig. < 0.05		
**	Sig. < 0.01		
***	Sig. < 0.001		

Programmaonderdelen

Binnen Vera worden verschillende activiteiten aangeboden. Zoals is uitgelegd in hoofdstuk 1, zijn er naast de concerten in de Grote Zaal ook Downstage-concerten en Swingavonden. Deze twee activiteiten worden standaard op zaterdagavond gehouden. Eén keer per maand wordt gemiddeld een reggae dansavond gehouden, Dub Inferno Sound System genaamd en in de zomermaanden is er het zogenoemde 'Zomercafé'. Verder wordt er getracht 46 Zienema-avonden te houden, tijdens deze avonden worden experimentele films vertoond die in de stad Groningen en de regio niet aan bod komen (Vera, Beleidsplan 2004-2008). Er is gevraagd aan te geven hoe vaak men de afgelopen jaren deze verschillende activiteiten heeft bezocht. Per activiteit is een aparte frequentieverdeling gemaakt. In de vraag is een antwoordcategorie 'Dit is mijn eerste bezoek' opgenomen. Dit antwoord is in 9,7% van de gevallen gegeven. Omdat deze respondenten nog niet eerder Vera hebben bezocht, is het uitgesloten dat ze een bepaalde activiteit hebben bezocht. Om onderscheid te houden tussen bezoekers die nog nooit Vera hebben bezocht en bezoekers die een bepaald programmaonderdeel niet hebben bezocht (maar al wel eerder in Vera zijn geweest) zijn deze antwoorden apart opgenomen in de tabellen zoals opgenomen in B4.39 tot en met B4.44.

Zoals vooraf viel te verwachten, is er sprake van een significant verschil tussen de twee verschillende bezoekersgroepen en hun bezoekfrequentie aan de Swingavond en de concerten in de Grote Zaal. Waar Swingbezoekers significant vaker Swingavonden bezoeken, doen de concertbezoekers dit significant vaker bij concertavonden. De sterkte van de samenhang is bepaald met de Cramer's V en zijn voor de verschillende activiteiten in B.5.16 tot en met B5.21 opgenomen.

Wanneer gekeken wordt naar het percentage respondenten dat vaker dan twee keer een Dub Inferno Sound System heeft bezocht, blijkt dat 10,9% heeft aangegeven onder de concertbezoekers dat ze de Dub inferno Sound System vaker dan twee keer hebben bezocht. De Swingbezoekers laten een hoger percentage zien: van de Swingbezoekers geeft 25,3% aan dat ze drie keer of vaker bij een Dub Inferno Sound System aanwezig zijn geweest. Ook hier laat de Chi-kwadraat een significant verschil zien dat

betekent dat Swingbezoekers gemiddeld vaker naar de Dub Inferno Sound System gaan dan concertbezoekers.

Tabel 5.12: Frequentieverdeling 'Dub Inferno Sound System'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
<i>Dit is mijn eerste bezoek</i>	11,1%	5,1%	9,7%
<i>Nog nooit</i>	64,7%	49,5%	60,9%
<i>1 of 2 keer</i>	13,2%	20,2%	14,9%
<i>3 tot 5 keer</i>	3,0%	10,1%	4,7%
<i>5 tot 8 keer</i>	3,6%	7,1%	4,5%
<i>Meer dan 8 keer</i>	4,3%	8,1%	5,2%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
<i>Pearson Chi-kwadraat</i>	20,257	5	0,001**

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

De Downstage-concerten zijn de concerten die in de Kelderbar op zaterdagavond worden gegeven voor aanvang van de Swingavond. Dit zijn over het algemeen regionale bands die de mogelijkheid krijgen op zaterdagavond een optreden te geven. Gemiddeld geven Swingbezoekers vaker aan Downstage-concerten te bezoeken. Het verschil tussen concertbezoekers en Swingbezoekers zit voornamelijk in het aantal keer dat concertbezoekers aangeven 'nog nooit' aanwezig te zijn geweest bij een Downstage-concert. 34,4% Van de concertbezoekers geeft aan nog nooit aanwezig te zijn geweest tegen 21,2% van de Swingbezoekers. Zoals te zien in tabel 5.13 geeft dat een significant verschil. Dit is te verklaren doordat zowel Downstage-concerten als de Swingavonden op zaterdagavond worden gehouden. De Swingavond start vaak halverwege het Downstage-concert. Het is voor bezoekers van Swingavonden dan ook een kleinere stap om de kelderbar te bezoeken voor een Downstage-concert dan concertbezoekers die daarvoor speciaal naar Vera moeten komen. De sterkte van de samenhang is in B5.20 door middel van Cramer's V berekend.

Tabel 5.13: Frequentieverdeling 'Downstage-concerten'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
<i>Dit is mijn eerste bezoek</i>	11,1%	5,1%	9,7%
<i>Nog nooit</i>	34,4%	21,2%	31,2%
<i>1 of 2 keer</i>	16,1%	24,2%	18,1%
<i>3 tot 5 keer</i>	10,8%	17,2%	12,4%
<i>5 tot 8 keer</i>	4,6%	5,1%	4,7%
<i>Meer dan 8 keer</i>	23,0%	27,3%	24,0%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
<i>Pearson Chi-kwadraat</i>	12,880	5	.025*

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Zoals te zien is in tabel 5.14, blijkt het Zomercafé door de respondenten het minst bezocht. Gemiddeld geeft bijna 65% aan nog nooit een Zomercafé te hebben bezocht. De groep incidentele bezoekers (1 tot 5 keer bezoeken van het Zomercafé) van zowel de concertbezoekers als de Swingbezoekers blijkt groter dan de groep bezoekers die frequent in de zomer een Zomercafé heeft bezocht. Swingbezoekers hebben

significant vaker dan concertbezoekers een Zomercafé bezocht. De sterkte van de samenhang is opgenomen in B5.21.

Tabel 5.14: Frequentieverdeling 'concert Zomercafé'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Dit is mijn eerste bezoek	11,1%	5,1%	9,7%
Nog nooit	66,9%	56,6%	64,4%
1 of 2 keer	9,2%	16,2%	10,9%
3 tot 5 keer	5,2%	13,1%	7,2%
5 tot 8 keer	3,6%	4,0%	3,7%
Meer dan 8 keer	3,9%	5,1%	4,2%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
<i>Pearson Chi-kwadraat</i>	14,193	5	0,014*

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

De frequentieverdeling van de Zienema met de verschillende avonden laat geen significant resultaat zien.

Dat betekent dat de verschillen onderling te klein zijn om daar iets over te zeggen. Wel kan gesteld worden dat gemiddeld 63,1% nog nooit aanwezig is geweest bij de Zienema. De incidentele bezoekersgroepen (1 tot 5 keer bezoeken van de Zienema) zijn behoorlijk groter dan de frequente bezoekersgroepen (meer dan 5 keer).

Tabel 5.15: Frequentieverdeling 'Zienema'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Dit is mijn eerste bezoek	11,1%	5,1%	9,7%
Nog nooit	64,3%	59,6%	63,1%
1 of 2 keer	11,5%	17,2%	12,9%
3 tot 5 keer	4,6%	10,1%	5,9%
5 tot 8 keer	3,3%	3,0%	3,2%
Meer dan 8 keer	5,2%	5,1%	5,2%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
<i>Pearson Chi-kwadraat</i>	8,861	5	0,115

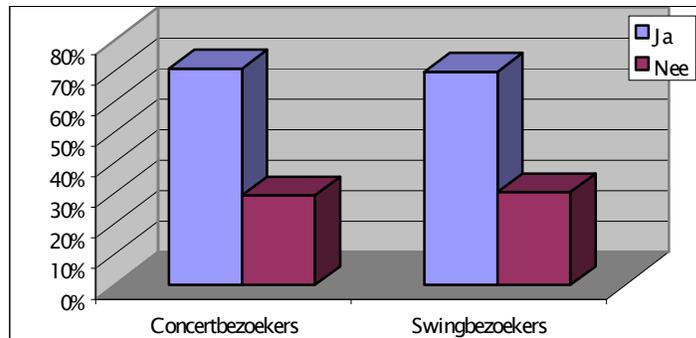
* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Aanschaf maandkaart

Aangezien Vera een verenigingsvorm kent, is het verplicht bij entree van Vera een maandkaart te tonen. Bij de kassa is het mogelijk een maandkaart te kopen wanneer deze nog niet in het bezit is van de bezoeker. Deze Vera maandkaart loopt van de eerste tot en met de laatste dag van de maand. Op deze manier is dan ook te zien of een bezoeker al eerder dezelfde maand is geweest. Vrijwilligers van Vera zijn al lid en hoeven derhalve geen maandkaart te kopen bij entree van Vera. In de planning van de af te nemen vragenlijsten tijdens Swingavonden is rekening gehouden op verschillende data in de maand te enquêteren om geen vertekend beeld te krijgen over de aanschaf van de maandkaart. Zoals te zien is in bijlage 2, zijn drie Swingavonden gebruikt om de vragenlijsten af te nemen. Deze zijn allen binnen één maand afgenomen om een zo goed mogelijk beeld te schetsen van de aanschaf van maandkaarten onder

Swingbezoekers. Aangezien de afname van de vragenlijsten onder concertbezoekers anderhalve maand heeft geduurd, is ook hier voorkomen dat er een vertekend beeld kan optreden.

Van de concertbezoekers heeft 70,5% een maandkaart aangeschaft, terwijl 29,2% al in het bezit was van een maandkaart. In 2003 lag het percentage verkochte maandkaarten rond de 73% (Bron: Vera jaarverslag 2003), dus komt grotendeels overeen. Van Swingbezoekers heeft 69,7% aangegeven dat er een maandkaart was gekocht op de avond dat ze de vragenlijst hebben ingevuld, tegen 30,3% die al in het bezit was van een maandkaart. De berekende gemiddelden (0,30 voor concertbezoekers en 0,29 voor Swingbezoekers) verschillen niet significant.



Figuur 5.5: Verdeling 'Heb je een maandkaart gekocht vanavond?'

5.8: Tot slot

In dit hoofdstuk is ingegaan op het profiel van de Swingbezoekers en concertbezoekers, zoals naar voren is gekomen uit de afgenomen vragenlijsten. De verschillende variabelen, zoals beschreven in het onderzoeksmodel en de operationalisering, zijn per paragraaf aan bod gekomen in dit hoofdstuk. In het volgende hoofdstuk zal er worden gekeken naar de muziekvoorkeuren geclusterd door middel van een clusteranalyse en zullen de onderzoeksvragen worden beantwoord.

6

Vijf bezoekersgroepen

*'I can see the sky from my window
I can feel the wind and smell the rain
And I don't see what difference it makes'*

(Girls against Boys, 1998)

6.1: Inleidend

In hoofdstuk 1 is een beeld geschetst hoe het onderzoek er uit zou komen te zien. Daarbij is uitgegaan van de algemene probleemstelling:

"Wie zijn de bezoekers van Vera, waarom komen ze en hoe kan Vera deze bezoekersgroepen bereiken?"

Door middel van de theorie in hoofdstuk 3 is deze algemene probleemstelling verdiept naar de volgende probleemstelling:

"Welke bezoekersgroepen zijn te onderscheiden op basis van muziekvoorkeuren, in hoeverre worden de verschillende bezoekersgroepen van Vera beïnvloed door hun vrienden en / of ouders bij de muziekvoorkeuren en hoe kunnen ze worden bereikt?"

Naar aanleiding van bovenstaande probleemstelling is een zestal onderzoeksvragen opgesteld om de probleemstelling te kunnen beantwoorden. Deze onderzoeksvragen zullen in dit hoofdstuk worden beantwoord.

In het vorige hoofdstuk is uitgebreid ingegaan op de uitkomsten van de vragenlijst. Hierdoor is al een globaal beeld gecreëerd van hoe de bezoekers van Vera de vragen hebben beantwoord, onderverdeeld in de Swingbezoekers en concertbezoekers. In dit hoofdstuk zullen de 404 ingevulde vragenlijsten worden bekeken door middel van een verdergaande analyse. In de volgende paragraaf zal eerst een clusteranalyse worden uitgevoerd om tot een aantal muziekclusters te komen. Tevens zal in een subparagraaf een

regressieanalyse worden uitgevoerd om te kijken naar de effecten van de achtergrondvariabelen. In de derde paragraaf wordt de reden van bezoek onder de loep genomen. De vierde paragraaf zal ingaan op het algemene bezoekgedrag van de respondenten, om in de vijfde paragraaf het bezoekgedrag van de bezoekers in Vera nader uit te leggen. De zesde paragraaf gaat in op het mediagedrag van de respondenten. Door middel van de stellingen zoals opgenomen in de vragenlijst, zal er worden gekeken in welke mate er door de verschillende clusters aangekeken wordt tegen mainstream en underground. Dit is in paragraaf zeven toegelicht.

6.2: Clusters

Deze paragraaf is opgedeeld in twee gedeeltes. In de eerste subparagraaf zullen de clusters worden bepaald aan de hand van muzikale voorkeuren van de respondenten. Aan de hand van deze clusters zal in het tweede gedeelte worden gekeken naar variabelen die van invloed zijn op het clusterlidmaatschap door middel van regressieanalyses.

6.2.1: Profiel bezoekersgroepen

Om te ontdekken welke muzikale smaakpatronen onder de bezoekers voorkomen, wordt een clusteranalyse uitgevoerd op de muzikale voorkeuren van de respondenten. Dit wordt gedaan om de bezoekers te segmenteren met als doel om uiteindelijk deze verschillende bezoekersgroepen op de juiste manier te kunnen bereiken.

Aangezien er meer dan 50 respondenten in de steekproef aanwezig zijn, is er voor gekozen een K-means clusteranalyse uit te voeren. De bezoekers is in de vragenlijst gevraagd op basis van een vijfpunts Likert-schaal aan te geven in welke mate de 21 genoemde muziekgenres gewaardeerd worden waarbij een 1 inhoudt dat het genre absoluut niet wordt gewaardeerd en een 5 dat het muziekgenre juist wel wordt gewaardeerd. Zoals aangegeven in hoofdstuk 4 is er ook een vakje opengelaten om aan te kunnen kruisen wanneer de respondent het muziekgenre niet kent. De bezoekers die hebben aangegeven bij een muzikaal genre dat het een onbekend genre betreft, is alleen dat onbekende genre niet meegenomen, aangezien op basis van een onbekend genre niet kan worden gesproken of iemand er helemaal niet van houdt, of juist wel. De waarden die zijn toegekend aan de overige genres zijn wel meegenomen in de clusteranalyse. Bij het uitvoeren van een clusteranalyse moet er gekozen worden voor het aantal clusters. Aan de hand van verschillende hoeveelheden clusters is in dit onderzoek gekeken naar de verschillende mogelijkheden. Een vijftal clusters geeft de beste oplossing, aangezien ten opzichte van vier clusters extra informatie wordt vergaard. Bij een zestal clusters wordt het omnivorencluster verder uit elkaar getrokken maar levert geen extra informatie op. Wanneer wordt gekeken naar de clusteranalyse, zoals gepresenteerd in tabel 6.1, komen er vijf verschillende clusters naar voren, te weten: *Harde gitaren*, *Omnivoren*, *Zwarte muziek*, *Niet-liefhebbers* en *Metal*.

Tabel 6.1: Clusteranalyse uitgevoerd op muziekvoorkeuren

	Cluster 1: Harde gitaren (n= 86)	Cluster 2: Omnivoren (n=81)	Cluster 3: Zwarte muziek (n=91)	Cluster 4: Niet-liefhebbers (n=84)	Cluster 5: Metal (n=62)
Hardcore	4,11	4,23	2,21	2,84	3,24
Metal	4,15	3,96	1,92	2,39	4,05
Crossover	2,96	3,83	2,64	2,48	1,79
Rap	2,15	2,80	3,47	1,83	1,32
Hiphop	2,24	2,81	3,80	1,83	1,29
Ska	3,40	3,95	3,97	2,13	1,74
Reggae	3,10	3,75	4,06	2,17	1,60
Disco	2,01	3,37	3,09	2,38	1,48
Pop	2,34	3,63	3,38	3,51	1,77
Punk	4,07	4,37	3,09	3,27	2,95
Rock	4,12	4,79	3,77	4,56	3,52
Grunge	3,55	4,40	3,02	3,88	2,32
Wereldmuziek	2,11	3,48	3,55	2,60	1,33
Jazz	1,96	3,44	2,94	2,39	1,24
Folk	2,17	3,39	2,91	2,86	1,68
Klassiek	2,21	3,59	2,68	2,73	1,60
Smartlappen	1,39	2,23	1,71	1,56	1,10
Funk	2,36	3,68	3,37	2,69	1,28
Blues	2,59	4,22	3,59	3,61	1,51
Soul	2,00	3,91	3,80	3,04	1,21
Singer / Songwriter	2,33	3,90	3,89	3,83	1,48

Bovenstaande clusteranalyse laat zien dat er verschillende clusters kunnen worden gevormd. De waarden van de muziekgenres zijn grijs geaccentueerd om te verduidelijken in welk cluster de muziekgenres passen. Er wordt bij de clusteranalyse gekeken naar zowel de rest van de waarden uit het cluster als de waarden ten opzichte van de andere clusters. De benamingen die worden toegekend zijn in de clusteranalyse subjectief, de onderzoeker bepaalt zelf de benamingen van de clusters om daar mee verder te werken. Om duidelijk onderscheid te maken wanneer een cluster, of verderop in het onderzoek een factor, wordt bedoeld zullen deze cursief worden weergegeven.

Bij het eerste cluster komt de gitaarmuziek sterk naar voren in de vorm van metal, hardcore, punk en rock. Het tweede cluster bestaat uit 'alleseters', de liefhebbers die door Peterson en Simkus (1992) omnivoren worden genoemd. De genoemde muziekgenres in de vragenlijst werden over het algemeen hoger gewaardeerd dan bij andere respondenten. Het derde cluster kan worden gezien als *zwarte muziek* aangezien de muziekgenres rap, hiphop, ska, reggae, funk, blues en soul hoog scoren en deze hun oorsprong vonden in de zwarte cultuur. In tegenstelling tot andere onderzoeken die de benaming urban gebruiken, kan dat hier niet worden gedaan. Aangezien funk, blues en soul in de hedendaagse muziekgenres niet worden gerekend tot urban, is van deze standaardbenaming afgeweken en gekozen voor de benaming *zwarte muziek*.

In tegenstelling tot het tweede cluster, waar elk genre hoog scoorde, blijkt in het vierde cluster de respondenten zich te bevinden, op rock na, nergens hoog op scoren. Dit cluster kan dan ook *niet-liefhebbers* worden genoemd omdat ze nergens extreem hoge waarden laat zien. Net als de andere

clusters laat alleen rock een hoge waarde zien, maar aangezien rock vaak geprogrammeerd wordt in Vera is dit te verwachten. Het laatste cluster bestaat voornamelijk uit metal-liefhebbers. De waarden die werden toegekend aan de genres metal en hardcore door de respondenten liggen aanzienlijk hoger dan de waarden die zijn toegekend aan de andere genres.

Achtergrondvariabelen van de clusters

Om het profiel van de verschillende clusters te schetsen, zijn per cluster frequentietabellen gemaakt door middel van Crosstabs en gemiddelden van de achtergrondkenmerken in SPSS door middel van de functie Means. Deze functie draait eveneens een ANOVA-tabel uit, waardoor af te lezen is of de variabele significant verschilt in één van de clusters (De Vocht, 2000). Wanneer dit wordt gedaan voor onderstaande achtergrondvariabelen blijken alleen 'vrijwilliger' en 'geslacht' niet significant te verschillen. Dit is wel het geval bij de andere variabelen. Deze verschillen per cluster dusdanig van elkaar dat er sprake is van significantie.

Tabel 6.2: Achtergrondvariabelen van de vijf clusters

	<i>Cluster 1: Harde gitaren</i>	<i>Cluster 2: Omnivoren</i>	<i>Cluster 3: Zwarte muziek</i>	<i>Cluster 4: Niet-liefhebbers</i>	<i>Cluster 5: Metal</i>	<i>Totaal</i>
<i>% Concertbezoeker***</i>	64.0%	80.2%	62,6%	91,7%	82,3%	75.5%
<i>% Vrijwilliger</i>	7,0%	8,6%	7,7%	4,8%	1,6%	6.2%
<i>% Man</i>	66,3%	59,3%	60,4%	71,4%	59,7%	63.6%
<i>Gemiddelde leeftijd***</i>	23.52	27.05	23.76	29.12	22.11	25.23
<i>Opleidingsniveau***</i>	4.78	5.47	5.22	5.90	4.56	5.22
<i>% Inwoners stad Groningen***</i>	45.3%	61.7%	75,8%	56.0%	33.3%	55.9%
<i>% Betaald werk***</i>	32.6%	45.7%	28.6%	61.9%	37.1%	41.1%
<i>% Scholier / Student***</i>	59.3%	39.5%	53.8%	22.6%	58.1%	46.3%

- * Sig. < 0.05
- ** Sig. < 0.01
- *** Sig. < 0.001

In bovenstaande tabel (tabel 6.2) staan de gemiddelde leeftijden en opleidingsniveaus. De gemiddelde leeftijd van de *harde gitaren* is bijvoorbeeld 23.52. De gemiddelde leeftijd van alle clusters ligt op 25.23 jaar. Deze gemiddelde leeftijd is ongeveer gelijk aan wat uit eerdere poppodiumpublieksonderzoeken naar voren komt (o.a. Zegers, 2001; Ranshuysen 2005). Het opleidingsniveau bestaat uit zeven categorieën, die genummerd zijn van 0 (basisschool) tot en met 7 (universiteit). Hoe hoger het gemiddelde, hoe hoger het opleidingsniveau van het betreffende cluster. De rest van de gegevens in de tabel zijn percentages berekent ten opzichte van het totaal.

De hoogste waarden uit de tabel zijn grijs geaccentueerd om deze waarden te verduidelijken. Vooral het cluster *niet-liefhebbers* onderscheidt zich ten opzichte van de andere clusters. Zowel het hoogste percentage concertbezoeker, man, als betaald werk behoren tot dit cluster, evenals de hoogste gemiddelden van leeftijd en opleidingsniveau.

- *Harde gitaren (cluster 1):*

Dit cluster bestaat voor 64,0% uit concertbezoekers, de overige bezoekers zijn Swingbezoekers. Dit percentage ligt lager dan gemiddeld, aangezien er in totaal 75,5% van de concertbezoekers zijn geweest die de moeite hebben genomen om een vragenlijst in te vullen. Het percentage man en de gemiddelde leeftijd verschillen weinig van het gemiddelde. Er zijn iets meer vrijwilligers ten opzichte van het totaal in dit cluster. In dit cluster komen gemiddeld minder respondenten uit de stad Groningen, terwijl er ten opzichte van de andere clusters relatief gezien de meeste scholieren / studenten in dit cluster te vinden zijn.

- *Omnivoren (cluster 2):*

Omnivoren beschikken over de meeste vrijwilligers van de vijf clusters. Meer dan het gemiddelde scoren de respondenten op de verschillende genres gemiddeld hoger dan respondenten in andere clusters. Zowel de gemiddelde leeftijd als het opleidingsniveau liggen hoger bij *omnivoren*. Meer dan gemiddeld werken *omnivoren*, terwijl het percentage scholieren / studenten achterblijft ten opzichte van het totaal.

- *Zwarte muziek (cluster 3):*

Procentueel de meeste Swingbezoekers bevinden zich in dit cluster. Meer dan 37% van dit cluster wordt namelijk gevormd door de Swingbezoekers. Deze bezoekers komen voor bijna 76% uit de stad Groningen, dit was ook te verwachten aangezien al bleek uit het vorige hoofdstuk dat Swingbezoekers gemiddeld vaker uit de stad Groningen komen. De gemiddelde leeftijd ligt twee jaar lager dan de gemiddelde leeftijd van alle respondenten. Het percentage mannen en het percentage vrijwilligers verschillen niet veel van de gemiddelden van alle respondenten, terwijl het opleidingsniveau precies gelijk is.

- *Niet-liefhebbers (cluster 4):*

Dit cluster geeft de grootste verschillen ten opzichte van de andere clusters. Er zijn meer dan gemiddeld concertbezoekers in dit cluster. Ook het percentage mannen in dit cluster ligt hoger dan het gemiddelde. De gemiddelde leeftijd ligt in dit cluster behoorlijk hoger dan in de andere clusters, evenals het opleidingsniveau. Meer dan gemiddeld zijn de respondenten uit dit cluster al werkzaam, hierdoor blijft het aantal studenten achter. Procentueel gezien komen meer bezoekers uit de stad Groningen ten opzichte van het gemiddelde percentage.

- *Metal (cluster 5):*

Zoals bleek uit tabel 6.1 geven de respondenten uit dit cluster aan alleen van hardcore en metal te houden. De overige genres worden ten opzichte van de andere clusters slecht gewaardeerd. Dit metalcluster bevat 62 respondenten, dit is het kleinste cluster. Het zijn echter genoeg respondenten om iets over dit cluster te kunnen stellen. Gemiddeld vaker dan de totale respondentengroep bevinden zich concertbezoekers in dit cluster. Dit cluster is gemiddeld het jongst van de vijf clusters met een gemiddelde leeftijd van ongeveer 22 jaar. Ook het percentage vrijwilligers die hebben meegewerkt blijkt

het kleinst te zijn in dit cluster. Het opleidingsniveau blijft ook achter ten opzichte van het gemiddelde. Het percentage studenten ligt hoger dan het percentage werkkenden, terwijl ook het percentage inwoners van de stad Groningen aanzienlijk lager ligt dan het gemiddelde.

6.2.2: Effecten op clusterlidmaatschap

Nu bekend is hoe de clusters zich onderscheiden, kan worden gekeken welke onafhankelijke variabelen het grootste effect hebben op een clusterlidmaatschap. Dit wordt gedaan door de uitvoering van een binaire logistische regressieanalyse. Het uitvoeren van een regressieanalyse is een methode om de causale samenhang te bekijken tussen één afhankelijke variabele (een clusterlidmaatschap) en één of meerdere onafhankelijke variabelen (de achtergrondvariabelen). Aangezien het een causale samenhang betreft, stelt de regressieanalyse vast of en in welke mate een bepaalde onafhankelijke variabele invloed uitoefent op een afhankelijke variabele.

Een regressieanalyse kan alleen worden uitgevoerd met variabelen die gemeten zijn op interval- of rationiveau. De achtergrondvariabelen leeftijd en opleiding voldoen hier beide aan. Het is echter ook toegestaan om de onafhankelijke variabele als dichotome variabele mee te nemen (De Vocht, 2000). De achtergrondvariabelen vrijwilliger zijn (0=vrijwilliger, 1=geen vrijwilliger) en het geslacht (0=man, 1=vrouw) en avond (0=concertbezoek, 1=Swingbezoek) zijn al dichotoom. Om de overige variabelen aan deze voorwaarde te laten voldoen zijn de nominale onafhankelijke variabelen omgezet in dummyvariabelen. Er zijn dummies aangemaakt voor bezoekers die buiten de stad (0) of juist in de stad Groningen wonen (1), Betaald werk uitvoeren (0=nee, 1=ja) of student zijn (0=nee, 1=ja). De overige groepen zoals opgesteld in de vragenlijst gelden als referentiegroep.

In de onderstaande tabel (tabel 6.3), staan per cluster twee kolommen aangegeven. Per cluster zijn namelijk zowel de B als Exp. (B) opgenomen. De waarde van de regressiecoëfficiënten, B, wordt beïnvloed door de eenheden waarin de variabelen zijn gemeten. Dit zorgt ervoor dat vergelijken van effecten tussen variabelen niet mogelijk is. Het exponent van B, Exp. (B) genaamd, geeft bij benadering een gestandaardiseerd effect weer, waardoor het vergelijken wel mogelijk is. Is het Exp. (B) tussen de 0 en de 1, dan betekent dit dat hoe hoger er op deze variabele gescoord wordt, des te kleiner de kans is dat je in de hoogste categorie van de afhankelijke variabele belandt. Een Exp. (B) van 1 wil zeggen dat er geen effect is. Een Exp. (B) boven 1 wil zeggen dat hoe hoger er op deze variabele gescoord wordt, des te groter de kans is dat je in de hoogste categorie van de afhankelijke variabele belandt. De coëfficiënten geven een indicatie van het relatieve belang van iedere onafhankelijke variabele.

Nagelkerke heeft een 'pseudo R²' ontworpen voor logistische regressieanalyses. Aangezien in dit onderzoek een logistische regressieanalyse wordt uitgevoerd, wordt er gebruik gemaakt van de R² van Nagelkerke.

De uitgevoerde binaire logistische regressieanalyses op de vijf verschillende clusters staan in tabel 6.3.

Zoals te zien is in onderstaande tabel leveren de variabelen 'vrijwilliger', 'geslacht', 'werkend' en 'studerend' geen significante verschillen op. Er is toch besloten deze achtergrondvariabelen op te nemen in de regressieanalyses aangezien op deze manier wordt gecorrigeerd voor de invloed van de variabelen, ook al geven ze geen effect.

Tabel 6.3: Coëfficiënten regressieanalyses achtergrondkenmerken

	Cluster 1: Harde gitaren		Cluster 2: Omnivoren		Cluster 3: Zwarte muziek		Cluster 4: Niet-liefhebbers		Cluster 5: Metal	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
(Constant)	-,413	,662	-2,755	,064***	-1,163	,312	-3,251	,039***	,880	2,412
Swingbezoek	-,606	,546*	-,123	,884	,530	1,7*	-,788	,455	-,976	,377*
Niet-vrijwilliger	,612	1,844	,333	1,395	,015	1,015	-,540	,583	-,991	,371
Geslacht (vrouw=1)	-,221	,802	,308	1,361	,024	1,024	-,390	,677	,210	1,234
Leeftijd	,008	1,008	,036	1,037	-,018	,982	,016	1,016	-,086	,918*
Opleidingsniveau	-,157	,855	,053	1,054	-,013	,987	,376	1,456***	-,156	,856
Inwoner Stad Groningen	-,565	,568*	,210	1,234	1,103	3,014***	-,162	,851	-,742	,476*
Werkend	,251	1,285	-,147	,863	-,661	,517	,172	1,187	,950	2,586
Studerend	,743	2,102	-,039	,962	-,391	,677	-,781	,458*	,724	2,063
'Pseudo R ² '		0.085		0.036		0.116		0.190		0.165

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

De uitkomst van de vijf bovenstaande regressieanalyses laat zien dat in het eerste cluster de variabelen 'wonen in de stad Groningen', dat het grootste effect heeft, en het al dan niet bezoeken van een 'concertavond' een negatief effect hebben op het lidmaatschap van cluster 1, *harde gitaren*. Dit betekent dat inwoners buiten de stad Groningen en concertbezoekers een grotere kans hebben te behoren tot de harde gitarencluster.

Omnivoren, het tweede cluster, geeft geen enkel significant resultaat. Opvallend is dat onderwijsniveau geen significant verschil geeft, dat vanuit de theorie van Peterson en Simkus (1992) te verwachten was. Dit kan komen doordat er onder een selectief gezelschap (namelijk muzikliefhebbers) de vragenlijsten zijn afgenomen. Dit is niet representatief voor de samenleving, zoals Peterson en Simkus (1992) wel hebben gedaan.

In het derde cluster, *zwarte muziek*, geeft de woonplaats het grootste effect. Inwoners van de stad Groningen hebben een significant grotere kans tot het zwarte muziekcluster te behoren. Ook het bezoeken van een Swingavond geeft een significant effect. Als er wordt teruggekeken naar de verschillen tussen de concertbezoekers en Swingbezoekers, zoals is uitgelegd in het vorige hoofdstuk, was dit al te verwachten aangezien voornamelijk de reggae, hiphop, rap en ska vaker werd genoemd als favoriet onder

Swingbezoekers dan onder concertbezoekers. Het al dan niet behoren tot dit cluster wordt met 19.0% het beste verklaard door de genoemde achtergrondvariabelen.

Het grootste effect op het behoren tot het cluster van *niet-liefhebbers* blijkt te komen van het al dan niet studeren van de respondent. Wanneer men niet studeert, zal men een grotere kans hebben tot dit vierde cluster te behoren. Ook het opleidingsniveau blijkt van invloed op het al dan behoren tot dit cluster. Dit cluster heeft als enige cluster een positief significant effect van opleiding op clusterlidmaatschap. Uit de informatieverwerkingstheorie, zoals deze is besproken in hoofdstuk 3, blijkt dat opleiding van belang is om informatie te verwerken. Hoe hoger de opleiding, hoe gemakkelijker het verwerkt wordt. Volgens de informatieverwerkingstheorie kunnen deze kennis en vaardigheden ertoe leiden dat men een gericht interessegebied heeft kunnen doorgronden. Dit komt niet uit de cluster- en regressieanalyse naar voren, aangezien dit cluster niet hoog scoort op bepaalde muziekgenres.

Leeftijd geeft het grootste effect in het laatste cluster, *metal*. Hoe jonger men is, hoe groter de kans is om tot het metalcluster te behoren. Na de leeftijd, heeft het wonen buiten de stad Groningen het grootste significante effect op het clusterlidmaatschap van het metalcluster. Dit zagen we ook al terug in tabel 6.2 waar slechts 33,3% uit de stad Groningen zelf komen. Aangezien Vera één van de weinige Noordelijke podia is dat metal programmeert, was dit vooraf te verwachten. Verder blijken vooral concertbezoekers een verhoogde kans te hebben om tot het metalcluster te behoren.

6.3: Reden bezoek

Nu bekend is welke clusters gevormd kunnen worden en hoe de achtergrondvariabelen van deze clusters eruit zien, is het mogelijk om te kijken waarom bezoekers eigenlijk naar Vera komen.

In de vragenlijst zijn enkele mogelijke redenen genoemd waarom een bezoeker naar Vera komt. Ook is in de vragenlijst de mogelijkheid gegeven een ander antwoord op te geven. Door middel van een factoranalyse worden deze redenen teruggebracht naar een aantal factoren. Het doel van het uitvoeren van een factoranalyse is samenhangen tussen een aantal geobserveerde variabelen te beschrijven door een kleiner aantal factoren. Een factoranalyse probeert een kleine set van factoren te identificeren die de onderliggende relaties binnen een groep van gerelateerde variabelen representeert (Pallant, 2003). Door middel van een factoranalyse met een Varimax-rotatie zijn de bezoekredenen teruggebracht naar drie kernredenen, zoals de onderstaande factoranalyse in tabel 6.4 laat zien.

Tabel 6.4: Factoranalyse redenen bezoek Vera

	Factor 1: Sfeer	Factor 2: Mee met anderen	Factor 3: Programma
Gezelligheid	,851	-,269	-,042
Sfeer	,849	-,225	,120
Bekenden	,730	,044	-,198
Drankprijzen	,613	,319	,219
Gewoonte	,697	,216	-,135
Programma	-,212	-,166	,831
Mee met iemand	-,143	,843	-,110
Lage entreprijzen	,283	,477	,540

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

R² = 66,8%

Er zijn drie factoren te onderscheiden die in totaal een verklaarde variantie laten zien van 66,8%. Factor 1 geeft hoge componentladingen op de sfeeronderdelen. 'Gezelligheid', 'sfeer', 'bekenden', 'drankprijzen' en 'gewoonte' laten hoge componentladingen zien. Daarom zal deze factor *sfeer* genoemd worden. De 'lage entreprijzen' komen in de laatste factoren met componentladingen > 0.3 voor. In de tweede factor is de lading op de 'lage entreprijzen' het grootst. Ook de variabelen 'drankprijzen' en 'mee met iemand' laden met meer dan 0.3 op deze factor. 'Mee met iemand' blijkt op deze factor het hoogst te laden. Daarom wordt deze factor *mee met anderen* genoemd. De derde factor bestaat uit hoge componentladingen op de variabelen 'programma' en 'lage entreprijzen'. Met een lading van 0,831 wordt het meest verklaard in deze factoranalyse door 'programma'. Daarom zal in dit onderzoek gesproken worden over *programma*, als de derde factor bedoeld wordt.

Om te kijken of er significante verschillen zijn tussen de verschillende bezoeken en de al eerder besproken clusters, zijn in SPSS gemiddelde factorscores per cluster berekend door middel van 'Compare means'. Deze gemiddelde factorscores zijn in tabel 6.5 opgenomen, waarbij de factorscores de afhankelijke variabele zijn en de clusterindeling de onafhankelijke.

Tabel 6.5: Gemiddelde factorscores 'Reden bezoek' per cluster

	Cluster 1: Harde gitaren	Cluster 2: Omnivoren	Cluster 3: Zwarte muziek	Cluster 4: Niet-liefhebbers	Cluster 5: Metal
Factor 1:*** Sfeer	,12	,07	,05	-,35	,11
Factor 2:*** Mee met anderen	,04	,04	,25	-,24	-,19
Factor 3:*** Programma	-,19	,06	-,30	,30	,18

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

De gemiddelde factorscores liggen tussen de +1 en de -1 aangezien het factorscores betreffen. De getallen op zichzelf zijn niet van heel veel belang, het is interessanter te zien of er significante verschillen bestaan tussen de verschillende clusters. Deze significante verschillen kunnen worden berekend door

middel van een ANOVA-tabel, die ook is uit te draaien tijdens de procedure van 'Compare means'. In bovenstaande tabel blijkt uit de ANOVA-tabel dat de clusters onderling op de verschillende factoren dusdanig verschillen dat dit niet toe te kennen is aan toeval.

Wanneer er wordt gekeken naar de richtingen van de gemiddelde factorscores, scoren *harde gitaren*, *omnivoren*, *zwarte muziek* en *metal* positief op *sfeer*. Het eerste cluster scoort het hoogste factorgemiddelde. *Niet-liefhebbers* scoren gemiddeld erg negatief op deze factor. *Sfeer* blijkt niet van belang te zijn voor dit cluster.

De tweede factor laat vooral grote verschillen zien tussen cluster 3, *zwarte muziek*, en cluster 4, *niet-liefhebbers*. Waar de zwarte muziekcluster aangeeft mee te zijn met anderen, blijkt dat voor *niet-liefhebbers* niet het geval te zijn. Ook het metalcluster geeft aan dat mee met iemand geen reden is om aanwezig te zijn in Vera.

Op de laatste factor vertonen cluster 3 en 4 ook onderling het grootste verschil, maar dan in tegengestelde richting. Waar in de tweede factor *zwarte muziek* een positief gemiddelde factorscore liet zien, is dat nu de beurt aan *niet-liefhebbers* bij de derde factor. Het *programma* blijkt voor *niet-liefhebbers* een belangrijke reden te zijn naar Vera te komen, gezien de gemiddelde factorscores. Dit geldt ook voor het metalcluster. Wanneer er wordt gekeken naar de gemiddelden die zijn meegenomen in bijlage 6 in tabel 1, blijkt dat *omnivoren* het hoogst scoren op de 'algehele sfeer' en 'gezelligheid' bij Vera. Uit bovenstaande tabel blijkt voor *harde gitaren* en *zwarte muziek* het *programma* minder van belang te zijn dan voor de andere clusters. Tabel 1 uit bijlage 6 laat dit ook zien in de gemiddelden per variabele, 'het programma' wordt door deze twee clusters lager gewaardeerd dan door de andere clusters. *Omnivoren* nemen alle redenen mee in hun bezoek. Dat *zwarte muziek* het *programma* minder hoog waarderen zou kunnen worden verklaard doordat in deze groep meer dan gemiddeld Swingbezoekers zijn, voor wie het programma van die avond geen invloed heeft op het al dan niet bezoeken van Vera. Deze percentages staan in tabel 6.2 weergegeven.

Zoals is gesteld in het theoretisch kader, geeft de afstand een bepaalde beperking. Hoe verder men moet reizen voor een avond in Vera, hoe minder snel men dat zal doen. Wanneer wordt gekeken naar de afstand die bezoekers hebben moeten afleggen, wordt duidelijk hoe hoger het programma wordt gewaardeerd, hoe verder men moet reizen. In tabel 6.6 zijn, net als in tabel 6.5, aan de hand van de gemiddelde factorscores de onderlinge verschillen bekeken. Net als in hoofdstuk 5 is ook in deze tabel Leeuwarden apart opgenomen omdat in verhouding een vrij grote groep respondenten (5,9%) uit deze Friese stad komt.

Tabel 6.6: Gemiddelde factorscores 'Reden bezoek' per woonplaats

	Stad Groningen	Rest Groningen	Leeuwarden	Rest Friesland	Drenthe	Overijssel	Rest van NL
Factor 1:*** Sfeer	,08	,32	-,24	-,71	,12	-,55	-,40
Factor 2: Mee met anderen	,08	-,15	-,17	-,18	,16	,15	-,32
Factor 3:* Programma	-,08	,06	,35	,32	-,05	,38	,40

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Uit de ANOVA-tabel valt af te lezen dat alleen de factor *mee met anderen* geen significant verschil geeft. Doordat de eerste factor, *sfeer*, een significant verschil tussen de clusters laat zien, kan worden gesteld dat voor mensen die verder moeten reizen, de sfeer in Vera niet van invloed is om naar Vera te komen. De respondenten uit Drenthe vertonen veel overeenkomsten met de respondenten uit de stad Groningen. Dit zou kunnen komen doordat, zoals is laten zien in hoofdstuk 5, relatief meer bezoekers uit Drenthe tijdens de Swingavonden (8,1%) de vragenlijst hebben ingevuld dan tijdens concertavonden (5,9%). Zoals te zien is in tabel 6.7, zijn er significante verschillen tussen deze twee bezoekersgroepen. Een vergelijking van gemiddelde factorscores gebaseerd op Swingavonden en concertavonden laten significante verschillen zien tussen *sfeer* en *programma*. Concertbezoekers blijken een gemiddeld hogere factorscore te laten zien op *programma*, terwijl Swingbezoekers dit juist laten zien voor de factor *sfeer*.

Tabel 6.7: Gemiddelde factorscores 'Reden bezoek' per bezoekers verschillende avonden

	Concertbezoekers	Swingbezoekers
Factor 1:*** Sfeer	-,19	,56
Factor 2: Mee met anderen	-,01	,01
Factor 3:** Programma	,25	-,77

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Onder de bezoekers kan net als bij aanschaf van producten gesegmenteerd worden naar zware, gemiddelde en lichte gebruikers (Floor & van Raaij, 1998). Deze segmentatie zal worden gebruikt, waardoor bezoekers die Vera voor de eerste keer, minder dan 1 keer per jaar in Vera komen, of 1 a 2 keer per jaar Vera bezoeken, worden benoemd als lichte gebruikers. De bezoekers die Vera 3 tot 6 keer per jaar, of maandelijks bezoeken, kunnen worden gezien als gemiddelde gebruikers. De bezoekers die aangeven vaker te komen, zullen worden bestempeld als zware bezoekers. Wanneer door middel van deze segmentatie wordt gekeken naar de verschillende factoren die ontstaan zijn voor de reden van het bezoek aan Vera, komt tabel 6.8 naar voren.

Tabel 6.8: Gemiddelde factorscores 'Reden van bezoek' op gebruikersgroepen

	Lichte gebruikers	Gemiddelde gebruikers	Zware gebruikers
Factor 1: Sfeer***	-,78	-,11	,72
Factor 2: Mee met anderen	-,02	,09	-,12
Factor 3: Programma***	,16	,12	-,25

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Zoals valt te zien in bovenstaande tabel scoren de lichte gebruikers positief op de factor *programma*. De zware gebruikers zijn daarentegen vaker in Vera vanwege *de sfeer* die daar hangt, terwijl dit niet geldt voor lichte gebruikers.

Om te toetsen welke andere achtergrondkenmerken nu daadwerkelijk effect hebben op de bezoekmotieven, zijn lineaire regressieanalyses uitgevoerd met als afhankelijke variabele de factoren en de achtergrondkenmerken als onafhankelijke variabelen.

Tabel 6.9: Regressieanalyses met als afhankelijke variabelen de factoren

	Factor 1: Sfeer		Factor 2: Mee met anderen		Factor 3: Programma	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta
(Constant)	,262		,072		-,058	
Swingbezoek	,704	,307***	-,119	-,045	-,933	-,405***
Niet-vrijwilliger	,845	,207***	-,226	-,053	-,150	-,042
Geslacht (vrouw=1)	-,100	-,098	,156	,076	-,074	-,032
Leeftijd	,001	,014	,006	,042	,006	,044
Opleidings- niveau	-,091	-,147**	-,072	-,118*	,025	,039
Inwoner Stad Groningen	,115	,055	,244	,122*	-,082	-,039
Werkend	-,058	-,030	-,056	-,028	,146	,069
Studerend	-,096	-,048	,083	,040	,091	,046
<i>R</i> ²		.152		.011		.189

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Zoals is te zien in tabel 6.9, hebben niet-vrijwilligers het grootste positieve effect op het hoog scoren van factor 1, *sfeer*. In tegenstelling tot 'Swingbezoek', dat een positief effect laat zien, blijkt 'opleidingsniveau' een negatief effect te hebben op het hoog scoren van deze factor. Dit betekent dat niet-vrijwilligers, Swingbezoekers en lager opgeleiden een grotere kans hebben om hoger te scoren op de factor *sfeer*. In de tweede factor, *mee met anderen*, blijken, gecontroleerd voor de overige variabelen, 'Groningen als woonplaats' en het 'opleidingsniveau' een effect te laten zien. Net als in de regressieanalyse van de eerste factor geeft ook hier 'opleidingsniveau' een negatief effect. De inwoners van Groningen hebben een grotere kans hoog te scoren op de factor *mee met anderen*.

In de laatste factor, *programma*, geeft alleen ‘Swingbezoek’ een negatief effect. Bezoekers van de Swingavonden hebben een lagere kans hoog te scoren op de factor *programma*.

In tegenstelling tot de conclusie van Ranshuysen (2005) dat jongeren vaker voor de sfeer gaan dan het programma zelf, blijkt dit niet van toepassing in dit onderzoek. De leeftijd blijkt geen invloed uit te oefenen aangezien deze in geen van de factoren een significant effect laat zien.

6.4: Cultureel bezoek

Uit de vorige paragraaf kwam al naar voren dat de verschillende bezoekersgroepen verschillende gemiddelden laten zien op de beweegredenen. Maar om te kijken of er in de verschillende bezoekersgroepen ook verschillen zijn te zien in het bezoekgedrag van Vera, wordt er in deze paragraaf verder op ingegaan.

Er is aan de respondenten gevraagd hoe vaak ze culturele activiteiten ondernemen. Deze culturele activiteiten zijn aangegeven op de vragenlijst. Tabel 6.10 laat de uitkomsten zien van een factoranalyse die is uitgevoerd op de verschillende culturele activiteiten. Er is gekozen voor de Varimax-rotatie, aangezien bij een Oblimin-rotatie de eenvoudige structuur niet verbetert. Ook de correlatie tussen de factoren is kleiner dan 0,3, dat als vuistregel geldt. De drie factoren die naar voren komen uit de factoranalyse zijn gebaseerd op de gehele respondentengroep.

Tabel 6.10: Factoranalyse culturele activiteiten

	Factor 1: Divers	Factor 2: Theater	Factor 3: Livemuziek
Museum	,737		
Concert (niet in Vera)			,855
Klassiek concert	,544		,378
Jazzconcert	,487		,446
Musical		,753	
Cabaret		,741	
Toneel	,420	,689	
Bioscoop	,638		
Filmhuis	,773		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

R² = .57

Zoals is te zien in tabel 6.10 komen er drie factoren naar voren uit de culturele activiteiten van Verabezoekers. De eerste factor is een factor waar zowel populaire als legitieme cultuur door elkaar loopt. Daarom wordt deze factor vanaf nu *divers* genoemd. De tweede factor geeft voornamelijk hoge scores weer op theateronderdelen. ‘Musical’, ‘cabaret’ en ‘toneel’ worden allen in het theater opgevoerd en daarom is de naam *theater* toegekend aan de tweede factor. In factor drie hebben de concerten zich verzameld. Zowel de concerten buiten Vera, als klassieke concerten als ook jazzconcerten scoren hoog op deze factor. Aangezien concerten altijd *livemuziek* zijn, is dit de naam van de derde factor geworden.

Om te ontdekken wie degenen zijn die hoog scoren op elke factor, zijn regressieanalyses uitgevoerd die zijn opgenomen in tabel 6.11 met de bovenstaande factoren als afhankelijke variabelen.

Tabel 6.11: Regressieanalyses met als afhankelijke variabelen de factoren

	Factor 1: Divers		Factor 2: Theater		Factor 3: Livemuziek	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta
(Constant)	-1,013		,235		-,352	
Swingbezoek	,253	,110*	,398	,169**	-,425	-,186***
Niet-vrijwilliger	,324	,078	,044	,008	,323	,077
Geslacht (vrouw=1)	,214	,102*	,171	,081	-,371	-,178***
Leeftijd	,013	,102	-,017	-,134	,015	,108
Opleidings- niveau	,089	,144**	,046	,077	,058	,101
Inwoner Stad Groningen	,572	,285***	-,320	-,155**	-,125	-,057
Werkend	-,343	-,175*	,061	,016	-,076	-,046
Studerend	-,217	-,114	-,118	-,070	-,023	-,020
<i>R</i> ²		.176		.045		.116
*	Sig. < 0.05					
**	Sig. < 0.01					
***	Sig. < 0.001					

Zoals blijkt uit tabel 6.11 zijn de variabelen ‘swingbezoek’, ‘geslacht’, ‘opleiding’, ‘inwoner stad Groningen’ en ‘werkend’ van invloed op het bezoeken van diverse culturele activiteiten. Uit de tabel is af te lezen dat van bovengenoemde variabelen alleen de variabele ‘werkend’ een negatieve invloed heeft. Dat betekent dat bezoekers die niet werken, na controle voor de andere kenmerken, meer verschillende diverse culturele activiteiten bezoeken dan respondenten die wel werken. Wanneer men in de stad Groningen woont, heeft dat een positieve invloed op diversiteit van het culturele uitgaanspatroon, evenals een hoger opleidingsniveau. Een hoger opleidingsniveau was te verwachten naar aanleiding van het theoretisch kader. Zoals in hoofdstuk 3 is uitgelegd, is volgens de informatieverwerkingstheorie een hogere opleiding nodig om legitieme cultuur te kunnen verwerken. Deze legitieme cultuur bevindt zich in factor 1. Uit deze regressieanalyse blijkt dus dat een hogere opleiding een positieve invloed heeft op het bezoeken van diverse culturele activiteiten. Vrouwen bezoeken, na controle van de andere kenmerken, meer diversere culturele instellingen dan mannen. Ditzelfde geldt voor Swingbezoekers. In de tweede uitgevoerde regressieanalyse zoals is gepresenteerd in bovenstaande tabel zijn de variabelen ‘swingbezoek’ en ‘inwoner stad Groningen’ significant. Swingbezoekers, gecontroleerd voor de overige kenmerken, bezoeken vaker *theater*, net als respondenten die niet uit de stad Groningen komen. ‘Swingbezoek’ heeft een negatieve invloed op het bezoeken van *livemuziek*. Dat betekent dat Swingbezoekers, na controle voor de andere kenmerken, minder vaak *livemuziek* bezoeken dan concertbezoekers. In tegenstelling tot de eerste regressieanalyse blijken vrouwen minder vaak *livemuziek* te bezoeken dan mannen, terwijl dit voor diverse culturele activiteiten precies andersom was. Ook een hogere opleiding laat een positieve invloed zien.

Om te kijken welke clusters nu wel of juist geen culturele activiteiten bezoeken, is een vergelijking van factorscores uitgedraaid in SPSS, zoals is gepresenteerd in tabel 6.12.

Tabel 6.12: Gemiddelde factorscores 'culturele activiteiten' per cluster

	Cluster 1: <i>Harde gitaren</i>	Cluster 2: <i>Omnivoren</i>	Cluster 3: <i>Zwarte muziek</i>	Cluster 4: <i>Niet-liefhebbers</i>	Cluster 5: <i>Metal</i>
<i>Factor 1:***</i>	-,22	,36	,34	-,02	-,56
<i>Divers</i>					
<i>Factor 2:***</i>	,05	,13	,17	-,12	-,34
<i>Theater</i>					
<i>Factor 3:***</i>	-,14	,13	-,12	27	-,18
<i>Livemuziek</i>					

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Uit de ANOVA-tabel blijkt dat de clusters significante resultaten laten zien ten opzichte van de verschillende factoren. Dit betekent dat de clusters verschillende culturele onderdelen bezoeken. *De muziekomnivoren* blijken ook de omnivoren in andere culturele activiteiten te zijn. Zoals is uitgelegd, bevinden zich zowel legitieme als populaire culturele uitingen in factor 1. Door de tweede cluster, *omnivoren*, wordt het hoogste positief gemiddelde factorscore behaald op de factor *divers*. Echter, op elke factor laten *omnivoren* een relatief hoge factorscore zien, dat betekent dat *omnivoren* gemiddeld vaker culturele activiteiten bezoeken dan de andere clusters. Waar *omnivoren* een positief beeld laten zien, geeft *metal* juist alleen negatieve gemiddelde factorscores. *Metal* blijkt culturele activiteiten te mijden. Net als de laagste waarderingen voor de legitieme muziekgenres in tabel 6.1, geeft *metal* ook de gemiddeld laagste factorscore op cultuurfactor *divers*.

Niet-liefhebbers blijken relatief meer *livemuziek* te bezoeken, terwijl *zwarte muziek* juist een hogere gemiddelde factorscore halen op de factoren *divers* en *theater*. Cluster 3, *zwarte muziek*, scoort een hoge factorgemiddelde op de factoren *theater* en *divers*. *Livemuziek* bezoeken zij minder. Dit komt overeen met de resultaten die zijn laten zien in tabel 6.5, waar *zwarte muziek* niet voor het *programma* blijkt te komen, maar meer voor *sfeer*. Wanneer er wordt gekeken (zie Bijlage6.3) naar de gemiddelde score van variabele 'concertbezoek buiten Vera' op het derde cluster, blijkt dat dit cluster gemiddeld minder vaak 'concerten buiten Vera' bezoekt dan de overige clusters. Dit cluster gaat het minder om muziek dan de andere clusters.

6.5: Bezoekgedrag Vera

Nu duidelijk is hoe de clusters eruit zien en wat ze bezoeken aan culturele activiteiten, is het zinvol te kijken welke programmaonderdelen van Vera de verschillende clusters bezoeken. In tabel 6.14 wordt er gekeken in welke mate de vijf verschillende clusters Vera bezoeken.

Tabel 6.14: Bezoek verschillende programmaonderdelen uitgesplitst naar muziekcluster

	Cluster 1: Harde gitaren	Cluster 2: Omnivoren	Cluster 3: Zwarte muziek	Cluster 4: Niet-liefhebbers	Cluster 5: Metal
Swing**					
Eerste bezoek	14,0%	10,0%	4,4%	10,7%	9,7%
Nog nooit	24,4%	27,5%	26,4%	40,5%	46,8%
1 of 2 keer	9,3%	11,3%	11,0%	13,1%	9,7%
3 tot 5 keer	4,7%	5,0%	8,8%	9,5%	9,7%
5 tot 8 keer	4,7%	1,3%	4,4%	9,5%	3,2%
>8 keer	43,0%	45,0%	45,1%	16,7%	21,0%
Concert Grote Zaal					
Eerste bezoek	14,0%	10,0%	4,4%	10,7%	9,7%
Nog nooit	5,8%	3,7%	8,8%	0,0%	3,2%
1 of 2 keer	15,1%	16,0%	18,7%	11,9%	22,6%
3 tot 5 keer	11,6%	8,6%	13,2%	8,3%	8,1%
5 tot 8 keer	9,3%	8,6%	11,0%	4,8%	11,3%
>8 keer	44,2%	53,1%	44,0%	64,3%	45,2%
Dub Inferno					
Eerste bezoek	14,0%	9,9%	4,4%	10,8%	9,7%
Nog nooit	54,1%	56,8%	50,5%	71,1%	77,4%
1 of 2 keer	16,5%	14,8%	19,8%	14,5%	6,5%
3 tot 5 keer	7,1%	6,2%	6,6%	1,2%	1,6%
5 tot 8 keer	2,4%	6,2%	8,8%	1,2%	3,2%
>8 keer	5,9%	6,2%	9,9%	1,2%	1,6%
Concert kelderbar *					
Eerste bezoek	14,0%	9,9%	4,4%	10,8%	9,7%
Nog nooit	25,6%	24,7%	27,5%	35,7%	46,8%
1 of 2 keer	14,0%	17,3%	20,9%	20,2%	17,7%
3 tot 5 keer	11,6%	12,3%	19,8%	8,3%	8,1%
5 tot 8 keer	4,7%	1,2%	6,6%	6,0%	4,8%
>8 keer	30,2%	34,6%	20,9%	19,0%	12,9%
Zomercafé					
Eerste bezoek	14,0%	9,9%	4,4%	9,7%	9,7%
Nog nooit	46,5%	61,7%	68,1%	73,8%	74,2%
1 of 2 keer	19,8%	7,4%	9,9%	8,3%	8,1%
3 tot 5 keer	10,5%	7,4%	13,2%	0,0%	3,2%
5 tot 8 keer	3,5%	6,2%	2,2%	4,8%	1,6%
>8 keer	5,8%	7,4%	2,2%	2,4%	3,2%
Zienema					
Eerste bezoek	14,0%	9,9%	4,4%	10,7%	9,7%
Nog nooit	62,8%	65,4%	53,8%	61,9%	75,8%
1 of 2 keer	12,8%	11,1%	18,7%	13,1%	6,5%
3 tot 5 keer	7,0%	6,2%	8,8%	4,8%	1,6%
5 tot 8 keer	1,2%	1,2%	6,6%	3,6%	3,2%
>8 keer	2,3%	6,2%	7,7%	6,0%	3,2%

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Zoals valt te zien in bovenstaande tabel geven alleen concerten in de kelderbar en het Swingbezoek een significant verschil. Bij concerten in de Grote Zaal is er geen significant verschil, terwijl bij de overige onderdelen meer dan 20% van de cellen minder dan 5 waarden heeft verkregen. De significantie was daardoor niet te berekenen.

Niet-liefhebbers en de metalaanhangers laten de Swingavonden grotendeels links liggen. Deze worden veelal bezocht door *harde gitaren*, *omnivoren* en *zwarte muziek*. Concerten in de Grote Zaal worden door alle vijf de clusters goed bezocht, koploper is het niet-liefhebbercluster waarvan meer dan 64% van de respondenten vaker dan 8 keer een concert heeft bezocht. Zoals verwacht wordt de Dub Inferno Sound System het vaakst bezocht door *zwarte muziek*, terwijl *metal* en *niet-liefhebbers* hier nauwelijks op af komen. Het Zomercafé wordt door *omnivoren* het meest gemiddeld bezocht, zoals *omnivoren* op elk onderdeel hoog scoren.

Nu duidelijk is hoe de clusters eruit zien en wat ze bezoeken aan culturele activiteiten, is het zinvol te kijken hoe vaak bezoekers komen en welke verschillen er zijn in de vijf verschillende clusters.

Tabel 6.15: Frequentieverdeling 'Mate van bezoek' per cluster

	Cluster 1: <i>Harde gitaren</i>	Cluster 2: <i>Omnivoren</i>	Cluster 3: <i>Zwarte muziek</i>	Cluster 4: <i>Niet-liefhebbers</i>	Cluster 5: <i>Metal</i>
<i>Lichte gebruikers</i>	19,8%	24,7%	16,5%	23,8%	29,0%
<i>Gemiddelde gebruikers</i>	40,7%	38,3%	52,7%	57,1%	45,2%
<i>Zware gebruikers</i>	39,5%	37,0%	30,8%	19,0%	25,8%

Er is een klein significant verschil te constateren in tabel 6.15 met een significantie van 0,056. Dit betekent dat er een significant verschil is met $\alpha < 0,1$. De sterkte van de samenhang volgens Cramers V is .137. In de tabel wordt duidelijk dat *metal* voornamelijk lichte gebruikers zijn, terwijl vooral *omnivoren* en *harde gitaren* zware gebruikers blijken te zijn. Dat komt ook overeen met informatie die is verkregen uit tabel 6.7, waarin de mate van bezoek wordt opgesplitst per cluster. Daar lieten *omnivoren* immers ook al zien als 'alleseters' alle onderdelen te bezoeken terwijl *metal* en *niet-liefhebbers* voornamelijk alleen concerten blijken te bezoeken. Aangezien deze laatste twee clusters alleen voor de concerten komen die interessant genoeg bevonden worden, zijn dit de lichte gebruikers. Dat *harde gitaren* vaak komen is geheel volgens verwachting: één van de meest geprogrammeerde muziekstijlen in Vera is rock. Wanneer er wordt gekeken naar de mate van bezoek en de afstand die afgelegd moet worden, zoals is gedaan in tabel 6.16, blijkt dat bezoekers uit de stad Groningen en de provincie Groningen de meest zware gebruikers zijn. Aangezien Overijssel en de rest van Nederland voornamelijk de lichte gebruikers kent en de frequentieverdeling een significant verschil aangeeft, kan gesteld worden dat de bezoekers van Vera uit de stad Groningen en de rest van de provincie gemiddeld vaker zware gebruikers te zijn. Opvallend is de hoeveelheid gemiddelde gebruikers die in Leeuwarden wonen. Terwijl de rest van Friesland aangeeft voornamelijk lichte gebruikers te zijn, blijkt dit niet het geval onder de inwoners van Leeuwarden. De inwoners van Leeuwarden blijken veelal gemiddelde gebruikers te zijn.

Tabel 6.16: Frequentieverdeling 'Mate van bezoek' en woonplaats

	Lichte gebruikers	Gemiddelde gebruikers	Zware gebruikers
Groningen stad	11,9%	52,2%	35,8%
Rest Groningen	16,7%	41,7%	41,7%
Leeuwarden	20,8%	66,7%	12,5%
Rest Friesland	63,3%	26,7%	10,0%
Drenthe	19,2%	50,0%	30,8%
Overijssel	57,1%	21,4%	21,4%
Rest van NL	66,7%	29,2%	4,2%

Indirecte verbanden

In de voorgaande tabellen is er vanuit gegaan dat het om een directe relatie gaat tussen de twee variabelen. Het onderzoeksmodel (figuur 3.6) veronderstelt echter ook een indirect verband dat loopt van 'muziekvoorkeur' naar 'bezoekfrequentie' via 'reden bezoek'. Om te toetsen of het een causaal verband betreft, zijn twee regressieanalyses uitgevoerd met 'bezoekfrequentie' als afhankelijke variabele, zoals gepresenteerd in tabel 6.17.

In deze regressieanalyses is cluster 4, *niet-liefhebbers*, opgenomen als referentiecategorie aangezien deze extreem (laag) scoren op de muziekvoorkeuren. Door het laagst scorende cluster als referentiecategorie te nemen, komen de significante verschillen het duidelijkst naar voren.

Tabel 6.17: Regressieanalyses causaal verband 'muziekvoorkeur'-'bezoekfrequentie'-'reden bezoek'

	Model 1		Model 2	
	B	Beta	B	Beta
(Constant)	3,203***		3,619***	
Cluster 1	,527	,120	-,052	-,012
Cluster 2	,603*	,132	,127	,028
Cluster 3	,620*	,144	,102	,024
Cluster 5	,201	,041	-,304	-,061
Factor 1: sfeer			1,046***	,579
Factor 2: mee met anderen			-,049	-,027
Factor 3: programma			-,228**	-,126
R ²		.009		.345

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Zoals is te zien in tabel 6.17, is in het tweede model bij de verschillende clusters geen sprake meer van een significant verschil. De significante resultaten zoals deze gevonden zijn in de eerste regressieanalyse worden wegverklaard door 'reden van bezoek'. Dit betekent dat er een indirect verband loopt tussen 'muziekvoorkeur' en 'bezoekfrequentie' via 'reden bezoek'.

6.6: Het mediagedrag

De media zijn een belangrijke intermediair tussen Vera en haar bezoekersgroepen. De media zorgen ervoor dat bezoekers op de hoogte zijn van verschillende muziekgenres, verschillende bands, verschillende podia en de invulling die de podia geven aan het programma.

Op basis van een schaal van 1 ('lees ik nooit') tot en met 4 ('lees ik altijd') zijn gemiddelden berekend op muziektijdschriften. Ook was er gevraagd of men een abonnement heeft op het betreffende muziektijdschrift. Er wordt vanuit gegaan dat iedereen die een abonnement heeft op een tijdschrift, deze ook daadwerkelijk leest en is op deze wijze meegenomen in de gemiddelden.

Tabel 6.18: Gemiddelden en abonnementen 'Media' per cluster

	Cluster 1: <i>Harde gitaren</i>	Cluster 2: <i>Omnivoren</i>	Cluster 3: <i>Zwarte muziek</i>	Cluster 4: <i>Niet-liefhebbers</i>	Cluster 5: <i>Metal</i>
<i>OOR***</i>	1,57	1,85	1,74	1,95	1,28
<i>Hitkrant</i>	1,09	1,05	1,10	1,02	1,10
<i>LiveXS*</i>	1,29	1,54	1,29	1,51	1,23
<i>Rollingstone***</i>	1,08	1,35	1,20	1,19	1,00
<i>Aardschok***</i>	1,69	1,46	1,09	1,28	1,65
<i>Fret**</i>	1,20	1,47	1,22	1,44	1,15
<i>Verakrant*</i>	2,20	2,54	2,30	2,41	2,00
<i>Wire*</i>	1,07	1,11	1,10	1,20	1,01
<i>Samsonic**</i>	1,23	1,38	1,25	1,22	1,08
<i>NME*</i>	1,09	1,17	1,19	1,24	1,02
<i>Aloha**</i>	1,13	1,27	1,13	1,35	1,03
<i>Gemiddelde leestijd *</i>	2,20	2,59	2,26	2,83	2,39

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Niet-liefhebbers blijken de meeste tijd lezend door te brengen per week over muziek ten opzichte van de overige clusters. Alleen de *Hitkrant* en de *Aardschok* worden minder gelezen dan in de rest van de clusters. Een mogelijke verklaring zou kunnen zijn dat dit muziektijdschriften zijn die gericht zijn op een specifieke doelgroep. De *Hitkrant* richt zich op de jongere mainstreamliefhebbers, de *Aardschok* daarentegen is een tijdschrift gericht op metalliefhebbers. Het is dan ook niet verwonderlijk dat dit tijdschrift, op de *Verakrant* na, het meest wordt gelezen door metalliefhebbers binnen Vera. Ook in het cluster *harde gitaren* blijkt, na de *Verakrant*, de *Aardschok* het meest gelezen te zijn. *OOR* wordt na de *Verakrant* het meest gelezen door *omnivoren*, *zwarte muziek* en *niet-liefhebbers*.

De *Hitkrant* en de *Wire* zijn de tijdschriften die het minste worden gelezen. De *Hitkrant* sluit niet echt aan bij de bezoekersgroep van Vera, dus dat was te verwachten. Toch wordt de *Hitkrant* door *zwarte muziek* vaker gelezen dan de *Aardschok*, dat niet aanspreekt in dit cluster. De *Wire* daarentegen is een tijdschrift gericht op de 'non-mainstream', waarvan een hogere leestijd verwacht zou kunnen worden, aangezien Vera zich richt op de underground. De lijst met namen van tijdschriften die door middel van 'Anders, namelijk....' zijn genoemd, zijn opgenomen in bijlage 3.

Als wordt gekeken naar het aantal abonnementen per cluster blijkt dat het eerste cluster, *harde gitaren*, het minst geabonneerd is op de aangegeven muziektijdschriften. *Niet-liefhebbers* en *metal* hebben met elk 15 abonnementen de meeste lidmaatschappen. *Niet-liefhebbers* zijn meer verspreid in abonnementen met 4 tijdschriften, terwijl *metal* het aantal lidmaatschappen verdeelt onder 3 tijdschriften. Dit laatste cluster kent van alle clusters het hoogste abonnementenaantal op 1 tijdschrift: in totaal zijn 10 respondenten uit *metal* geabonneerd op Aardschok.

Tabel 6.19: Aantal abonnementen per cluster

	Cluster 1: <i>Harde gitaren</i>	Cluster 2: <i>Omnivoren</i>	Cluster 3: <i>Zwarte muziek</i>	Cluster 4: <i>Niet-liefhebbers</i>	Cluster 5: <i>Metal</i>
<i>OOR</i>	2	6	4	9	4
<i>Hitkrant</i>	0	0	1	0	0
<i>LiveXS</i>	1	0	0	0	0
<i>Rollingstone</i>	0	0	0	0	1
<i>Aardschok</i>	0	1	0	1	10
<i>Fret</i>	0	0	1	0	0
<i>Verakrant***</i>	1	3	0	3	0
<i>Wire*</i>	0	1	1	0	0
<i>Samsonic</i>	0	1	2	2	0
<i>NME</i>	0	1	0	0	0
<i>Aloha</i>	0	0	2	0	0

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Wanneer wordt gekeken naar de tijdschriften en de mate van bezoek van Vera ontwikkelt zich een ander beeld. Wire geeft dan een significant verschil. Zware gebruikers – de bezoekers die vaker dan 1 keer per maand Vera bezoeken – lezen vaker de Wire dan lichte gebruikers dat doen. Ook de Aardschok wordt vaker gelezen naarmate men vaker Vera bezoekt. Het grootste verschil blijkt van toepassing op de Verakrant. Hoe vaker men in Vera komt, hoe vaker men de Verakrant leest.

Tabel 6.20: Gemiddelden leestijd tijdschriften en hoeveelheid abonnementen per gebruikersgroep

	Lichte gebruikers	Abonnement	Gemiddelde gebruikers	Abonnement	Zware gebruikers	Abonnement
OOOR	1,76	5	1,91	14	1,79	6
Hitkrant	1,12	1	1,06		1,07	
LiveXS	1,36		1,32	1	1,50	
Rollingstone	1,16	1	1,14		1,26	
Aardschok	1,33	2	1,49	6	1,60	4
Fret	1,24		1,29		1,37	1
Verakrant***	1,42	1	2,42	3	2,85	3
Wire*	1,01		1,14	1	1,17	1
Samsonic	1,26	2	1,25	2	1,32	1
NME	1,09	1	1,16		1,17	
Aloha	1,14		1,20	1	1,25	1
Gemiddelde leestijd*	2.04		2.56		2.59	

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

De gemiddelde leestijd blijkt significant omhoog te gaan hoe vaker men Vera bezoekt. De respondenten met de meeste abonnementen blijken de gemiddelde gebruikers te zijn. Voornamelijk de OOR en Aardschok worden door hen gelezen.

Nu duidelijk is welke clusters welke media lezen, kan dit worden uitgediept naar de informatie die door de media worden vergaard. Om dit te bekijken zijn de gemiddelden bekeken van de stellingen, zoals opgenomen in de vragenlijst met als onafhankelijke variabele de leestijd per week.

Tabel 6.21: Gemiddelden stellingen ten opzichte van de leestijd per week

	<i>Ik weet veel van muziek*</i> **	<i>Ik ken veel verschillende bands***</i>	<i>Ik luister graag naar de top 40</i>	<i>Mijn favoriete muziekvoorkeur verandert vaak</i>	<i>Als iemand mij een band aanraadt, ga ik daar ook naar luisteren*</i>	<i>Ik ben geïnteresseerd in kleine onbekende bands</i>
<i>Ik lees niet over muziek</i>	3.79	3.82	2.27	2.03	3.76	3.73
<i>Hooguit 10-15 minuten</i>	3.70	3.73	2.12	2.47	3.91	4.01
<i>15-30 minuten</i>	3.78	4.02	1.96	2.09	3.65	3.77
<i>30-60 minuten</i>	4.08	4.33	1.91	2.10	3.88	4.02
<i>1-3 uur</i>	4.32	4.42	1.79	2.07	4.21	4.30
<i>3-5 uur</i>	4.39	4.46	1.58	1.85	3.56	4.00
<i>5-8 uur</i>	4.86	4.86	1.29	1.86	4.43	4.71
<i>Meer dan 8 uur</i>	4.64	4.55	1.91	2.09	4.18	4.09
Totaal	3.97	4.10	1.96	2.16	3.86	3.98

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Tabel 6.21 laat zien dat de kennis over muziek omhoog gaat hoe meer de respondenten aangeven over muziek te lezen. De gemiddelden over de kennis van muziek gaan omhoog naarmate de leestijd ook stijgt. Ditzelfde geldt over de kennis van bands van de respondenten; naarmate men meer leest, geeft men aan ook meer te weten. Het tegenovergestelde geldt voor het beluisteren van top 40 muziek. Hoe

meer men leest, hoe minder men wil weten van top 40 muziek. De laatste twee stellingen – als wordt aangeraden naar een band te luisteren in welke mate dat dan wordt gedaan, en de interesse in kleine, onbekende bandjes – laten een wisselend verloop zien. Ondanks dat er een significant verschil blijkt te zijn in de verschillende categorieën leestijd, betekent dit niet dat iemand die meer leest, een hoger of lager gemiddelde behaalt. Deze twee stellingen laten geen lijn stijgende of dalende lijn zien. Op de stellingen zal in paragraaf 6.7 dieper worden ingegaan.

Het programma

Een verlengde van het mediagedrag is de wijze waarop men op de hoogte is van het programma. Media zullen hier een belangrijke bron in zijn. Daarom wordt een beeld geschetst van de wijze waarop de verschillende clusters op de hoogte zijn gekomen van het programma.

Tabel 6.22: Frequentieverdeling 'Op hoogte van het programma van Vera' per cluster

	<i>Cluster 1: Harde gitaren</i>	<i>Cluster 2: Omnivoren</i>	<i>Cluster 3: Zwarte muziek</i>	<i>Cluster 4: Niet-liefhebbers</i>	<i>Cluster 5: Metal</i>
<i>Binnenkomst gehoord ***</i>	4.7%	7.4%	16.5%	2.4%	1.6%
<i>Poster gezien</i>	5.8%	14.8%	12.1%	6.0%	8.1%
<i>Verakrant</i>	19.8%	30.9%	25.3%	34.5%	24.2%
<i>Dagblad van het Noorden</i>	1.2%	2.5%	2.2%	3.6%	0.0%
<i>Website band</i>	7.0%	4.9%	3.3%	10.7%	11.3%
<i>Website Vera</i>	22.1%	22.2%	20.9%	35.7%	33.9%
<i>Andere website</i>	7.0%	2.5%	2.2%	2.4%	8.1%
<i>Via vrienden</i>	50.0%	46.9%	35.2%	45.2%	43.5%
<i>Via familieleden</i>	2.4%	1.2%	0.0%	1.2%	1.2%
<i>Via LiveXS</i>	0.0%	0.0%	1.2%	1.2%	0.0%

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

In tabel 6.22 is er alleen een significant verschil tussen de clusters wat betreft de 'website van Vera' en bij 'binnenkomst gehoord'. Vooral bij het derde cluster, *zwarte muziek*, blijkt het programma bij binnenkomst te worden vernomen. Zoals is laten zien in hoofdstuk 5, blijkt het voornamelijk verschil te geven tussen Swingbezoekers en concertbezoekers. Het derde cluster is het cluster met het hoogste percentage Swingbezoekers. *Metal* en *niet-liefhebbers* hebben het programma in verhouding met de andere clusters het vaakst vernomen via de website van Vera.

De publicaties die Vera doet aangaande het programma blijken goed te worden gezien. De poster wordt weliswaar het minst genoemd door *niet-liefhebbers*, de Verakrant wordt daarentegen wel door dit cluster het vaakst genoemd ten opzichte van de andere clusters. De Vera-uitingen worden door *harde gitaren* het minst opgemerkt: zowel de Veraposter als de Verakrant worden het minst genoemd door dit cluster. Ook de Vera website blijft bij *harde gitaren* achter bij het gemiddelde. Andere websites worden daarentegen wel hoger dan gemiddeld genoemd door *harde gitaren*.

Om te kijken of het verschil maakt of men Vera vaak bezoekt, of bijna niet, is in tabel 6.23 een overzicht gegeven van de wijze waarop de bezoekers op de hoogte zijn van het programma ten opzichte van de gebruikersgroepen, zoals deze al eerder in dit hoofdstuk uiteen zijn gezet.

Tabel 6.23: Gemiddelden 'Op de hoogte van het programma' per gebruikersgroep

	<i>Lichte gebruikers</i>	<i>Gemiddelde gebruikers</i>	<i>Zware gebruikers</i>
<i>Bij binnenkomst gehoord</i>	,04	,10	,05
<i>Poster gezien</i>	,04	,11	,10
<i>Verakrant gelezen***</i>	,06	,28	,40
<i>Dagblad van het Noorden</i>	,04	,02	,01
<i>Website van de band*</i>	,12	,07	,03
<i>Website Vera*</i>	,21	,33	,20
<i>Andere website***</i>	,12	,03	,02
<i>Van vrienden gehoord</i>	,47	,42	,45
<i>Van ouders gehoord</i>	,01	,00	,00
<i>Van familieleden gehoord</i>	,01	,01	,01
<i>Via Live XS</i>	,01	,01	,00
<i>Anders gehoord</i>	,16	,09	,19

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Tabel 6.23 laat een aantal significante verschillen zien. De lichte bezoekers lezen de Verakrant significant minder vaak dan de gemiddelde en zware gebruikers. De website van de band wordt daarentegen het meeste gebruikt door de lichte gebruikers. Zoals eerder is laten zien in paragraaf 6.3 komen de lichte bezoekers voornamelijk in Vera vanwege het programma. Een binding met Vera is bij deze bezoekersgroep niet tot nauwelijks aan de orde. Vanwege de interesse in de band bezoekt deze gebruikersgroep dan ook Vera, wat verklaart dat de website van Vera ten opzichte van de andere gebruikersgroepen lager scoort.

Uitschieter voor de gemiddelde gebruikersgroep ten opzichte van de lichte en zware gebruikers is de website van Vera. Deze wordt significant beter bezocht door deze gebruikersgroep. Andere websites blijven hierbij achter.

De Verakrant wordt voornamelijk gebruikt door zware gebruikers om op de hoogte te komen van het programma van Vera. De website van de band wordt door deze gebruikersgroep significant minder bezocht om erachter te komen dat de band in Vera optreedt. Ook de website van Vera wordt van de drie bezoekersgroepen het minste door de zware gebruikers bezocht, evenals andere websites. De zware gebruikers vernemen daarentegen van de drie verschillende groepen wel de meeste informatie op een andere manier, deze andere informatiekanalen staan in bijlage 3 aangegeven.

Om te kijken of de Verakrant nu alleen door respondenten uit de stad Groningen wordt genoemd, wordt dit bekeken in tabel 6.24. Op deze manier is ook te bekijken op welke wijze in welke provincie men op de hoogte is van het programma van Vera.

Tabel 6.24: Gemiddelden mediagebruik per woonplaats

	Groningen stad	Rest Groningen	Leeuwarden	Rest Friesland	Drenthe	Overijssel	Rest NL
Binnenkomst	,08	,07	,04	,03	,08	,00	,13
Poster	,10	,12	,04	,10	,12	,07	,00
Verkrant***	,33	,33	,29	,17	,12	,00	,00
Dagblad	,02	,02	,00	,07	,00	,00	,00
Website band***	,04	,07	,04	,10	,15	,00	,38
Website Vera*	,22	,33	,42	,43	,35	,07	,21
Andere website***	,01	,03	,00	,20	,04	,29	,04
Via vrienden	,45	,45	,38	,40	,46	,57	,37
Via ouders	,00	,00	,00	,03	,00	,00	,00
Via familie	,00	,00	,04	,03	,04	,00	,00
Via Live XS*	,00	,00	,04	,00	,04	,00	,00
Anders gehoord	,17	,07	,04	,10	,08	,21	,08

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

De Verkrant wordt significant vaker gelezen door respondenten uit Groningen (zowel de stad als de provincie) en Leeuwarden. Zoals al eerder is getoond in tabel 6.16, blijken bezoekers uit Leeuwarden veelal te behoren tot gemiddelde gebruikers, waardoor ook zij de mogelijkheid hebben om aan een Verkrant te komen. Hoe verder men van Vera woont, hoe belangrijker de internetsites worden. Andere websites worden significant vaker genoemd als informatiebron door respondenten uit Overijssel. De vaakst gebruikte informatiebron is de mond-tot-mond reclame, die voornamelijk via vrienden loopt. Dit geldt alleen niet voor de respondenten uit Leeuwarden en de categorie 'rest van Nederland', die respectievelijk de website van Vera en de website van de band het meest gebruiken als informatiebron.

Voordat men besluit om Vera te bezoeken, zal men op de hoogte moeten zijn van het programma. De relatie tussen de wijze waarop men op de hoogte is van het programma en reden bezoek is dan ook gelegd in het conceptueel model. Daarom wordt in tabel 6.25 gekeken naar de samenhang die er is tussen de wijze waarop men op de hoogte is van het programma en reden van bezoek.

Tabel 6.25 Correlatietabel 'Op de hoogte van het programma' en 'reden bezoek'

	Factor 1: sfeer	Factor 2: mee met anderen	Factor 3: programma
Binnenkomst	,044	,104*	-,225***
Poster	,040	,033	,049
Verkrant	,224***	,020	,168**
Dagblad van het Noorden	-,055	,040	,033
Website band	-,073	-,073	,159*
Website Vera	,020	-,145**	,267***
Andere website	-,073	-,063	,027
Van vrienden gehoord	-,068	,206***	-,069
Van ouders gehoord	-,108*	-,038	,006
Van familieleden gehoord	-,004	-,026	,046
Via LiveXS	-,050	-,019	,035
Anders gehoord	,103*	-,081	-,049

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Zoals is te zien in bovenstaande correlatietabel horen mensen die specifiek voor het programma komen het niet pas bij de ingang. Deze bezoekers hebben door middel van de Verakrant, website van de band of de website van Vera al moeite voor gedaan om op de hoogte te zijn van het programma. Bezoekers die meekomen met anderen vernemen het programma wel vaker pas bij binnenkomst. De website van Vera wordt door deze bezoekers niet gebruikt als informatiebron, de vrienden zorgen ervoor dat ze op de hoogte van het programma worden gesteld.

Ditzelfde kan gedaan worden voor de tijdschriften en de factoren die de bezoekredenen weergeven. Om te bekijken of bijvoorbeeld Aardschoklezers vaker komen voor *sfeer* of juist voor het *programma* is ook hier gebruik gemaakt van een correlatietabel.

Tabel 6.26: Correlatietabel 'mediagedrag algemeen' en 'reden bezoek'

	Factor 1: <i>sfeer</i>	Factor 2: <i>mee met anderen</i>	Factor 3: <i>programma</i>
<i>Oor</i>	,002	-,063	,212***
<i>Hitkrant</i>	,042	,043	-,148**
<i>LiveXS</i>	-,016	-,157**	,108*
<i>Rollingstone</i>	,138**	-,035	,073
<i>Aardschok</i>	,196***	-,010	,128*
<i>Fret</i>	-,008	-,105*	,107*
<i>Verakrant</i>	,267***	-,072	,105*
<i>Wire</i>	,104*	-,063	,021
<i>Samsonic</i>	,082	-,080	,100*
<i>NME</i>	,106*	-,052	,173**
<i>Aloha</i>	,056	-,059	,130**

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Zoals is te zien in tabel 6.26 blijken Oorlezers significant vaker specifiek voor *het programma* te komen. Hitkrantlezers daarentegen geven aan dat dat juist significant niet het geval is. Lezers van de LiveXS komen juist wel weer voor *het programma*, terwijl deze groep lezers significant minder *mee komen met anderen*. Rollingstonelezers komen meer dan gemiddeld voor *de sfeer*, dat ook geldt voor Aardschoklezers. Deze laatste groep, de Aardschoklezers, nemen naast *de sfeer* ook *het programma* mee in hun overweging om Vera te bezoeken. Fretlezers komen gemiddeld minder *mee met anderen*, terwijl zij specifiek vaker voor *het programma* komen. Verakrantlezers bezoeken Vera vaker voor *de sfeer* en *het programma*, terwijl lezers van de Wire vaker specifiek voor *de sfeer* komen. Samsonic- en Alohallezers laten een significant verband zien tussen het tijdschrift en *het programma*, terwijl lezers van de NME naast *het programma* ook een significant verschil laten zien met *de sfeer*. Zoals naar voren komt in bovenstaande tabel blijken lezers van de muziektijdschriften voornamelijk te correleren met *het programma*. Alleen de Hitkrant scoort significant negatief. Er kan dan naar aanleiding van deze correlaties worden gesteld dat er sprake is van een specifieke muzikale interesse. Hoe meer men de bladen leest, hoe vaker men ook echt voor de muziek, of voor een specifieke band, komt. Vanuit het derde hoofdstuk, de theoretische basis van dit onderzoek, was dat te verwachten: hoe meer cultureel kapitaal er wordt opgebouwd, hoe meer de informatie een rol gaat spelen. Het cultureel kapitaal wordt

hier opgebouwd door het lezen van specifieke muziektijdschriften, waarmee kennis wordt vergaard over bands en muziekstijlen.

Indirecte verbanden

Nu er is gekeken naar de relaties die er zijn tussen 'muziekvoorkeur' en 'mediagedrag' en de relatie 'programma' en 'reden bezoek' kan gekeken worden of er een causaal verband is tussen 'muziekvoorkeur' en 'reden bezoek' dat loopt via 'mediagedrag'. Om dit te toetsen is eerst een regressieanalyse uitgevoerd tussen 'muziekvoorkeur' en 'reden van bezoek', waar 'reden bezoek' de afhankelijke variabele is. Aangezien deze variabele uit drie factoren bestaat, zijn per factor regressieanalyses uitgevoerd. De uitkomsten van deze regressieanalyses zijn in onderstaande tabellen verwerkt.

Om te toetsen of het verband tussen 'muziekvoorkeur' en 'reden bezoek' indirect via 'mediagebruik' loopt, zijn naast bovenstaande regressieanalyses nog drie regressieanalyses per factor uitgevoerd met daarin een toevoeging van mediagedrag. De twee varianten van mediagedrag – 'media algemeen' en 'op de hoogte van programma' – zijn zowel apart als gezamenlijk bekeken in de regressieanalyses om hun effecten zowel afzonderlijk als na onderlinge controle vast te stellen. Om te voorkomen dat de verschillende tijdschriften elkaars invloed wegverklaren, terwijl ze juist kunnen worden gezien als indicatoren voor een algemene muzikale interesse, is besloten om het leesgedrag van gelijksoortige tijdschriften te meten via de somscore voor deze bladen. Wanneer iemand een tijdschrift niet leest, worden er 0 punten bij deze schaal opgeteld. Wanneer iemand een tijdschrift soms leest, levert dat 1 punt op, terwijl 2 punten worden gegeven aan respondenten die aangeven het tijdschrift meestal te lezen. Als de respondent het tijdschrift altijd leest, levert dat 3 punten op. De hoogste score die behaald kan worden op een tijdschrift zijn 4 punten, die worden toegekend als de respondent heeft aangegeven een abonnement te hebben. Waar de overige tijdschriften over dezelfde (alternatieve) muziek schrijven, past de Hitkrant daar niet bij. Daarom is besloten dit tijdschrift apart op te nemen in de regressieanalyse, terwijl de andere tijdschriften bij elkaar genomen zijn. De bronnen genoemd bij 'Op de hoogte van het programma' zijn als dummyvariabelen meegenomen en daarom zo toe te passen in de regressieanalyses. Net als eerder is gedaan in dit onderzoek is cluster 4, *niet-liefhebbers*, de referentiecategorie.

Tabel 6.27: Regressieanalyses causaal verband 'muziekvoorkeur'-'mediagedrag'-'sfeer'

	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta
(Constant)	-,339**		-,608***		-,604***		-,695***	
Cluster 1	,457**	,189	,533**	,221	,550***	,227	,570**	,236
Cluster 2	,387*	,154	,395*	,157	,396*	,157	,365*	,145
Cluster 3	,387*	,162	,446**	,187	,337*	,142	,351*	,147
Cluster 5	,457**	,168	,555**	,203	,529**	,193	,570**	,209
Binnenkomst gehoord					,344	,089	,329	,085
Poster					-,076	-,022	-,106	-,031
Verakrant					,624***	,277	,549***	,244
Dagblad van het Noorden					-,605	-,080	-,587	-,078
Website band					-,239	-,061	-,308	-,080
Website Vera					,175	,077	,143	,063
Andere website					-,132	-,027	-,182	-,037
Vrienden gehoord					-,007	-,004	-,022	-,011
Ouders gehoord					-1,958*	-,099	-1,838	-,093
Familieleden gehoord via LiveXS					,130	,013	,164	,017
Anders gehoord					-,498	-,036	-,447	-,032
Muziektijdschriften			,049***	,197			,026	,104
Hitkrant			,103	,036			,146	,052
<i>R²</i>		.020		.053		.102		.113
*	Sig. < 0.05							
**	Sig. < 0.01							
***	Sig. < 0.001							

Zoals is te zien in bovenstaande tabel (tabel 6.27), wordt geen van de effecten van de clusters 'wegverklaard' wanneer de mediavariabelen worden toegevoegd. Er is hierin geen verschil tussen 'media algemeen' of 'op de hoogte van het programma'. Dit betekent dat er geen indirect effect loopt tussen 'muziekvoorkeur' en 'sfeer' via 'mediagedrag'.

Nu is gekeken naar factor 1, *sfeer*, is het de beurt aan factor 2, *mee met anderen*.

Tabel 6.28: Regressieanalyses causaal verband 'muziekvoorkeur'-'mediagedrag'-'mee met anderen'

	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4	
	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta
(Constant)	-,226*		-,056		-,348*		-,239	
Cluster 1	,262	,108	,205	,084	,252	,104	,224	,093
Cluster 2	,263	,104	,255	,101	,233	,092	,234	,092
Cluster 3	,506**	,211	,452**	,189	,488**	,205	,486**	,203
Cluster 5	,044	,016	-,028	-,010	,073	,027	,015	,006
Binnenkomst gehoord					,259	,067	,230	,059
Poster					,085	,025	,115	,034
Verakrant					,053	,023	,166	,074
Dagblad van het Noorden					,235	,031	,201	,027
Website band					,012	,003	,057	,015
Website Vera					-,201	-,088	-,146	-,064
Andere website					-,173	-,035	-,129	-,026
Vrienden gehoord					,377**	,188	,361**	,180
Ouders gehoord					-,478	-,024	-,604	-,031
Familieleden gehoord					-,298	-,030	-,311	-,031
via LiveXS					-,325	-,023	-,381	-,027
Anders gehoord					-,198	-,066	-,183	-,061
Muziektijdschriften			-,031*	-,126*			-,030*	-,122
Hitkrant			,060	,021			-,020	-,007
<i>R</i> ²	.024		.035		.062		.069	

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Cluster drie verschilt ten opzichte van cluster 4 significant, en toevoeging van mediagedrag brengt daarin geen verandering. Doordat dit niet gebeurt, is er geen sprake van een causaal indirect verband tussen 'muziekvoorkeur' en 'mee met anderen' dat zou lopen via 'mediagedrag'.

Ditzelfde kan worden bekeken voor de derde factor: *het programma*.

Tabel 6.29: Regressieanalyses causaal verband 'muziekvoorkeur'-'mediagedrag'-'programma'

	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4		
	B	Beta	B	Beta	B	Beta	B	Beta	
(Constant)	,318**		,080		-,018		-,057		
Cluster 1	-,500**	-,208	-,399**	-,166	-,389**	-,160	-,356**	-,148	
Cluster 2	-,269	-,107	-,249	-,099	-,153	-,061	-,166	-,066	
Cluster 3	-,597***	-,251	-,488**	-,205	-,425**	-,179	-,354**	-,149	
Cluster 5	-,125	-,046	-,003	-,001	-,112	-,041	-,065	-,024	
Binnenkomst gehoord					-,629**	-,162	-,568**	-,148	
Poster					,109	,032	,083	,025	
Verakrant					,323**	,143	,261*	,116	
Dagblad van het Noorden					,344	,046	,373	,050	
Website band					,307	,079	,317	,082	
Website Vera					,509***	,223	,473***	,209	
Andere website					,279	,057	,277	,057	
Vrienden gehoord					,007	,003	,006	,003	
Ouders gehoord					,242	,012	,250	,013	
Familieleden gehoord					,594	,060	,571	,058	
via LiveXS					,089	,006	,066	,005	
Anders gehoord					,098	,033	,054	,018	
Muziektijdschriften			,046***	,183			,015	,061	
Hitkrant			-,346*	-,122			-,287*	-,102	
<i>R</i> ²		.043		.087		.142		.151	
*	Sig. < 0.05								
**	Sig. < 0.01								
***	Sig. < 0.001								

Zoals is te zien in tabel 6.29, verschillen cluster 1 en 3 significant van cluster 4. Ook in deze regressieanalyses fungeert cluster 4, *niet-liefhebbers*, als referentiecategorie. Net als in de voorgaande regressieanalyses blijken ook in deze analyses de clusters niet weg te worden verklaard door 'mediagedrag', hoewel de effecten in modellen 2 tot en met 4 wel wat lager zijn dan in model 1. Over het algemeen kan dan ook worden gesteld dat de relatie 'muziekvoorkeur' naar 'reden bezoek' niet indirect causaal loopt via 'mediagedrag'.

6.7: Voorkeur mainstream / underground

Nu er een duidelijk beeld is geschetst hoe de verschillende clusters van elkaar verschillen, is het mogelijk te bekijken in welke mate deze clusters hun oordeel hebben gegeven over de stellingen die zijn opgenomen in de vragenlijst. Op basis van een vijfpunts-Likertschaal (met 1 is helemaal mee oneens en 5 is helemaal mee eens) kunnen gemiddelden worden berekend die verschillen per cluster. Deze zijn in tabel 6.30 opgenomen.

Tabel 6.30: Gemiddelden per cluster op stellingen

	Cluster 1: <i>Harde gitaren</i>	Cluster 2: <i>Omnivoren</i>	Cluster 3: <i>Zwarte muziek</i>	Cluster 4: <i>Niet- liefhebbers</i>	Cluster 5: <i>Metal</i>
<i>Ik weet veel van muziek*</i>	3.94	4.00	3.76	4.21	3.95
<i>Ik ken veel verschillende bands*</i>	3.97	4.14	3.90	4.39	4.14
<i>Ik luister graag naar de top 40*</i>	1.86	2.19	2.02	1.98	1.66
<i>Mijn favoriete muziekvoorkeur verandert vaak**</i>	1.94	2.42	2.39	2.21	1.71
<i>Als iemand mij een band aanraadt, ga ik daar ook naar luisteren*</i>	3.83	4.03	3.87	4.01	3.50
<i>Ik ben geïnteresseerd in kleine onbekende bands*</i>	3.91	4.12	3.73	4.28	3.86

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Zoals is te zien in tabel 6.30 zijn er kleine significante verschillen tussen de verschillende clusters. Het cluster *niet-liefhebbers* geeft aan veel van muziek te weten en veel verschillende bandjes te kennen. Dit komt overeen met de hoogte van de leestijd, zoals al eerder in dit onderzoek is laten zien. Hoe meer men leest, hoe meer men weet bleek uit tabel 6.21. Het cluster *zwarte muziek* daarentegen geeft aan van de verschillende clusters het minst te weten van muziek en verschillende bandjes, terwijl dit cluster niet de laagste leestijd aangaf. Dat was het eerste cluster, *harde gitaren*. Het kan komen doordat de interesse in onbekende bandjes significant minder is bij het cluster *zwarte muziek* dan bij de overige clusters, waardoor de interesse ook niet ligt bij het kennen van zoveel mogelijk bandjes. Dit geldt bijvoorbeeld wel sterk voor het cluster *niet-liefhebbers*, dat zowel hoog score op 'interesse in kleine bandjes' en 'ik ken veel bandjes'. Het metalcluster laat ook hier zien weinig interesse te hebben in wat er naast metal gebeurt. De interesse in top 40 muziek is er significant het minst en ook een verandering van de muzieksmaak gebeurt significant minder. *Omnivoren* en *zwarte muziek* scoren weliswaar significant hoger dan de overige clusters, deze clusters laten nog steeds zien het niet met de stelling eens te zijn.

Omnivoren laten zien een brede smaak te hebben, er wordt significant hoger gescoord op de stelling 'ik houd van top 40 muziek', maar ook kleine, onbekende bands hebben de interesse.

Om te controleren voor leeftijd, geslacht en opleiding bij beantwoording van de stellingen zijn regressieanalyses op de verschillende stellingen uitgevoerd in SPSS. Hieruit blijken de achtergrondvariabelen 'leeftijd', 'geslacht' en 'opleiding' geen effect te geven op de stellingen. Alleen 'Swingavond' geeft een positieve invloed, onder constant houding van de overige variabelen, op de voorkeur van top 40 muziek (Beta is .117). Dit betekent dat Swingbezoekers, onder constant houding van de andere variabelen, vaker top 40 muziek waarderen dan concertbezoekers.

6.8: Tot slot

Dit hoofdstuk is begonnen met een clusteranalyse, waarna er vijf clusters naar aanleiding van de muzikale voorkeuren van de respondenten zijn benoemd, te weten de clusters *harde gitaren*, *omnivoren*, *zwarte muziek*, *niet-liefhebbers* en *metal*. Aan de hand van deze clusterindeling is gekeken naar het profiel van deze vijf clusters. De achtergrondvariabelen zijn aan bod gekomen en verwerkt in een beschrijving van de clusters. Door middel van een regressieanalyse is bekeken welke variabelen in welke mate effect hebben op het verkrijgen van een lidmaatschap van één van de clusters. De reden van bezoek van de verschillende clusters is in de derde paragraaf uiteengezet. Naar aanleiding van een factoranalyse kwamen drie factoren naar voren, die aangaven waarom mensen Vera bezoeken. Deze factoren hebben de namen *sfeer*, *mee met anderen* en *programma* gekregen, aangezien deze variabelen de belangrijkste variabelen met een waarde > 0.3 waren in de factoranalyse door middel van een Varimax-rotatie.

Het bezoekgedrag van de bezoekers is in paragraaf 6.4 getoond aan de hand van factoranalyses, regressieanalyses, gemiddelde factorscores, correlaties en kruistabellen.

In de vijfde paragraaf is het mediagedrag laten zien, zowel van de verschillende clusters als ook van de drie verschillende gebruikersgroepen, te weten lichte gebruikers, gemiddelde gebruikers en zware gebruikers. Ook de wijze waarop de bezoekers op de hoogte zijn van het programma is in deze paragraaf meegenomen.

Uit het theoretisch kader kwam naar voren dat zowel de ouders als de vrienden van invloed zijn op de muziek. In hoeverre geldt dat voor Vera-bezoekers? Deze onderzoeksvraag, de enige die op dit moment nog niet is beantwoord, zal in het volgende hoofdstuk aan bod komen.

7

Beïnvloeding door de sociale omgeving

*'After dinner I had ice cream,
I fell asleep and watched TV
I woke up in my mother's arms'*

(Nirvana, 1990)

7.1: Inleidend

In de voorgaande hoofdstukken is een beeld geschetst van de bezoekersgroepen van Vera. Naar aanleiding van de vijf clusters zijn in het vorige hoofdstuk de kenmerken van elk cluster beschreven. Echter, om tot de beantwoording van de probleemstelling te komen is deze informatie nog niet genoeg. In het model van Ajzen (1988), zoals is uitgelegd in het theoretisch kader, is een belangrijke rol weggelegd voor de 'social norm'. De sociale norm, die bestaat uit de sociale waardering en toegeefneigingen, geeft aan in hoeverre de sociale omgeving instemt met het gedrag van het individu. De sociale omgeving is in dit onderzoek beperkt tot de ouders en vrienden van de bezoekers.

Zoals naar voren kwam in het theoretisch kader zoals is opgesteld in hoofdstuk 3, kunnen ouders en / of vrienden invloed uitoefenen op de muziekvoorkeuren van de bezoekers van Vera. Maar in hoeverre geldt dat voor de bezoekers van Vera? En zijn het dan voornamelijk de vrienden, of toch nog steeds de ouders? Daarom is gevraagd aan de respondenten om aan te geven in hoeverre de ouders en vrienden van de aangegeven muziekgenres houden door middel van de vijfpunts-Likertschaal. Aan de hand van deze gegevens zal er naar bovenstaande samenhang worden gekeken. Wanneer er is aangegeven dat men niet weet of de ouders c.q. vrienden van dat muziekgenre houden, zijn deze gegevens niet meegenomen in de verwerking van de data. Dit is gedaan om te voorkomen dat de categorie 'ik weet niet of ze daar van houden' invloed uitoefent op de resultaten.

7.2: Wie gaat er mee?

Zoals uitgelegd in het theoretisch kader, kan men sociaal aanzien en waardering vergaren door het bezoeken van Vera. Door het bezoeken van de ‘juiste’ bands, verwerft men aanzien. Voordat dit aanzien verworven wordt, moet wel duidelijk worden gemaakt in de sociale omgeving dat men een concert in Vera gaat bezoeken, of bezocht heeft. De waardering door anderen speelt een rol indien individuele bezoekers hun gedragingen afstemmen op de beoordeling van hun gedrag door anderen (Maas, 1990). De ‘social norm’ is daarom mogelijk van belang in het bezoeken van Vera. Wanneer wordt gekeken met wie de respondenten Vera bezoeken, blijkt uit tabel 7.1 dat bij elk cluster het voornamelijk de vrienden en partners zijn die mee gaan.

Tabel 7.1: Frequentieverdeling ‘Met wie bezoek je Vera vanavond?’

	Cluster 1: Harde gitaren	Cluster 2: Omnivoren	Cluster 3: Zwarte muziek	Cluster 4: Niet-liefhebbers	Cluster 5: Metal
Ouders	1,2%	1,2%	2,2%	2,4%	0,0%
Andere familieleden	2,3%	7,4%	6,6%	6,0%	6,5%
Alleen	10,5%	7,4%	4,4%	14,3%	8,1%
Vrienden	83,7%	76,3%	85,7%	66,7%	82,3%
Partner	18,6%	32,1%	27,5%	23,8%	21,0%

Meer dan gemiddeld komen *niet-liefhebbers* alleen naar Vera. In het vorige hoofdstuk is al getoond dat dit cluster voornamelijk komt voor het *programma* en minder voor de *sfeer*. Het programma is van belang, en niet het sociale aspect, waardoor bezoekers eerder alleen heen gaan.

7.3: Factoranalyses vrienden en ouders

Om te kijken in welke mate de muziekmaken van de clusters overeenkomen met de voorkeuren van de vrienden en ouders, zullen eerst twee factoranalyses worden uitgevoerd op de muziekvoorkeuren van deze twee groepen.

Hierdoor wordt de hoeveelheid data gereduceerd en een duidelijker verband tussen de verschillende muziekmaken getoond. De respondenten hebben op de vragenlijst de waardering voor dezelfde muziekgenres gescoord voor de vrienden en ouders als voor zichzelf. Op basis van een vijfpunts-Likertschaal hebben de respondenten aangegeven in welke mate hun ouders en vrienden van de verschillende muziekgenres houden.

7.3.1: Factoranalyse muziekvoorkeuren vrienden

Aangezien de correlatie tussen de factoren 1 en 3 en de factoren 1 en 5 van de onderstaande factoranalyse groter is dan 0.3 (namelijk respectievelijk $-.402$ en $.301$), is besloten een Oblimin-rotatie uit te voeren. Ook de eenvoudige structuur wordt beter benaderd door uitvoering van de Oblimin-rotatie. De zogenoemde ‘pattern matrix’, dat de componentladingen weergeeft, is in tabel 7.2 weergegeven.

Tabel 7.2: Factoranalyse muziekvoorkeuren vrienden

	Factor 1: <i>Divers</i>	Factor 2: <i>Metal</i>	Factor 3: <i>Anti-zwarte muziek</i>	Factor 4: <i>Anti-rock</i>	Factor 5: <i>Populair</i>
<i>Hardcore</i>		,812			
<i>Metal</i>		,867			
<i>Crossover</i>		,488			
<i>Rap</i>			-,633		,488
<i>Hiphop</i>			-,725		,424
<i>Ska</i>			-,864		
<i>Reggae</i>			-,875		
<i>Disco</i>					,522
<i>Pop</i>				-,381	,718
<i>Punk</i>				-,646	
<i>Rock</i>				-,870	
<i>Grunge</i>				-,738	
<i>Wereldmuziek</i>	,576				
<i>Jazz</i>	,744				
<i>Folk</i>	,792				
<i>Klassiek</i>	,848				
<i>Smartlappen</i>	,406				,524
<i>Funk</i>	,477				
<i>Blues</i>	,529			-,375	
<i>Soul</i>	,517				
<i>Singer</i>	,432			-,428	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

R²=67.0

Zoals blijkt uit tabel 7.2 komen de factoren niet zo goed naar voren als de clusters van de respondenten dat in tabel 6.1 deden. De benamingen die zijn gedaan aan de hand van bovenstaande factoranalyse zijn subjectief, maar dekken de lading. De eerste factor scoort hoog op zowel legitieme als ook populaire muziek. Vandaar dat deze factor *divers* genoemd is. De benaming omnivoren is bewust niet gekozen, aangezien er weliswaar hoog gescoord wordt op zowel legitieme als populaire cultuur, maar de bovenste genres worden niet gewaardeerd volgens deze factoranalyse. De tweede factor belicht voornamelijk de metal, de hardcore en crossover. Dit komt overeen met de cluster *metal*, uit het vorige hoofdstuk, met de aanvulling van crossover. Daarom is besloten deze factor ook *metal* te noemen. Waar in de clusteranalyse de respondenten nog een cluster *zwarte muziek* lieten zien, blijkt dat juist niet het geval te zijn bij de vrienden. Daarom is factor 3 *anti-zwarte muziek* genoemd. De vierde factor kan worden gezien als *anti-rock*, met rock in de breedste zin van het woord. Aangezien ook hier weer alleen negatieve waarden zijn te constateren, is gekozen voor een anti-label. De laatste factor is *populair* genoemd, aangezien er positief het hoogst wordt gescoord op smartlappen, disco en pop. Ook rap en hiphop worden positief gewaardeerd in deze factor.

Om te kijken in hoeverre deze factoren van muziekvoorkeuren van vrienden samenhangen met de muzikale voorkeuren van de respondenten zelf, zoals zijn onderverdeeld in de clusters als besproken in

hoofdstuk 6, zijn gemiddelde factorscores berekend. Op deze wijze is te bekijken of er verschillen zijn in factorscores tussen de clusters.

Tabel 7.3: Gemiddelde factorscores per cluster

	Cluster 1: <i>Harde Gitaren</i> (n= 86)	Cluster 2: <i>Omnivoren</i> (n=81)	Cluster 3: <i>Zwarte muziek</i> (n=91)	Cluster 4: <i>Niet- Liefhebbers</i> (n=84)	Cluster 5: <i>Metal</i> (n=62)
Factor 1 vrienden: <i>Divers</i> ***	-,43	,60	,27	,10	-,74
Factor 2 vrienden: <i>Metal</i> ***	,44	,35	-,63	-,44	,47
Factor 3 vrienden: <i>Anti-zwarte muziek</i> ***	-,08	-,40	-,57	,56	,64
Factor 4 vrienden: <i>Anti-rock</i> ***	,13	-,51	,14	-,35	,77
Factor 5 vrienden: <i>Populair</i> ***	-,49	,34	,22	,18	-,39

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Zoals blijkt uit tabel 7.3 geven alle clusters een significant verschil ten opzichte van de factoren. De diverse muziekgenres die samengevoegd zijn in factor 1, laten een positieve factorscore zien op cluster 2, *omnivoren*, cluster 3, *zwarte muziek* en cluster 4, *niet-liefhebbers*. Een negatieve factorscore laat deze factor zien op *metal* en *harde gitaren*. *Metal* onder de vrienden laten niet erg verassend de hoogste factorscore zien op het cluster *metal* van de respondenten zelf. Ook wordt positief hoog gescoord op de clusters *harde gitaren* en *omnivoren*. Een negatieve score wordt gehaald op *zwarte muziek* en *niet-liefhebbers*. *Anti-zwarte muziek* behaalt de hoogste negatieve score op *zwarte muziek* van de respondenten. Ook op *omnivoren* wordt negatief gescoord. Deze factor scoort daarentegen wel hoog onder *niet-liefhebbers* en *metal*. *Anti-rock* behaalt de hoogste factorscore op het cluster *metal*. Op *omnivoren* wordt daarentegen de hoogste negatieve score van deze factor waargenomen. De vijfde factor scoort positief op het tweede, derde en vierde cluster, terwijl de clusters één en vijf het tegenovergestelde behalen.

7.3.2: Factoranalyse muziekvoorkeuren ouders

Net zo als in de voorgaande paragraaf is gedaan, zal ook een factoranalyse worden uitgevoerd op de muziekvoorkeuren zoals de respondenten deze hebben aangegeven voor de ouders. Ook hier is datareductie en het bekijken van de verhoudingen ten opzichte van de clusteranalyse de reden van deze factoranalyse.

In deze factoranalyse is net als in paragraaf 7.3.1 gekozen voor een Oblimin-rotatie, aangezien factor 1 correleert met factor 2 (namelijk -.327), factor 3 (namelijk -.318) en factor 4 (namelijk .339). Ook hier geldt dat de eenvoudige structuur beter wordt benaderd door de Oblimin-rotatie, waardoor voor deze wijze van roteren is gekozen.

Tabel 7.4: Factoranalyse muziekvoorkeuren ouders

	Zwarte muziek	Anti-hardcore/rap	Anti-pop/rock	Legitiem	Smartlappen
Hardcore		-,790			
Metal		-,703			
Crossover		-,690			
Rap		-,827			
Hiphop		-,811			
Ska	,372	-,584			
Reggae	,385	-,414			-,324
Disco	,486		-,391		
Pop			-,644		
Punk		-,448	-,333		
Rock			-,762		
Grunge		-,338	-,514		
Wereldmuziek				,545	
Jazz				,532	
Folk				,711	
Klassiek				,841	
Smartlappen					,776
Funk	,564				
Blues	,777				
Soul	,834				
Singer	,537				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

R²=62,8%

De eerste factor laat hoge scores zien op de zwarte muziekgenres, exclusief rap en hiphop. Daarom wordt deze eerste factor bestempeld als *zwarte muziek*. De tweede en derde factor laten voornamelijk negatieve scores zien. Daarom worden deze factoren als anti-factoren beschouwd. De muziekvoorkeuren die het meest negatief scoren, bepalen de benaming van deze factoren.

De vierde factor laat voornamelijk hoge scores zien op de legitieme muziekgenres. Aangezien de populaire muziekgenres geen scores >0,3 weten te behalen, wordt deze factor *legitiem* genoemd. De laatste factor laat een hoge score zien op smartlappen. Daarom wordt deze factor *smartlappen* genoemd.

Net als in de vorige subparagraaf wordt ook hier gekeken in tabel 7.5 naar de gemiddelde factorscores van ouders op de clusterindeling van de muziekvoorkeuren van de bezoekers van Vera.

Tabel 7.5: Gemiddelde factorscores per cluster

	Cluster 1: Harde Gitaren	Cluster 2: Omnivoren	Cluster 3: Zwarte muziek	Cluster 4: Niet- Liefhebbers	Cluster 5: Metal
Factor 1 ouders: Zwarte muziek***	-,31	,19	,27	,00	-,24
Factor 2 ouders: Anti-hardcore / rap*	-,06	-,24	,01	,34	-,06
Factor 3 ouders: Anti-pop/rock *	,21	-,28	,24	-,10	-,12
Factor 4 ouders: Legitiem ***	-,35	,42	,23	,08	-,52
Factor 5 ouders: Smartlappen ***	-,05	,20	-,32	,24	-,03

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Ook deze tabel geeft alleen maar significante verschillen per cluster aan. Zoals blijkt uit de tabel geeft de eerste factor een negatieve score op zowel cluster één, als cluster vijf. De vierde factor, *legitiem*, geeft een positief factorgemiddelde op cluster twee, *omnivoren*. Dit was vooraf ook te verwachten aangezien ook hier de legitieme muziekvoorkeuren zich in bevinden. *Legitiem* laat daarentegen een hoge negatieve factorscore zien op *metal*.

7.4: Samenhang per muziekgenre

Er kan op verschillende manieren gekeken worden naar de samenhang tussen muziekvoorkeuren van de bezoekers en de muziekvoorkeuren van de ouders / vrienden. In deze paragraaf zal de samenhang worden bepaald tussen de bezoekers en de 'social norm'. Dat betekent dat er gekeken zal worden naar de mate waarin bijvoorbeeld de waardering voor crossover door de ouders een samenhang laat zien met de waardering voor crossover door de bezoekers. Tevens zullen in de correlatietabellen ook de samenhangen tussen verschillende muziekgenres naar voren komen. Door middel van correlaties worden de sterkte en de richting van het verband bepaald. Er zijn correlatietabellen opgesteld met in de rijen de muziekvoorkeuren van de respondenten en in de kolommen zijn de muziekvoorkeuren van de ouders / vrienden opgenomen. Bij het berekenen van correlaties wordt in het midden gelaten op welke manier er samenhang is: komt de voorkeur van muziek door de ouders bij de bezoekers terecht of loopt die relatie andersom? Ditzelfde geldt nog sterker voor de invloed van en naar vrienden. Omdat er vanuit wordt gegaan dat deze relatie wederkerig is, kan de correlatie worden gebruikt.

Tabel 7.6 : Correlaties tussen muziekvoorkeuren bezoekers (1) en de vrienden

	Hard core	Metal	Cross over	Rap	Hip hop	Ska	Reggae	Disco	Pop	Punk	Rock	Grunge	Wereld muziek	Jazz	Folk	Klassiek	Smart lappen	Funk	Blues	Soul
Hardcore 1	,465**	,373**	,233**	,063	,008	,026	-,052	-,029	-,048	,183**	,078	,137**	-,120*	-,015	-,014	-,026	,045	-,131*	-,008	-,115*
Metal 1	,363**	,665**	,140**	-,037	-,095	,022	-,032	-,134**	-,200**	,114*	,072	,065	-,177**	-,039	-,056	-,041	-,008	-,160**	-,192**	-,243**
Crossover1	,233**	,167**	,559**	,203**	,135*	,219**	,103	,153**	,090	,164**	,145**	,275**	,168**	,129*	,167**	,168**	,157**	,229**	,236**	,176**
Rap 1	,073	-,081	,124*	,511**	,510**	,257**	,302**	,257**	,097	,052	-,014	,000	,180**	,247**	,058	,174**	,230**	,304**	,189**	,317**
Hiphop 1	,037	-,093	,116*	,486**	,544**	,310**	,359**	,248**	,085	,060	-,023	,018	,188**	,250**	,088	,169**	,181**	,328**	,185**	,320**
Ska 1	,007	-,052	,213**	,266**	,274**	,577**	,478**	,167**	,015	,236**	,026	,056	,233**	,101	,148**	,041	,075	,264**	,162**	,191**
Reggae 1	-,119*	-,154**	,109*	,205**	,225**	,459**	,580**	,169**	-,015	,133**	-,037	-,006	,289**	,153**	,092	,094	,051	,300**	,155**	,221**
Disco 1	-,002	-,067	,162**	,264**	,248**	,192**	,228**	,454**	,222**	,120*	,144**	,145**	,290**	,299**	,215**	,209**	,250**	,333**	,208**	,350**
Pop 1	-,073	-,189**	,157**	,226**	,195**	,081	,092	,331**	,478**	,050	,213**	,138**	,200**	,200**	,163**	,194**	,201**	,227**	,253**	,315**
Punk 1	,208**	,155**	,195**	,044	,011	,264**	,145**	,065	,039	,508**	,256**	,262**	,039	-,097	,006	-,114*	,029	,042	,062	,034
Rock 1	,015	,016	,143**	,009	-,022	,019	-,076	,113*	,282**	,145**	,514**	,324**	,022	,009	,011	-,001	,063	,094	,211**	,111*
Grunge 1	,102*	-,012	,193**	,054	,020	,136**	,020	,123*	,176**	,231**	,302**	,503**	,184**	,096	,082	,048	,057	,217**	,240**	,156**
Wereld muziek 1	-,072	-,140**	,243**	,162**	,156**	,240**	,263**	,210**	,117*	,091	,044	,090	,578**	,281**	,237**	,227**	,092	,252**	,213**	,267**
Jazz 1	-,093	-,112*	,099	,197**	,205**	,152**	,159**	,173**	,134**	,047	,043	,037	,216**	,504**	,182**	,312**	,112*	,227**	,228**	,256**
Folk 1	-,021	-,051	,174**	,034	,007	,139**	,090	,137**	,140**	,077	,036	,067	,240**	,180**	,546**	,201**	,137**	,155**	,235**	,197**
Klassiek1	-,033	-,013	,164**	,167**	,150**	,092	,025	,172**	,136**	,074	,046	,075	,144**	,314**	,239**	,500**	,182**	,190**	,255**	,253**
Smart lappen 1	,032	-,061	,128*	,152**	,137**	,083	,090	,262**	,083	,025	-,030	-,055	,062	,098	,126*	,152**	,409**	,109*	,179**	,178**
Funk 1	,027	-,073	,318**	,251**	,263**	,287**	,249**	,240**	,156**	,169**	,148**	,169**	,273**	,269**	,250**	,247**	,125*	,673**	,347**	,426**
Blues 1	-,020	-,174**	,218**	,138**	,136**	,136**	,123*	,193**	,193**	,117*	,241**	,204**	,157**	,195**	,254**	,231**	,085	,330**	,547**	,384**
Soul 1	-,031	-,184**	,205**	,293**	,297**	,181**	,219**	,368**	,267**	,143**	,147**	,157**	,327**	,311**	,283**	,342**	,149**	,500**	,473**	,626**
Singer /Song writer	-,105*	-,251**	,193**	,133**	,119*	,049	,026	,161**	,257**	,084	,258**	,200**	,265**	,206**	,272**	,259**	,107*	,302**	,391**	,381**

* Sig. < .005

** Sig. < .001

7.4.1: Correlatietabel vrienden

In de correlatietabel van de muziekvoorkeuren van de vrienden en de muziekvoorkeuren van de respondenten zijn in totaal 290 significante samenhangen te constateren. De hoogste correlatie (.713) is berekend tussen het muziekgenre 'singer / songwriter vrienden' en 'singer / songwriter van de bezoekers'. Dezelfde muziekgenres van beide groepen geven de hoogste correlaties. Er zijn geen sterkere correlaties te constateren tussen andere muziekgenres dan dezelfde muziekgenres geven.

'Soul respondent' blijkt het muziekgenre te zijn met de correlatie met de meeste muziekgenres van de vrienden. Soul correleert namelijk positief met 18 andere muziekgenres gewaardeerd door de vrienden en 1 keer negatief. Zowel 'hardcore respondent' als 'hardcore vrienden' correleren met het minst aantal andere muziekgenres. 'Hardcore respondent' correleert met nog 7 andere muziekgenres, terwijl 'hardcore vrienden' niet verder komt dan correlaties met 6 andere muziekgenres.

Metal correleert voor beide groepen het vaakst negatief. De respondenten laten in dit muziekgenre 7 negatieve correlaties zien met andere muziekgenres, terwijl bij de vrienden ook 7 andere muziekgenres negatief correleren.

Tabel 7.7: Correlaties tussen muziekvoorkeuren bezoekers (1) en ouders

	Hard core	Metal	Cross over	Rap	Hip hop	Ska	Reggae	Disco	Pop	Punk	Rock	Grunge	Wereld muziek	Jazz	Folk	Klassiek	Smart lappen	Funk	Blues	Soul
Hardcore 1	,184**	,121*	,107	,099	,050	,038	,009	,002	-,012	,099	,083	,160**	-,069	-,071	-,060	-,056	,056	-,030	,025	-,015
Metal 1	,165**	,315**	,129*	,089	,070	,028	,047	,011	,018	,166**	,176**	,130*	-,077	-,014	-,067	-,031	,035	,019	,039	-,074
Crossover1	,137*	,065	,246**	,122*	,095	,134*	,068	,079	,039	,085	,072	,218**	,058	,032	,147**	,114*	,093	,054	,061	,078
Rap 1	,087	-,012	,127*	,247**	,245**	,161**	,149**	,096	-,010	,071	-,043	,125*	,173**	,191**	,058	,126*	,043	,145**	,103*	,223**
Hiphop 1	,061	-,039	,107	,217**	,254**	,235**	,224**	,069	-,040	,041	-,064	,092	,195**	,195**	,064	,111*	,033	,146**	,099	,216**
Ska 1	,075	-,087	,049	,108*	,144**	,324**	,226**	,071	-,065	,108*	-,037	,095	,254**	,179**	,137**	,023	,007	,137**	,097	,117*
Reggae 1	,052	-,054	,057	,100	,146**	,297**	,296**	,084	-,080	,075	-,061	,064	,274**	,157**	,102*	,059	,042	,123*	,117*	,156**
Disco 1	,098	-,047	,145**	,182**	,141**	,183**	,157**	,263**	,077	,147**	,057	,199**	,177**	,164**	,122*	,134**	,148**	,174**	,050	,168**
Pop 1	-,026	-,178**	,022	,026	-,042	,035	,072	,169**	,251**	,069	,087	,105*	,112*	,111*	,179**	,136**	,052	,092	,047	,151**
Punk 1	,009	-,101*	,012	,033	-,009	,127*	,044	,021	-,037	,142**	-,004	,132*	,075	,031	,111*	,028	,093	,029	,057	,081
Rock 1	-,004	-,131*	-,020	-,002	-,034	-,057	-,057	,028	,202**	,079	,123*	,109*	,060	,010	,102*	,056	,115*	-,011	,048	-,006
Grunge 1	-,025	-,132*	,088	-,026	-,061	,001	-,030	-,003	,099	,041	,033	,200**	,100	,061	,159**	,138**	,127*	,087	,062	,059
Wereld muziek 1	,050	-,074	,140*	,057	,032	,142**	,121*	,124*	,067	,093	,034	,145**	,299**	,110*	,247**	,190**	,048	,025	-,025	,073
Jazz 1	-,009	-,080	,039	,036	,037	,053	,098	-,075	,019	,001	-,009	-,004	,128*	,243**	,126*	,221**	-,011	,074	,069	,146**
Folk 1	-,043	-,066	,038	-,076	-,057	,012	-,033	-,051	,009	-,040	-,018	,007	,106*	,001	,290**	,200**	-,049	-,109*	-,068	-,029
Klassiek1	-,033	-,051	,051	,001	-,023	-,066	-,008	-,046	,072	-,028	,018	,061	,047	,156**	,180**	,331**	,028	-,015	,030	,053
Smart lappen 1	,042	-,044	,046	-,009	-,027	-,010	-,030	,072	,052	,101	-,021	-,027	-,004	,039	,081	,037	,256**	,005	,029	,058
Funk 1	,040	-,039	,092	,082	,062	,195**	,154**	,123*	,115*	,068	-,018	,125*	,202**	,162**	,187**	,164**	,096	,244**	,132*	,240**
Blues 1	-,004	-,124*	,039	-,022	-,023	,036	,045	,041	,046	-,043	-,029	,020	,121*	,075	,184**	,156**	,077	,031	,137**	,137**
Soul 1	,079	-,098	,088	,081	,046	,090	,096	,183**	,078	,036	-,042	,077	,209**	,132*	,241**	,173**	,058	,134*	,128*	,304**
Singer 1 /Song writer	-,019	-,158**	,074	-,054	-,070	,016	,002	,053	,151**	-,022	,005	,035	,123*	,048	,233**	,228**	-,019	,005	,054	,140**

* Sig. < .005

** Sig. < .001

7.4.2: Correlatietabel ouders

Als wordt gekeken naar de correlatietabel tussen de muziekvoorkeuren van de bezoekers en de muziekvoorkeuren van de ouders, zijn er 160 significante samenhangen te constateren. De hoogste correlatie (.378) is berekend tussen het muziekgenre 'singer / songwriter ouders' en 'singer / songwriter van de bezoekers'. De hoogste correlaties worden behaald op dezelfde muziekvoorkeuren tussen de ouders en de bezoekers. De samenhang van 'metal van de respondenten' blijkt bijvoorbeeld het hoogst te zijn van de metal onder het 'metalgenre van de ouders'. Ondanks de positieve samenhang tussen 'punk ouders' en 'punk respondent' (.147), de samenhang tussen 'rock ouders' en 'rock respondent' (.123) en de samenhang tussen 'blues ouders' en 'blues respondent' (.137) geldt echter niet dat de correlatie in de rij het hoogst is. 'Metal bezoeker' en 'punk ouders' geven bijvoorbeeld een hogere correlatie (.166), terwijl bij 'rock ouders' een hogere correlatie bestaat met 'metal respondent' (.166). Bij blues zijn drie andere correlaties zelfs hoger, namelijk 'singer / songwriter ouders' en 'blues respondent' (.160), 'Klassiek ouders' en 'blues respondent' (.156) en 'folk ouders' en 'blues respondent' (.184).

'Funk respondent' blijkt het muziekgenre te zijn met de correlatie met de meeste muziekgenres van de ouders. Dit muziekgenre correleert positief met 12 andere muziekgenres gewaardeerd door de ouders. 'Smartlappen respondent' blijkt daarentegen alleen met 'smartlappen ouders' te correleren.

'Folk ouders' blijkt vanuit de muzikale voorkeuren van de ouders het genre met de meeste correlaties te zijn. Dit muziekgenre hangt samen met 15 muziekgenres gewaardeerd door de respondenten. Ook deze correlaties zijn positief.

'Metal ouders' correleert negatief met 6 andere muziekgenres van de respondenten, te weten pop (-.178), punk (-.101), rock (-.131), grunge (-.132), blues (-.124) en singer / songwriter (-.158), terwijl 'metal respondenten' daarentegen geen negatieve correlaties laat zien met muziekgenres van de ouders. Bij de respondenten valt geen muziekgenre op door negatieve correlaties met de muziekvoorkeuren van de ouders.

7.4.3: Overeenkomsten en verschillen

Zoals blijkt uit de correlatietabellen zijn er enkele overeenkomsten en verschillen te constateren tussen de samenhang van muziekvoorkeuren van de respondenten met de 'social norm'. Wanneer wordt gekeken naar de beide tabellen en er wordt gekeken naar de directe samenhang, blijken de samenhangen tussen de muziekvoorkeuren van de bezoekers en de vrienden allemaal sterker te zijn dan de samenhangen tussen de muziekvoorkeuren van de bezoekers en de ouders. Er blijken verder meer correlaties naar voren te komen tussen vrienden en de respondenten dan tussen de ouders en de respondenten. Dit komt overeen met het theoretisch kader, dat stelt dat jongeren meer overeenkomsten zullen vertonen met de dan met de ouders. De ouders laten in de correlatietabel minder samenhang zien met de bezoekers dan dat de vrienden dat doen. Metal laat in beide tabellen de meeste negatieve correlaties zien.

7.5: Tot slot

In dit hoofdstuk is gekeken naar de samenhang tussen de bezoekers en de 'social norm' gericht op de muziekvoorkeuren van de verschillende groepen. Aan de hand van factoranalyses is gekeken welke muziekgenres samenvallen in verschillende factoren. Dit is gedaan voor zowel de muziekvoorkeuren van de vrienden, als van de ouders. Aan de hand van de gemiddelde factorscores is vergeleken in welke mate de factoren scoren op de verschillende clusters.

Aan de hand van twee correlatietabellen, met daarin de correlaties tussen muziekvoorkeuren van de respondent en zowel de vrienden als de ouders, is daarna verder gekeken naar de samenhangen. Daaruit kan de theorie zoals opgesteld in hoofdstuk 3 worden bevestigd, de respondenten vertonen meer correlaties met de vriendengroep dan dat ze dat doen met hun ouders.

Naar aanleiding van deze resultaten is het mogelijk om in het volgende hoofdstuk over te gaan tot beantwoording van de onderzoeksvragen en de probleemstelling. Aan de hand van de verschillende clusters zullen de onderzoeksvragen worden beantwoorden.

8 Conclusies

'I'm not coming back...'

(The Datsuns, 2004)

8.1: Inleidend

In de voorgaande hoofdstukken zijn de theorie, de opzet en de resultaten van dit onderzoek besproken. Dit laatste hoofdstuk dient ter afsluiting van het onderzoek, dat zal leiden tot de beantwoording van de onderzoeksvragen en de probleemstelling.

In dit onderzoek is een beeld geschetst van de bezoekers van Vera. Wanneer naar het gemiddelde wordt gekeken van de gehele respondentengroep, blijkt bijna twee derde deel man te zijn, de gemiddelde leeftijd op 25,23 jaar te liggen, meer dan de helft uit de stad Groningen te komen en de gehele bezoekersgroep opgedeeld kunnen worden naar werkend en schoolgaand c.q. studerend.

Maar hoe kan deze gehele respondentengroep verdeeld worden op basis van muzikale voorkeuren?

Centraal in de onderzoeksvragen stonden de bezoekersgroepen die gevormd konden worden op basis van de muziekvoorkeuren die zijn aangegeven in de vragenlijst. De profielen, reden van bezoek, bezoekfrequentie en mediagedrag zullen dan ook in de volgende vijf paragrafen worden besproken. Per paragraaf zal één cluster worden besproken. Dit leidt tot beantwoording van de onderzoeksvragen 1, 2, 3, 5 en 6 zoals opgesteld in hoofdstuk 3. Daarna zal de overgebleven vraag worden beantwoord: In hoeverre worden de muziekvoorkeuren van de bezoekers beïnvloed door hun sociale omgeving? De koppeling naar het theoretisch kader zal in paragraaf 8 aan bod komen. In paragraaf 9 zal een korte samenvatting worden gegeven ter afsluiting van dit hoofdstuk en deze scriptie.

8.2: Harde gitaren

Hardcore, metal, punk en rock vormen de muzikale basis van dit cluster. Dit cluster bestaat voor bijna tweederde uit concertbezoekers, met precies 7,0% vrijwilligers van Vera. Tweederde van dit cluster is man, met een gemiddelde leeftijd van ruim 23 jaar. Bijna 63% van de bezoekers zijn tussen de 15 en 22 jaar oud, terwijl in verhouding met de andere clusters slechts 16,3% tussen de 23 en 30 jaar oud zijn.

Binnen dit cluster is voornamelijk middelbaar onderwijs gevolgd, of wordt nog gevolgd, met ruim 58%. Hoger onderwijs volgt ruim 38%. Wanneer wordt gekeken naar het gemiddelde van dit cluster, kan worden geconstateerd dat dit lager ligt dan het gemiddelde. Bijna 60% volgt nog onderwijs, terwijl ruim 32% in het dagelijkse leven werkt. Iets meer dan 45% komt uit de stad Groningen, terwijl de rest van de provincie Groningen aan ruim 20% van de bezoekers een woonplaats biedt. De provincie Friesland (op Leeuwarden na, dat apart is opgenomen) scoort net als de provincie Groningen meer dan gemiddeld met 16,3%.

Dit harde gitarencluster komt minder dan de andere clusters voor het *programma*, terwijl *sfeer* en *meegaan met anderen* redenen zijn die juist wel vaker worden gebruikt in dit cluster. Dit heeft ook zijn weerslag op de wijze waarop de bezoeker op de hoogte is van het programma van Vera. Precies 50% geeft aan via vrienden op de hoogte te zijn van het programma, terwijl de website van Vera ruim 22% genoemd wordt als bron. Op de derde plaats van meest geraadpleegde bron blijkt de Verakrant te zijn, die echter het minst wordt gelezen in verhouding met de overige clusters. Hierna volgen de website van de band, andere websites, posters van de Artdivision van Vera, de opmerking dat ze bij binnenkomst op de hoogte van het programma zijn gesteld, via familieleden en het Dagblad van het Noorden. De LiveXS wordt in dit cluster geen enkele keer genoemd. Binnen dit cluster wordt gemiddeld de Verakrant het meest gelezen, terwijl ook de Aardschok meer dan gemiddeld wordt gelezen. Er zijn echter geen abonnementen op Aardschok in dit cluster, terwijl OOR twee abonnementen heeft in dit cluster. OOR volgt dan ook in de gemiddelde leestijd direct na Aardschok. De gemiddelde leestijd ligt in dit cluster het laagst van alle clusters.

Als wordt gekeken hoe vaak deze bezoekers in Vera komen, wordt de grootste groep (40,7%) als gemiddelde gebruikers van Vera gekenmerkt. Dat betekent dat ze 3 tot 6 keer per jaar, of maandelijks Vera bezoeken. Ten opzichte van de overige clusters bevinden zich de meeste bezoekers in de groep zware gebruikers met 39,5%. Dit betekent dat meer dan 80% vaker dan 3 keer per jaar Vera bezoekt. 14% Van de bezoekers geeft aan Vera nog nooit eerder bezocht te hebben. Dit is ten opzichte van de andere clusters het hoogste percentage nieuwkomers. Bijna 63% van dit cluster heeft aangegeven nog nooit de Vera Zienema bezocht te hebben, terwijl ook 54% aangeeft nog nooit een Dub Inferno Sound System te hebben. Dit cluster heeft meer dan de andere clusters aangegeven aanwezig te zijn geweest bij een Zomercafé. Ruim 38% bezocht in het verleden een Zomercafé.

8.3: De omnivoren

Alle 21 muziekgenres zijn vertegenwoordigd in dit cluster, aangezien geen enkel muziekgenre laag scoort ten opzichte van de andere clusters. Dit omnivorencluster bestaat voor meer dan 40% uit vrouwen, het hoogste

percentage van de vijf verschillende clusters. Ook het hoogste percentage vrijwilligers bevindt zich in dit cluster; ruim 8 procent is vrijwilliger bij Vera. Ruim 61% van dit cluster komt uit de stad Groningen en 45% werkt in het dagelijkse leven. Bijna 40% is student, terwijl bijna 10% een combinatie van werk (meer dan 12 uur per week) en studie uitvoert. De leeftijdscategorie van 23 tot en met 30 jaar is het vaakst genoemd, bijna 41%. Ook de leeftijdscategorie 54 tot en met 61 jaar is met 2,5% vaker dan het gemiddelde genoemd. De gemiddelde leeftijd ligt op 27 jaar. Tweederde heeft hoger onderwijs gevolgd, of volgt dit nog steeds.

Het omnivorencluster laat geen negatieve factorscore zien op de reden van bezoek. Echter, ze laten ook geen grote positieve samenhangen zien, wat betekent dat ze overal gemiddeld tegen aan kijken. Zowel *sfeer, mee met anderen* als *het programma* hebben een invloed in het al dan niet bezoeken van Vera.

Naast de vriendenkring, die de meeste informatie verschaft over het programma, blijkt de Verakrant het vaakst genoemd met bijna 31% als informatiebron van het programma. Ook meer dan gemiddeld worden de posters van Vera genoemd, met 14,8% is dit het hoogste percentage. De Verakrant wordt het vaakst gelezen in verhouding tot de andere tijdschriften. *Omnivoren* lezen in verhouding tot de andere clusters het vaakst de Verakrant. De OOR wordt na de Verakrant het meest gelezen. Hierna volgen LiveXS, Aardschok, Fret, Samsonic, Aloha, NME, Wire en als laatste de Hitkrant. De OOR heeft tevens het meeste aantal abonnementen in dit cluster.

De gemiddelde gebruikers en de zware gebruikers ontlopen elkaar niet veel. Iets meer dan 75% bezoekt Vera vaker dan 3 keer per jaar. Meer dan 53% bezoekt meer dan acht concerten in de Grote Zaal gemiddeld per jaar.

10% Van de bezoekers kwam voor de eerste keer in Vera. Het Zomercafé en de Vera Zienema worden het slechtst bezocht door dit cluster. Respectievelijk 61,7% en 65,4% geeft aan nog nooit deze activiteiten te hebben bezocht. Ruim 7% van de omnivoren bezochten het Zomercafé meer dan acht keer. Dit is het hoogste percentage van de verschillende clusters gericht op het Zomercafé.

Zoals opvalt ten opzichte van de andere clusters laat dit cluster zien dat *omnivoren* geen verkeerde naam is. Zowel in de muziekvoorkeuren als in mediagedrag als in het bezoek van Vera blijken ze 'van alle markten thuis'. Er is significant meer interesse in top 40 muziek dan de andere clusters, maar ook is er significant meer interesse voor kleine onbekende bandjes. Dit lag ook geheel in de verwachting gezien de uitleg die Peterson en Simkus (1992) geven aan omnivoren.

8.4: Zwarte muziek

Rap, hiphop, ska, reggae, jazz, funk, blues en soul typeren gezamenlijk de voorkeur van het cluster zwarte muziek. Ruim 37% zijn Swingbezoekers en de gemiddelde leeftijd ligt op bijna 24 jaar. Ruim 50% is tussen de 15 en 22 jaar oud, terwijl meer dan 37% in de volgende leeftijdscategorie 23 tot en met 30 valt. Dat betekent dat meer dan 88% jonger is dan 30 jaar in dit cluster. Bijna 54% volgt een opleiding, terwijl het percentage werkenden (28,6%) achterblijft ten opzichte van het gemiddelde (41,1%). De combinatie werk en studie is van toepassing op 7,7%. Ruim drievierde komt uit de stad Groningen, het hoogste percentage van de vijf verschillende clusters. Met 6,6% blijven de bezoekers uit de provincie achter ten opzichte van het gemiddelde.

Het programma blijkt veel minder van belang dan voor de andere clusters. Vooral *mee met anderen* blijkt ten opzichte van de andere clusters een belangrijke reden te zijn om Vera te bezoeken. Toch blijkt de Verakrant wel het meest gelezen, ondanks dat het programma minder van belang is voor dit cluster. Na de Verakrant volgen de OOR, Samsonic, LiveXS, Fret, Aloha, Rollingstone, NME, Wire, Hitkrant en als laatste Aardschok. Opvallend bij het mediagebruik is dat de Hitkrant vaker gelezen wordt dan de Aardschok.

Dit cluster kent relatief de minste lichte gebruikers. Ruim 83% bezoekt Vera meerdere keren per jaar. Ook in dit cluster zijn de vriend(inn)en de belangrijkste informatiebron over het programma van Vera. Dit percentage is echter het laagste van de vijf verschillende clusters. Significant vaker dan andere clusters vernemen deze bezoekers het programma pas bij binnenkomst, terwijl ook de Verakrant door meer dan 25% wordt genoemd. De website van Vera wordt het minst bekeken door deze bezoekersgroep.

Van dit cluster bleek 4,4% voor het eerst in Vera te zijn. Dit is het laagste percentage van de verschillende clusters. Meer dan 45% bezoekt de Swingavonden meer dan acht keer per jaar gemiddeld. Dit is het hoogste percentage van de verschillende clusters. Ditzelfde geldt voor de Dub Inferno Sound System, waar bijna 10% aangeeft vaker dan acht keer te zijn geweest. Het percentage dat daar nog nooit aanwezig is geweest, is met 50,5% het laagst. De Vera Zienema wordt relatief het vaakst bezocht door dit cluster. 53,8% Geeft aan nog nooit aanwezig te zijn geweest bij een film van de Zienema. Dit is het laagste percentage, de overige clusters bezoeken de Zienema minder vaak. De concerten in de Grote Zaal worden daarentegen niet zo fanatiek bezocht. 44% Geeft aan vaker dan acht keer een concert te bezoeken, dit is het laagste percentage.

Dit cluster is het meeste 'mainstream' wanneer wordt gekeken naar het onderscheid in popmuziek in vergelijking met de andere clusters. Top 40 muziek wordt als één van de hoogste clusters gewaardeerd en ook de interesse in kleine onbekende bandjes is significant minder aanwezig. Daarom is het ook logisch dat de Hitkrant (een tijdschrift gericht op mainstreamjongeren) meer gelezen wordt dan de Wire (gericht op de 'non-mainstream').

8.5: Niet-liefhebbers

Het kenmerk van *niet-liefhebbers* is dat geen enkel genre er uitspringt tijdens de clusteranalyse. Slechts rock wordt hoog gewaardeerd, terwijl dit genre achterblijft bij *omnivoren*. Dit cluster wordt voornamelijk gevormd door concertbezoekers, met bijna 92% in dit cluster. Vrijwilligers bevinden zich minder dan gemiddeld in dit cluster. Meer dan 71% is man, met een gemiddelde leeftijd van 29 jaar. Het opleidingsniveau is bovengemiddeld. Het percentage dat woonachtig is in de stad Groningen ligt bijna op het gemiddelde, 56% *niet-liefhebbers* tegen 55,9% van het gemiddelde. Slechts 22,6% van dit cluster is scholier/student, het laagste van alle clusters. Er blijken meer inwoners uit Leeuwarden zich in dit cluster te bevinden (11,9%) dan uit de rest van de provincie Groningen (10,7%). De meeste bezoekers komen uit de stad Groningen (56,0%), terwijl ook de rest van Nederland met 8,3% meer dan gemiddeld vertegenwoordigd is.

Dit cluster komt meer dan gemiddeld alleen naar Vera. *De sfeer* en *mee met anderen* zijn dan ook, ten opzichte van de andere clusters, veel minder van belang. *Het programma* geeft daarentegen de hoogste positieve score. Dit betekent dat *het programma* de belangrijkste reden ten opzichte van de andere clusters is voor dit cluster om Vera

te bezoeken. Deze groep kent de minste zware gebruikers, terwijl in dit cluster de gemiddelde gebruikers in de meerderheid zijn. Met 57,1% is dit het hoogste percentage dat bij de verschillende clusters is te constateren. Aangezien deze groep echt alleen komt voor *het programma* is het van belang deze groep op de hoogte te stellen van het programma van Vera. De website van Vera is naast de informatiestroom via vrienden de belangrijkste bron van informatie over het programma van Vera. Ook de Verakrant wordt veel gebruikt om op de hoogte te komen van het programma, terwijl de posters van Vera daarentegen bijna niet worden gezien.

Dit cluster leest het meest van alle clusters. Naast de Verakrant wordt de OOR veel gelezen, significant vaker dan de andere clusters. Er zijn 9 abonnementen op OOR in dit cluster, het hoogst aantal OOR-abonnementen. Naast de OOR worden de gratis tijdschriften LiveXS en Fret vaker dan gemiddeld gelezen, die gevolgd worden door Aloha, Aardschok, NME, Samsonic, Wire en de Rollingstone. De Hitkrant wordt van alle clusters het slechts gelezen.

Ruim 10% van de bezoekers is voor de eerste keer in Vera. Van de overige 89% geeft niemand aan niet eerder bij een concert in de Grote Zaal te zijn geweest. De bezoekers die al eerder zijn geweest hebben dus allemaal al eens een concert in de Grote Zaal bezocht. Ruim 64% bezocht in het verleden meer dan 8 concerten in de Grote Zaal. De Downstage-concerten worden daarentegen iets minder bezocht. Meer dan 35% geeft aan nog nooit een concert in de kelderbar te hebben bezocht. Ook wordt de Swingavond meer dan gemiddeld gemeden. Ruim 40% bezocht nog nooit een Swingavond, terwijl het gemiddelde op 32,3% ligt. De Dub Inferno Sound System wordt ook niet veel bezocht door dit cluster. 71% is nog nooit bij een Dub Inferno Sound System aanwezig geweest.

Zoals is gebleken uit de bovenstaande uitleg is dit cluster in verhouding tot de andere clusters slechts geïnteresseerd in één ding: muziek. Er is dusdanig veel interesse dat er significant meer over wordt gelezen en de kennis er ook is. Dit cluster heeft interesse in kleine onbekende bandjes en luistert graag naar tips over aanstormend nieuw talent. Echt enthousiast over top 40 muziek zijn ze niet, dat ook blijkt uit de geringe interesse in de Hitkrant. Met de theorie van Bourdieu (1992) in het achterhoofd, zoals uitgelegd is in het theoretisch kader, kan dit cluster worden gezien als de culturele elite onder de bezoekersgroepen van Vera. Een hogere opleiding, de interesse in muziek en het beschikken over meer kennis over popmuziek ondersteunt deze gedachte.

8.6: Metal

Metal en hardcore zijn beide vertegenwoordigd in het laatste cluster: *metal*. De metalliefhebbers die zich bevinden in dit cluster laten zien nergens anders in geïnteresseerd te zijn dan in deze twee muziekgenres. 82,3% Van dit cluster bestaat uit concertbezoekers, en omvat het laagste percentage vrijwilligers met 1,6%. Ongeveer 40% van dit cluster bestaat uit vrouwen. De leeftijdscategorie 15 tot en met 22 jaar is door 64,5% genoemd, terwijl ook de leeftijdscategorie 23 tot en met 30 jaar dat 21% genoemd wordt. Dit betekent dat 85,5% jonger is dan 31 jaar. De gemiddelde leeftijd ligt op 22 jaar, hetgeen zijn weerslag heeft op het percentage schoolgaand / studerenden, dat met 58,1% aanzienlijk hoger dan gemiddeld ligt. Het opleidingsniveau ligt onder het gemiddelde, net als het percentage werkenden (37,1%). Wanneer wordt gekeken naar het onderscheid tussen lager onderwijs, middelbaar onderwijs en hoger onderwijs blijkt dat middelbaar onderwijs veelal gevolgd wordt, of inmiddels is afgerond. Ruim

64% heeft dit onderwijsniveau aangegeven. Slechts 33,9% komt uit de stad Groningen, terwijl de rest van de provincie Groningen bovengemiddeld scoort met 27,4%. Leeuwarden (1,6%) blijft achter ten opzichte van de rest van Friesland (9%), terwijl ook veel bezoekers in Drenthe wonen (12,9%).

Zowel *sfeer* als *het programma* zijn van groot belang in vergelijking met de overige clusters. *Mee met anderen* blijkt voor dit cluster daarentegen geen reden te zijn om Vera te bezoeken.

Naast de Verakrant wordt de Aardschok gelezen; 10 personen geven aan een abonnement te hebben op dit tijdschrift. Naast de OOR en de LiveXS wordt ook de Fret af en toe gelezen terwijl de rest van de tijdschriften grotendeels wordt genegeerd. Deze bezoekers komen heel gericht naar Vera, bij binnenkomst van het programma op de hoogte te worden gesteld komt slechts 1,6% voor. De vrienden spelen ook hier een grote rol, 43,5% blijkt op de hoogte te zijn via vrienden. Ook het Internet speelt een belangrijke rol, zowel de Internetsite van Vera, van de band als andere websites worden in totaal 53,3% keer genoemd. De gedrukte media in de vorm van LiveXS en het Dagblad van het Noorden blijken totaal niet gebruikt te worden om op de hoogte te komen van het programma.

Precies 29% is een lichte gebruiker. Dat betekent dat dit percentage minder dan 2 keer per jaar Vera bezoekt. Dit is de grootste groep lichte gebruikers van de verschillende clusters. In dit cluster is de groep gemiddelde gebruiker het grootst met meer dan 45%. Bijna 10% van de bezoekers geeft aan dat het het eerste bezoek in Vera is. Wanneer wordt gekeken naar de verschillende activiteiten die Vera organiseert, valt op dat dit cluster voornamelijk komt voor de concerten in de Grote Zaal. De Swingavond wordt door de bezoekers grotendeels genegeerd, bijna 47% is nog nooit op een Swingavond geweest. Ook de Dub Inferno Sound System wordt door drievierde niet bezocht, evenals 46% dat nog nooit een concert in de kelderbar heeft bezocht. Ook het Zomercafé en de Zienema worden door dit cluster het vaakst als 'nog nooit bezocht' aangegeven.

Over het algemeen blijkt dit cluster echt alleen geïnteresseerd in metalmuziek. Ze vertonen geen enkele blij van interesse in andere muziekvormen. Dat komt vooral naar voren in de muziekvoorkeuren, bezoekgedrag en de media. De enige muziekgenres die hoog worden gewaardeerd, zijn metal en hardcore. Ze bezoeken over het algemeen Vera alleen voor concert in de Grote Zaal, terwijl de andere activiteiten niet tot nauwelijks worden bezocht. De tijdschriften die al gelezen worden, zijn alleen metaltijdschriften. Ook zijn er in verhouding tot de andere clusters significant minder wisselingen in de muziekvoorkeuren.

8.7: Beïnvloeding door vrienden c.q. ouders

Onderzoeksvraag 4 gaat in op de relatie tussen muziekvoorkeuren van de bezoekers en hun vrienden en ouders. Wanneer wordt gekeken naar wie mee zijn met de bezoekers, blijken voor alle clusters de vrienden de meest genoemde groep te zijn. Dit geldt voor het derde cluster, de zwarte muziek, zelfs voor bijna 86% van de bezoekers. Ouders daarentegen worden slechts sporadisch genoemd.

Wanneer een factoranalyse wordt uitgevoerd op de muziekvoorkeuren van de vrienden die gescoord zijn door de respondenten zelf, komen vijf factoren naar voren, te weten: *divers*, *metal*, *anti-zwarte muziek*, *anti-rock* en *populair*.

Er zijn verschillende overeenkomsten te constateren blijkt uit de tabellen 7.3 en 7.5, zoals besproken in het vorige hoofdstuk. In deze tabellen zijn gemiddelde factorscores berekend op de eerder uitgelegde clusters.

Wanneer wordt gekeken naar de samenhang met de vrienden blijken factor *metal* en cluster *metal* positief met elkaar overeen te komen. Net als in het mediagedrag en de muziekvoorkeuren – waar metalliefhebbers niets willen weten van andere muziekgenres – blijkt dit cluster ook geen samenhang te vertonen met andere factoren, op *metal* en *anti-factoren* na. De factor *divers* hangt positief samen met *omnivoren*, waar slechts nuanceverschillen de inhoud van de factor en het cluster verschillen. Zoals verwacht had kunnen worden hangen de *anti-zwarte muziek* factor van de vrienden niet samen met het zwarte muziekcluster van de respondenten.

Wanneer wordt gekeken naar de overeenkomsten tussen de muziekvoorkeuren van de ouders en de respondenten is ook een overeenkomst te zien. De factor *zwarte muziek* hangt het sterkst van de clusters samen met *zwarte muziek*, terwijl de factor *legitiem* hoog positief scoort op *omnivoren*. Soort zoekt soort blijkt hieruit.

Op bovenstaande wijze is gekeken naar de invloeden van de vrienden en ouders gericht op de clusters. Om te kijken welk genre de hoogste samenhang vertoont met dezelfde of juist andere genres, is een correlatietabel gemaakt. Zowel voor de samenhang van dezelfde muziekgenres als ook voor de andere genres is op deze manier bekeken of er sprake is van samenhang en in welke mate. De samenhangen van dezelfde genres blijken in de meeste gevallen het sterkst te zijn, dat wil zeggen dat metal vrienden het sterkst samenhangt met metal respondent, enzovoort.

Wanneer er wordt gekeken naar bijvoorbeeld de hoogste samenhang op de diagonaal in tabel 7.6 en tabel 7.7, zoals besproken in het vorige hoofdstuk, blijkt dit voor beide correlatietabellen de samenhang op het muziekgenre Singer/songwriter te zijn. De samenhangen tussen de muziekvoorkeuren van de vrienden en de respondenten liggen echter wel hoger dan de samenhang tussen de muziekvoorkeuren van de ouders en de respondenten. De samenhang voor de respondent met vrienden ligt bijvoorbeeld op ,713, terwijl de samenhang op hetzelfde genre tussen de bezoeker en de ouders ,378 scoort. De vrienden vertonen over alle muziekgenres gezien meer samenhangen met de respondent dan dat de ouders dat doen. Dit betekent dat de respondenten meer overeenkomsten hebben met de vriendengroep dan met de ouders.

8.8: Terugkoppeling naar theorie

Hoofdstuk drie heeft duidelijk gemaakt dat voordat iemand Vera bezoekt, er drie aspecten van belang zijn: 'attitude', 'social norm' en 'perceived behavioral control' volgens Ajzen (1988). Volgens Bourdieu zijn achtergrondvariabelen belangrijk in de ontwikkeling van de culturele voorkeuren. Dit blijkt ook naar voren te komen in dit onderzoek, aangezien de achtergrondvariabelen van de Swingbezoekers en concertbezoekers significant blijken te verschillen. Hierdoor wordt het nogmaals duidelijk dat Bourdieu gelijk had in zijn stelling dat achtergrondvariabelen van belang zijn in de ontwikkeling van culturele voorkeuren.

Dat opleidingsniveau van belang is voor het verwerken van informatie wordt gedeeltelijk bevestigd in dit onderzoek. Het al dan niet behoren tot het cluster *omnivoren*, dat ook de legitieme muziek omvat, is niet afhankelijk van het opleidingsniveau. Dat effect is er wel voor het cluster *niet-liefhebbers*. Hoe hoger de opleiding, hoe lager de waardering voor de muziekgenres. Zoals verwacht werd vanuit de theorie van Peterson en Simkus (1992), bezoeken voornamelijk hoger opgeleiden Vera. Dit bleek grotendeels waar. Precies 54% van de ondervraagden bleken hoger onderwijs te hebben gevolgd of bezig met volgen. Dat vanuit de theorie werd verwacht dat deze bezoekers ook mainstream kunnen waarderen, werd grotendeels teniet gedaan in de stellingen die zijn opgenomen in de vragenlijst. 75% Geeft aan oneens te zijn met de stelling dat hij / zij graag naar top 40 muziek luistert. Ook geeft ruim 71% aan het eens te zijn dat hij / zij geïnteresseerd is in kleine onbekende bandjes. Hoger opgeleiden mogen dan wel Vera bezoeken, het feit dat ze hoger opgeleid zijn, betekent in dit onderzoek niet dat ze dus ook automatisch mainstream kunnen waarderen. Dat blijkt ook uit regressieanalyses die zijn uitgevoerd op de stellingen. Alleen 'Swingavond' heeft een positief effect, onder constanthouding van de overige variabelen, op het al dan niet kunnen waarderen van top 40 muziek.

Wanneer wordt gekeken per cluster, blijken *omnivoren* wel de hoogste score te behalen op de waardering voor top 40 muziek. Echter, het gemiddelde van dit cluster ligt dusdanig laag dat gesteld kan worden dat de uitleg die Peterson en Simkus (1992) geven aan het waarderen van mainstreammuziek door undergroundbezoekers, niet geldt voor de bezoekers van Vera.

In de theorie kwam naar voren dat de meeste wetenschappers het er over eens waren: bij jongeren hebben voornamelijk de vrienden directe invloed op de muziekvoorkeuren, terwijl de ouders vaak sluimerend invloed behouden. Dit wordt ook in dit onderzoek bevonden. De correlaties tussen de muziekvoorkeuren van vrienden en de bezoekers liggen hoger dan de correlaties tussen de muziekgenres van de ouders met de bezoekers. De hoogste correlatie tussen ouders en bezoekers blijken, net als bij de vrienden, te liggen bij het genre singer/songwriter. Echt verassend is dit niet; het genre is de afgelopen jaren nauwelijks veranderd. Halverwege de jaren '70 (toen de ouders van de gemiddelde bezoeker de generatie jongeren waren) was dit genre het meest populair volgens de vrije encyclopedie. Ook op dit moment zijn nog steeds veel singer/songwriters actief. Dat de programmering belangrijker wordt naarmate er langer gereisd moet worden, is ook in dit onderzoek bevestigd. Hoe verder men moet reizen, hoe hoger de waardering voor het programma. Swingbezoekers, die significant vaker uit de stad Groningen komen, waarderen het programma dan ook lager dan dat concertbezoekers doen. De gezelligheid en sfeer zijn voor de Swingbezoekers meer van belang.

8.9: Tot slot

In dit hoofdstuk zijn de onderzoeksvragen en probleemstelling beantwoord. Door middel van een toespitsing op de clusters zoals die in hoofdstuk 6 naar voren zijn gekomen, zijn er antwoorden gekomen op de onderzoeksvragen 1, 2, 3, 5 en 6. Door middel van paragraaf 7 in dit hoofdstuk is ook vraag 4 beantwoord. De beantwoording van de onderzoeksvragen zorgt ervoor dat de probleemstelling is beantwoord.

In dit onderzoek is een beeld geschetst van de Verabezoeker. Aangezien er significante verschillen op diverse variabelen optreden, volstaat het niet om slechts een doorsnee Verabezoeker te beschrijven. Daarom is er aan de hand van vijf verschillende clusters getracht een segmentatie door te voeren in de bezoekersgroepen van Vera. Het doel van segmentatie is om in te spelen op de verschillen die er tussen (homogeen samengestelde) kopersgroepen bestaan met betrekking tot de reacties van deze groepen op verschillende 'marketing mixes'. Wanneer men deze groepen in kaart heeft gebracht, heeft men in principe de mogelijkheid te kiezen uit verschillende marketingstrategieën (Leeflang, 1994). De keuze voor een marketingstrategie is niet gedaan in dit onderzoek, dit is aan Vera zelf. In dit onderzoek zijn de bezoekersgroepen uiteengezet om informatie te vergaren over de bezoekers van Vera. Op deze wijze is een beeld geschetst van de bezoekers en de relatie qua muziek met vrienden en ouders. Wie Vera is, is in dit onderzoek laten zien.

Literatuurlijst

Ajzen, I.

(1988), *'Attitudes, personality, and behavior'*, Chicago, Dorsey Press

(1991), *'The Theory of Planned Behavior'*, Organizational behavior and human decision processes, vol 50, pag. 179–211

Arnold, G.

(1997), *'Kiss this, Punk in the Present Tense'*, New York, St. Martins Press

Baarda D.B. & M.P.M. De Goede

(1995), *'Methoden en Technieken, basisboek : Praktische handleiding voor het opzetten en uitvoeren van onderzoek'*, Houten, Stenfert Kroese

Baarda D.B.; De Goede, M.P.M & M. Kalmijn

(2000), *'Basisboek enquêteren en gestructureerd interviewen, praktische handleiding voor het maken van een vragenlijst en het voorbereiden van gestructureerde interviews'*, Groningen, Wolters-Noordhoff

Baker, T.L.

(1999), *'Doing social Research'*, Boston, McGraw-Hill College

Bogt, T. ter

(1990), *'Andere wereld, Jongeren en vrije tijd'*, Amersfoort, Uitgeverij Giordano Bruno

(1992), *'Jongeren op de drempel van de jaren negentig'*, Rijswijk, Sociaal en Cultureel Planbureau

(1997), *'One, two, three, four....Popmuziek, jeugdcultuur en stijl'*, Utrecht, Uitgeverij Lemma B.V.

Boomkens, R.

(1994), *'Kritische massa: over massa, moderne ervaring en popcultuur'*, Amsterdam, Van Gennep

Borghardt, M.

(1970), *'Underground, AO reeks nummer 1304'*, Amsterdam, Stichting IVIO

Bourdieu, P.

(1973), *'Cultural Reproduction and Social Reproduction'*, In: Brown, R. (red.), *'Knowledge, Education and Cultural change'*, Londen, Tavistock Publications

(1984), *'Distinction', a social critique of the judgement of taste'*, Londen, Routledge

(1992), *'Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip'*, Amsterdam, Van Gennep B.V.

Eijck, K. van

- (1998), '*Leefstijlen van stijgers en dalers. De invloed van sociale mobiliteit op culturele consumptiepatronen*', Mens en Maatschappij, vol. 73, nr. 1, pag. 27-46
- (2001), '*Social Differentiation in Musical Taste Patterns*', Social forces, vol. 79, nr. 3, pag. 1163-1186

Eijck, K. van; Haan, de J. & W.P. Knulst

- (2002), '*Snobisme hoeft niet mee, de interesse voor hoge cultuur in een smaakdemocratie*', Mens en Maatschappij, vol. 77, nr. 2, pag. 153-177

Engels, R.

- (2000), '*Zoals de ouders zingen, piepen de jongen, een studie naar de invloed van ouders op het rookgedrag van adolescenten*', Den Haag, Stivoro

Fishbein, M. & I. Ajzen

- (1975), '*Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*', Reading, Londen, Addison-Wesley

Floor J.M.G. & W.F. van Raaij

- (1998), '*Marketing-communicatiestrategie : reclame, public relations, sponsoring, promoties, direct-marketingcommunicatie, winkelcommunicatie, persoonlijke verkoop, beurzen en tentoonstellingen, geïntegreerde communicatie*', Houten, Educatieve Partners Nederland

Ganzeboom, H.

- (1984), '*Cultuur en informatieverwerking, een empirisch-theoretisch onderzoek naar cultuurdeelname en esthetische waardering van architectuur*', Utrecht, Sociologisch Instituut
- (1988), '*Leefstijlen in Nederland, een verkennende studie*', Rijswijk, Sociaal en Cultureel Planbureau
- (1989), '*Cultuurdeelname in Nederland*', Assen, Van Gorcum

Ganzeboom, H. & P. de Graaf

- (1991), '*Culturele socialisatie en culturele participatie, over de invloed van het ouderlijk milieu*', In: Verhoeff, R. & H. Ganzeboom (red.), '*Cultuur en Publiek*', Amsterdam, Stichting Interuniversitair Instituut voor Sociaal Wetenschappelijk Onderzoek

Ganzeboom, H. & L. Ranshuysen

- (1994), '*Handleiding publieksonderzoek culturele instellingen*', Amsterdam, Boekmansstudies

Hart, J. de

(1999), *'Vrijwilligerswerk vanuit tijdbudgetperspectief'* In: Dekker, P. (red.), *'Vrijwilligerswerk vergeleken: Nederland in internationaal en historisch perspectief'*; Den Haag, Sociaal en Cultureel Planbureau

Hebdige, D.

(1979), *'Subculture, the meaning of style'*, Londen, Methuen

Heesterbeek, T.

(2002), *'De spanning tussen Underground en Mainstream in de popmuziek'*, Doctoraalscriptie
Cultuur en Wetenschapsstudies, Universiteit van Maastricht

Hirsch, F.

(1977), *'Social limits to Growth'*, Londen, Routledge & Kegan Paul

Hirsch, P.

(1972), *'Processing Fads and Fashions: an Organizational Set Analysis of Cultural Industry Systems'* In:
Lopes, P.D. (1992), *'Innovation and Diversity in the popular music Industry, 1969 to 1990'* In:
American Sociological Review, Vol. 57 pag. 56-71

Keunen, G.

(1996), *'Surfing on pop Waves, een kwarteeuw popmuziek'*, Amsterdam, J.M. Meulenhoff B.V.

Kline, P.

(1994), *'An easy guide to Factor Analysis'*, Londen / New York, Routledge

Knulst, W.P.

(1995), *'Podiumkunsten in een tijdperk van afstandsbediening: Onderzoek naar achtergronden van veranderingen in de omvang en samenstelling van het podiumpubliek sinds de jaren vijftig'*, Rijswijk,
Sociaal Cultureel Planbureau

Leeftang, P.S.W.

(1994), *'Probleemgebied marketing, Bd. 2, De marktinstrumenten'*, Houten, Stenfert Kroese

Maas, I

(1990), *'Deelname aan podiumkunsten via de podia, de media en actieve beoefening, substitutie of leereffecten?'* Utrecht, The Interuniversity Center for Sociological Theory and Methodology

(1991), *'Sociale omgeving en cultuurdeelname, de rol van de sociale omgeving bij podiumbezoek en mediagebruik'*, In: *'Cultuur en publiek: multidisciplinaire opstellen over de publieke belangstelling voor kunst en cultuur in Nederland'*, Amsterdam, Stichting Interuniversitair Instituut voor Sociaal Wetenschappelijk Onderzoek (ICS)

Maas, I; R. Verhoeff & H. Ganzeboom

(1990), *'Podiumkunsten & publiek, een empirisch-theoretisch onderzoek naar omvang en samenstelling van het publiek van de podiumkunsten'*, Rijswijk, Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur

Meyer, G. de

(1994), *'De zin van de onzin: de cultuur van de slechte smaak'*, Antwerpen, Hadewijch

(1995), *'Populaire Cultuur'*, Leuven, Garant

Nagel, I.

(2003), *'Cultuurdeelname in de levensloop'*, Utrecht, The Interuniversity Center for Sociological Theory and Methodology (ICS)

Pallant, J.

(2001), *'SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using SPSS for Windows (version 10 and 11)'*, Buckingham, Open University Press

Peterson, R.A.

(1992), *'Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore'*, Poetics: International review for the theory of literature, vol. 2, nr. 4 pag. 243-257

Peterson, R.A. & R.M. Kern

(1996), *'Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore'*, American sociological review: official journal of the American Sociological Society, vol. 61, nr. 5, pag. 900-907

Peterson, R.A. & A. Simkus

(1992), *'How musical tastes mark occupational status groups'*, In: M. Lamont & M. Fournier (red.), *'Cultivating differences: Symbolic boundaries and the making of inequality'*, Chicago, University of Chicago Press

Plas, J. van der

(2003), *'Popmuziek, ruim 1000 begrippen van A tot Z'*, Utrecht, Het spectrum

Plug, B.

(2003), *'Mijn droom? Die leef ik eigenlijk al!'* In: 013 Jubileumkrant, krant ter gelegenheid van het vijfjarig jubileum van 013, pag. 7- 9

Raaij, W.F., van, & Antonides, G.

(1994), *'Consumentengedrag: een sociaal-wetenschappelijke benadering'*, Utrecht, Uitgeverij Lemma B.V.

Raaij, W.F. van; Antonides, G.; Oppedijk van Veen, W.M. & J.P.L. Schoormans

(1999), *'Product & Consumentengedrag'*, Utrecht, Uitgeverij Lemma B.V.

Ranshuysen, L.

(1999), *'Handleiding publieksonderzoek voor podia en musea,'* Amsterdam, Boekmanstudies

(2005), *'Eerste resultaten landelijk publieksonderzoek Nederlandse poppodia'*, publieksonderzoek in opdracht van VNP, Presentatie Noorderslagseminar op 14-1-2005, Groningen

Rowe, D.

(1995), *'Popular Cultures, Rock music, Sport and the Politics of Pleasure'*, London, Sage Publications Ltd.

Scheepmaker, A.

(2004), *'The Offspring'.* In: Live XL, vol. 1, nr. 7 / 8, pag. 16

Thornton, S.

(1995), *'Club cultures. Music, Media and Subcultural Capital'*, Groot Britannië, Polity Press

Vera

(2003), *'Jaarverslag 2003'*, Interne publicatie, Groningen

(2004), *'Tappersinstructie 2004'*, interne publicatie, Groningen

(2004), *'Beleidsplan 2004-2008'*, interne publicatie, Groningen

Verhoeff, R.

(1991), *'Plaats en Publiek, Geografische aspecten van podiumbezoek'*, In: Verhoeff, R. & H. Ganzeboom (red.), *'Cultuur en Publiek'*, Amsterdam, Stichting Interuniversitair Instituut voor Sociaal Wetenschappelijk Onderzoek

(1993), *'De weg naar de podia, Ruimtelijke aspecten van het bezoek aan podiumkunsten in Nederland'*, Utrecht, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen, Universiteit Utrecht

Vocht, A. de

(2000), *'Basishandboek SPSS 10 voor Windows 98/ME/2000'*, Utrecht, Bijleveld Press

Voorpostel, M. & T. van der Lippe

(2001), *'Jongeren en cultuur, een verklaring voor verschillen in deelname aan elitaire en populaire cultuur'*, Mens en Maatschappij, vol. 76, pag. 202-220

Wel, F. van

(1993), *'Een cultuurkloof tussen de generaties? Cultuurstijlen onder jongeren en hun persoonlijke netwerk'* Boekmancahier, vol. 17, pag. 306-327

(1994), *'Mijn ouders reken ik tot mijn beste vrienden, onderzoeken naar de band van jongeren met hun ouders en met hun beste vriend(in)'*, Jeugd en Samenleving, vol. 1, pag. 3-13

Wermuth, M.

(2002), *'No sell out, de popularisering van een subcultuur'*, Amsterdam, Aksant

Zegers, K.

(2001), *'Come as you are'*, Doctoraalscriptie Vrijetijdwetenschappen, Katholieke Universiteit Brabant, Tilburg

Bijlagen

Beste bezoeker,

Graag wil ik je vragen mij te helpen met mijn afstudeerscriptie over de culturele voorkeuren en het mediagedrag van bezoekers van Vera door middel van deze enquête. Aan de hand van dit onderzoek kan ik mijn studie, Vrijtijdwetenschappen aan de Universiteit van Tilburg, afronden.

De enquête zal alleen worden gebruikt voor mijn afstudeeronderzoek en daarom is het niet nodig je naam in te vullen. De gegevens zullen anoniem worden verwerkt.

Het invullen van de enquête zal ongeveer 8 à 9 minuten duren en tegen inlevering van de ingevulde enquête ontvang je als dank een consumptiebon.

De ingevulde enquête kun je inleveren bij degene van wie je hem gekregen hebt, daar krijg je dan ook gelijk de consumptiebon. Mocht je nog vragen hebben, kun je deze stellen bij het inleveren van de enquête. Eventuele opmerkingen kun je ook op de vragenlijst kwijt.

Alvast bedankt voor je medewerking!

Judith Koenes

6. Hoe vaak bezoek je onderstaande activiteiten gemiddeld per jaar?

	<i>Niet</i>	<i>1 of 2 keer</i>	<i>3 of 4 keer</i>	<i>5 of 6 keer</i>	<i>Meer dan 6 keer</i>
1. Een museum	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
2. Een concert (niet in Vera)	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
3. Een musical	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
4. Een klassiek concert	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
5. Een jazzconcert	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
6. Een cabaretvoorstelling	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
7. Een toneelvoorstelling	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
8. Een bioscoop	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
9. Een filmhuis	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>

7. Welke muziektijdschriften lees je en hoe vaak doe je dit? Wil je in de linkerkolom ook aangeven of je een abonnement hebt?

	Abonnement	Altijd	Regelmatig	Soms	Nooit
1. Oor	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Hitkrant	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Live XS	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. The Rolling Stone	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Aardschok	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Fret	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. VeraKrant	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Wire	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Samsonic	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. NME	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Aloha	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Anders nl	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Hoeveel uur per week lees je gemiddeld over muziek in kranten, tijdschriften of boeken?

- Ik lees nooit over muziek
- Hooguit 10–15 minuten
- 15 tot 30 minuten per week
- 30 tot 60 minuten per week
- 1 tot 3 uur per week
- 3 tot 5 uur per week
- 5 tot 8 uur per week
- Meer dan 8 uur per week

14. Ben je vrijwilliger bij Vera?

Ja

Nee

15. Wat is je leeftijd?

..... Jaar

16. Wat is je geslacht?

Man

Vrouw

17. Wat is je woonplaats?

.....

18. Wat is je hoogst voltooide opleiding? (als je nog bezig bent met een opleiding, kun je die invullen)

- Basisschool
- LBO / LTS
- MAVO/ VMBO
- HAVO
- VWO / Gymnasium
- MBO
- HBO
- Universiteit
- Anders, nl:.....

19. Wat doe je in het dagelijks leven?

- Ik doe betaald werk (meer dan 12 uur per week)
- Ik doe het huishouden
- Ik ga naar school / universiteit
- Ik combineer een studie met betaald werk
- Anders, nl.....

20. Heb je nog algemene opmerkingen of verbeterpunten voor Vera die je graag kwijt wilt?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Nogmaals bedankt voor het invullen!

Nr:	Datum	Band	Verwacht aantal bezoekers	Gepland aantal enquêtes	Geënquêteerd aantal bezoekers
1	23/09/04	Viva l'american Death ray music	80	9	9
2	24/09/04	Mork Gryning Winter of Sin Naburus	140	16	17
3	25/09/ 04	<i>The Riplets (Afgelast) *</i> <i>Swingavond</i>	<i>800</i>	<i>30</i>	<i>32</i>
4	26/09/04	The Hunches Archie Bronson Outfit	200	23	24
5	30/09/04	Mclusky	140	16	18
6	01/10/04	The Bigger lovers	80	9	7
7	08/10/04	Motorpsycho presents the International Tussler Society	300	34	35
8	09/10/04	<i>Seedling*</i> <i>Swingavond</i>	<i>800</i>	30	33
9	10/10/04	M.O.T.O. The Datsuns	300	34	34
10	15/10/04	Dub inferno Sound system	200	23	23
11	16/10/04	<i>SEAN OI ft. DJ Gleb & MC Skitzo*</i> <i>Swingavond</i>	<i>800</i>	<i>30</i>	<i>35</i>
12	21/10/04	Kim Salmon & scientists	140	16	18
13	22/10/04	Krisiun Behemoth Incantation ragnarock	350	40	42
14	27/10/04	Bettie Serveert Voicst	350	40	42
15	28/10/04	The Apes Weird war	100	11	9
16	10/11/04	Burst Poison The Well Dillinger Escape Plan	250	29	31
17	12/11/04	Daniel Givens Kptmichigan Aesthetics Soundsystem	80	9	0
		Totaal	2710**	399	409

* Downstageconcert

** Exclusief bezoekeraantallen Swingavond

Vraag 1: Heb je voor dit concert een Vera maandkaart gekocht?

Losse opmerkingen:

- 1.6: Ja, verplicht!
- 7.29: ??? Vriend heeft kaartje gekocht
- 8.2: (Dat is verplicht....)
- 9.9: (Medewerker)
- 10.5: Ik heb altijd!!!! een maandkaart
- 11.6: Nee, Swingavond
- 14.22: Moet
- 14.39: Ja, was geen andere optie
- 16.15: Vrijwilliger, dus gratis!

Vraag 3: Kun je aangeven hoe vaak je onderstaande programmaonderdelen van Vera ooit bezocht hebt?

Losse opmerkingen:

- 3.24: Meer dan 1000 keer!
- 11.24: Ik heb hier twee jaar gewerkt.
- 16.9: Swingavond, (ongeveer 250 keer)

Vraag 4: Met wie bezoek je vanavond Vera?

Anders nl:

- 1.3: Broer
- 1.6: Broer
- 2.7: Zusje
- 3.8: Broers
- 3.21: Broer
- 3.22: Broer
- 3.28: Broer
- 4.4: Mijn broer
- 4.7: Broer
- 4.12: Broertje
- 4.15: Broer
- 5.9: Huisgenoten
- 5.14: Huisgenoot
- 7.7: Broer
- 7.15: Zus
- 8.29: Broer
- 9.7: Broer
- 9.9: Met andere kassadames
- 9.15: Broertje
- 10.10: Journey men Soundsystem
- 10.15: Bekenden
- 10.21: Teamgenoten
- 11.17: Neef
- 11.19: Een lieve meid
- 14.15: Broer
- 14.34: Broer
- 14.39: Neef
- 15.5: Zoon
- 15.6: (Mijn vader)
Een kennis
- 16.10: Bandleiden
Broer
- 16.28: Met band mee (Dillinger Escape Plan)

Vraag 5: Waarom bezoek je vanavond Vera? Omcirkel per reden het cijfer van toepassing is.

Anders nl:

1.1:	Ik ben stagiaire!	
1.7:	Medewerker	Juist de reden
3.5:	Waterflesjes betaalbaar	De reden
3.27:	Goede bands	Juist de reden
3.28:	Goede muziek	Juist de reden
4.2:	Mijn laatste avond als jongere	De reden
4.6:	Ontspanning	Juist de reden
4.15:	Prijsvraag gewonnen	De reden
5.14:	Peter Pontiac	Juist de reden
6.4:	Muziekinteresse	Juist de reden
7.4:	Nooit geweest	Juist de reden
8.30:	Gewoon even binnengelopen	Juist de reden
9.9:	Vrijwilligerswerk	Juist de reden
9.10:	Vergadering	Juist de reden
9.15:	Nieuwe bandjes ontdekken (voor mij nieuw)	De reden
10.6:	Door alle vele goedkope mogelijkheden	Juist de reden
10.7:	Gewoon effe kijken	Juist de reden
10.10:	Ga altijd naar Dub Inferno	Juist de reden
10.12:	Nostalgie	Juist de reden
10.17:	Programmering	Juist de reden
11.19:	Het leek me leuk	Juist de reden
11.20:	Om te dansen	Juist de reden!!!!!!
11.21:	Ik voel me hier beter dan ergens anders	Juist de reden
11.22:	Tegenaan gelopen	Juist de reden
11.23:	Bij toeval	
11.28:	Tis hier chill en om te blowen	Juist de reden
11.30:	Dansgelegenheid	Juist de reden
11.31:	Je kunt er blowen	Juist de reden
13.23:	Uit verveling	De reden
13.24:	Kaartje gekregen	Juist de reden
13.26:	Weinig alternatieven	
14.21:	Om te helpen enqueteren	De reden
14.26:	Omdat de gitarist van Bettie voor TV zei dat Vera zo leuk is!	Juist de reden
16.15:	Wegens mijn verplichtingen als vrijwilliger	Juist de reden
16.28:	Werk	Juist de reden
16.31:	Moet foto's maken	De reden

Vraag 7: Welke muziektijdschriften lees je en hoe vaak doe je dit? Wil je in de linkerkolom aangeven of je een abonnement hebt?

Anders nl:

1.1:	Headache	Regelmatig
2.5:	Headache	Altijd
2.12:	Mindview	Abonnement
	Rocktribune	Regelmatig
2.16:	Headache	Abonnement
3.19:	Rocksound	Altijd
3.27:	Uncut	Soms
3.28:	Q	Regelmatig
	Uncut	Soms
4.4:	City Trash	Soms
4.7:	City trash	Regelmatig
4.17:	8 Weekly	Regelmatig
4.18:	8 Weekly	Altijd

5.2:	Record col.	Regelmatig
5.4:	Gonzo Circus	Abonnement
5.7:	Melody maker	Altijd
	Gonzo Circus	Altijd
5.14:	Headache	Regelmatig
6.3:	Heaven	Regelmatig
6.5:	Fender	Regelmatig
6.7:	Plato	Altijd
7.6:	Headache	Abonnement
7.22:	Visions	Regelmatig
8.6:	Q	Soms
8.9:	Q	Soms
8.17:	Reload	Altijd
8.21:	Rocktribune	Regelmatig
9.6:	Q	Soms
9.12:	Q	Regelmatig
9.14:	E-zines	Regelmatig
9.25:	Internet	Altijd
9.26:	Q	Altijd
9.32:	Uncut	Soms
10.12:	Heaven	Soms
11.9:	Breakout	Abonnement
11.20:	Plato	Soms
11.31:	Breakout	Abonnement
12.8:	RockTribune	Soms
12.11:	Reload	Abonnement
12.15:	Heaven	Soms
12.16:	Gonzo circus	
	Mojo	
13.1:	Metalhammer (DL)	Altijd
13.8:	Inside front	Altijd
	Reason to believe	Altijd
13.9:	RockTribune	Altijd
	Headache	Altijd
	BWBK	Altijd
13.22:	Rock Magazine	Soms
	Headache	
14.14:	Platenblad	Abonnement
	Musicminded	Altijd
14.32:	Q	Soms
14.41:	Gitarist	Abonnement
15.2:	Rocksound	Altijd
16.7:	Sonic Seducer	Regelmatig
16.9:	Gonzo	Regelmatig
16.13:	Reflection	Abonnement
16.17:	Upmagazine	Altijd
16.20:	Upmagazine	Regelmatig
16.24 :	Rocksound	Regelmatig

Vraag 9: Hieronder staan een aantal stellingen. Wil je aangeven in hoeverre je het eens bent (bij 1), enigszins of juist helemaal niet (bij 5) met deze stellingen door middel van het omcirkelen van het cijfer?

Losse opmerkingen:

- 9.9: Categorie had beter andersom gekund i.v.m. vraag 5: onlogisch dat het andersom is.
 9.34: Ligt eraan wie! Zodoende neutraal
 11.19: Ik hou van Hardcore

Vraag 10: Op welke manier ben je op de hoogte gekomen van het programma van vanavond? (maximaal 2 aankruisen).

Anders nl:

- 1.1: Rooster
- 1.7: Medewerker
- 2.2: Via de band
- 2.3: Vrienden spelen vanavond
- 2.15: Aardschok
- 3.1: Swingavond = standaard Vera-avond op zaterdag voor mij
- 3.2: "Zaterdag Swingavond" algemeen bekend
- 3.4: Ben medewerker
- 3.20: Gewoon gaan
- 3.21: Niet
- 3.24: Zoals iedere week
- 3.32: Tis zaterdag altijd Swingavond (meestal)
- 4.1: www.Grunnenrocks.nl (= mijn eigen website)
- 4.4: www.kalium.nl
- 4.13: www.3voor12.vpro.nl
- 4.15: www.3voor12.vpro.nl
- 4.22: Oor
www.3voor12.vpro.nl
- 4.23: Oor
- 4.24: Oor
- 5.9: Stripmuseum Opening Peter Pontiac, ben gebleven
- 6.2: Groninger Gezinsbode
- 6.4: Muziekwinkel FoeFur's
- 6.7: Ben medewerker, als tapper
- 7.29: Leeuwarder Courant
- 8.8: Geen, algemeen bekend
- 8.12: Swingavond, wist ik al
- 8.15: Ik ben nergens van op de hoogte!!
- 8.23: Staat vast op zaterdag
- 9.5: Oor
- 9.12: CD winkel FoeFur's
- 10.4: Ik wist het al
- 10.9: Elke maand reggae,..... dus.....
- 10.10: Ben op de hoogte van alle reggae-evenementen
- 10.11: Gezinsbode (lokale krant)
- 11.2: www.subsonik.nl
- 11.11: Zaterdagavond is Swingavond iedere week
- 11.20: Wist ik al, traditie
- 11.25: Ben er bijna altijd op Swing
- 11.26: Via mijn vriendin
- 11.31: Niet, altijd zaterdag swingavond
- 12.5: Ken bandlid
- 12.15: Uitagenda Groningen
- 13.10: www.behemoth.pl
- 13.16: Op een forum
- 13.37: www.zwaremetal.nl
- 13.38: www.zwaremetal.nl
- 14.1: Kink FM
- 14.4: Radio
- 14.7: Metro
- 14.3: Bordje plato
- 14.19: Elpee muziekwinkel
- 14.26: Op TV bij Goedemorgen NL
- 14.38: Op TV
- 15.4: Oor
- 15.5: De Volkskrant

- 16.1: www.asice.net
- 16.4: www.asice.nl
- 16.11: www.zwaremetal.com
- 16.15: Al een keer eerder gezien, gaaf (poisen the well)
- 16.18: www.asice.net
- 16.19: www.asice.net
- 16.21: www.asice.net
- 16.22: www.asice.net
- 16.28: De tour

Vraag 11: Kun je aangeven van de onderstaande genres waar je van houdt of juist niet?

Losse opmerkingen:

- 1.3: Andre Hazes R.I.P.
- 2.2: Hazes is niet meer
- 7.14: Wat beperkt zeg!!
- 9.34: En de rest!!

Vraag 12: Wat is je favoriete muzieksoort?

Staat niet in de lijst maar dat is:

- 1.1: Gothic
- 1.5: Garagepunk/rock
- 1.8: Punkrock
- 3.1: Classic rock/ garagerock
- 3.5: Drum and bass
- 3.6: Deathmetal
- 3.8: Drum and bass
- 3.11: Electro
- 3.15: Garagerock
- 3.27: Country / Americana
- 3.28: Britpop
- 4.1: Garagerock (zie mijn website)
- 4.3: Garagerock
- 4.4: Garagepunk
- 5.3: In elk genre m'n favo's
- 5.4: Postrock, electronica
- 5.9: Hangt van de stemming af
- 5.13: Pop / electro
- 5.16: Electro
- 6.6: Indierock
- 7.11: Goeie
- 7.14: Nieuwe ernst
- 7.17: Country / Americana
- 7.25: Indierock
- 7.29: Leuke gitaarbandjes
- 7.30: Electrojazz
- 8.3: Indierock / emo
- 8.6: Britpop / gitaarpop Mods rule!
- 8.15: Drum 'n bass
- 8.17: Drum 'n Bass :)
- 9.1: Garage
- 9.10: Electro & Drum 'n bass
- 9.21: Bluesrock
- 9.25: Alternative Rock
- 9.30: Alternatief / underground gitaarrock
- 9.34: Avant garde cq modern klassiek/jazz
- 10.5: Drum 'n bass

- 10.11: Lo-fi Indie-pop
- 10.14: Lounge
- 11.2: Drum 'n bass
- 11.7: Disturbed
- 11.12: Drum 'n Bass
- 11.14: D&B
- 11.15: D&B
- 11.20: Piano
- 11.23: Melodische rock
- 11.29: Darkwave
- 12.1: Surf / desert rock
- 12.16: Weet ik op het moment niet
- 12.18: New wave / indie
- 13.2: Instrumental
- 13.3: Cybergoth/80's goth
- 13.5: Black / deathmetal
- 13.6: Death metal
- 13.7: Black metal
- 13.8: Crust
- 13.9: Death, doom, black, trash metal en grindcore
- 13.18: Metal, Rock, Industrial
- 13.24: Jaren '60
- 13.27: Crust / Grindcore
- 13.33: Goregrind
- 13.40: Death metal
- 13.41: Death metal
- 13.42: Grindcore
- 14.9: Softrock etc.
- 14.14: Britpop
- 14.29: Garagepunk / lofi
- 14.40: Alternatieve melancholische rock
- 15.5: Klassiek hedendaags
- 16.8: Grindcore
- 16.26: Smeltkroes metal / experimental / rock / psyched
- 16.27: Experimenteel / elektronica / avantgarde
- 16.28: Electronische jazz
- 16.29: Indie/emo
- 16.31: Electropop

Vraag 13: Kun je aangeven in hoeverre je ouders en vrienden van de verschillende soorten muziek houden (hielden)? Nummer 1 kun je omcirkelen als je vrienden / ouders daar in het algemeen niet van houden, nummer 5 betekent juist dat ze er wel van houden. Mocht je het muzieksoort niet kennen, omcirkel dan nummer 6.

Losse opmerkingen:

- 1.1: Wat een rare vraag. Grote variatie aan vrienden
- 5.4: Ik heb vrienden die van smartlappen houden en vrienden die van heavy metal houden. Ik kan hier niets mee
- 9.31: Opmerking: ik vind dit een wel erg genevaliserende vraag.....
- 10.21: LEUKE VRAAG! Ik moet plotseling nadenken bij een enquête....
- 11.19: Sorry kan ik niet, ouders zijn gescheiden
- 11.23: Ik mag blij zijn met een grote en gevarieerde vriendenkring die gelukkig allemaal van verschillende muziek houden. Daarom allemaal een 5. Van mijn ouders weet ik het echt niet daarom een 6.
- 12.16: Mijn vrienden & ouders hebben te uiteenlopende smaken om deze vraag te beantwoorden
- 15.1: Teveel info om in te vullen

Vraag 14: Ben je vrijwilliger?

Losse opmerkingen:

- 4.1: Wel 10 jaar geweest

- 7.14: Geweest
- 16.31: Net niet meer, geweest

Vraag 18: Wat is je hoogst voltooide opleiding? (als je nog bezig bent met een opleiding, kun je die invullen)

Anders nl:

- 7.4: Vrije school
- 10.10: Opleiding vakbekwaam hovenier
- 11.19: Vrije school

Vraag 19: Wat doe je in het dagelijks leven?

Anders nl:

- 1.8: Werkzoekend
- 1.9: Thuis
- 4.9: Wachtgeld
- 4.17: Werkloos
- 4.18: Veel vrijwilligerswerk
- 5.7: Vrijwilligerswerk
- 5.12: Freelancer
- 5.14: Werkzoekende
- 6.2: Op zoek naar werk....
- 7.6: Autonoom kunstenaar
- 7.7: Werkloos
- 7.15: Ongeveer uitvoerend kunstenaar (WIK)
- 8.12: Ik probeer wat te bereiken, maar weet nog niet hoe en wanneer
- 9.7: I play with the Melvins!
- 10.13: Werkzoekend
- 11.19: Leerwerktraject
- 11.24: Ik ben moeder
- 12.1: Werkloos
- 12.15: Werkloos
- 16.6: Uitvoerder eigen onderneming kvk 077149301
- 16.27: Werkloos
- 16.29: Ben nu aan het werken om straks te gaan backpacken
- 16.31: Zelfstandige

Vraag 20: Heb je nog algemene opmerkingen of verbeterpunten voor Vera die je graag kwijt wilt?

- T 1 Hoi, Leuke enquête! Succes met je afstuderen!! Groetjes
- T 2 Leeuw Bier is lekker!!
Nodig Electric Eel Shock eens uit!
(wock & woll!!)
(email, email!!)
Succes met de verwerking van alle gegevens!
- T3: Ik heb geen opmerkingen. 10 minuten ben ik ermee bezig geweest. Groeten
- T6: Keep on going!!!
- 1.1: Vera rulez! Dit is de beste stageplek ooit! En heel leerzaam! Keep it up Vera!
- 1.3: Geen enquêtes meer (grapje!). Zo'n leuke vrouw wil ik erg graag helpen!
- 1.4: Ga zo door!! Graag gedaan
- 1.5: Vera is nog steeds erg goed bezig, sterker nog: FANTASTISCH
- 1.6: Concerten zouden wat mij betreft op de vrijdag mogen en gaarne wat eerder aanvragen. Ik werk dus ook vrijdag en vrijdag ben ik altijd een beetje duf van het concert
- 2.11: Vera is een supertent, ik kom hier nu al 7 jaar en nog steeds top!!
- 2.12: Prima zo!
- 3.1: Ik vond de muziek op de swingavonden ± 1 jaar, 1,5 jaar geleden beter, nu is het veelal dance en hiphop en van die heel harde schreeuwraprock. Geen leuke moderne rock 'n roll. Wat betreft de concerten: ga zo door!!

- 3.2: Nee niet echt. Bij swingavond zou iets meer en langer van een bepaalde muzieksoort gedraaid kunnen worden. Het is nu altijd zo: dan het een dan het ander. Don't please the audience too much!
- 3.8: Vera = Perfect!
- 3.11: Speciaal voor jou, omdat je in Tilburg woont!!
- 3.12: Ik vond het vreemd dat de deur pas om 22:30 uur openging, maar ja, Groningen is een universiteitsstad en daar begint het altijd later. Toch kan de kelder naar mijn mening eerder open!
- 3.13: Meer rock en aanverwante herrie op de swingavond, minder hip-hop achtige troep!! Bij concerten kelderbar niet zo'n hoog volume als nu! Graag gedaan
- 3.14: Leukere muziek, chillplek → banken
- 3.20: Meer rock, minder / geen hiphop!
- 3.21: Niet teveel minderjarigen (jonger als 16) toelaten, en ze geen bier verkopen vanuit maatschappelijke verantwoordelijkheid.
Verder: vooral zo doorgaan :)
- 3.24: Geen verandering van publiek zoals: gabbers, nazi's
- 3.25: Betere / lekkerdere zoete witte wijn
- 3.26: Betere witte wijn:)
Verder is Vera eigenlijk gewoon geweldig!
- 3.27: Maak van de swingavond geen kinderdisco
- 3.28: Bar dicht in de grote zaal tijdens "rustige" concerten!!
Aflassen van The Riplets - niet leuk!
- 3.31: Nee, gaat imo super!!
- 3.32: BIER MOET GRATIS! Of het water
- 4.1: Een concert hoeft m.i. nooit later dan 10.00 uur te beginnen!
- 4.6: Meer alternatieve hiphop / elektronisch / experimentele muziek
Idee: Bandjes op verzoek van bezoekers: naam indienen door publiek
- 4.11: Prima zo! Doorgaan
- 4.12: Vera ruleert!
- 4.19: Vroegere aanvang concerten op werkdagen zou prettig zijn!
- 5.2: DOORGAAN
- 5.3: Kweenie
- 5.4: Het kan altijd nog beter, maar Vera is geweldig
- 5.8: Ja, meer vrolijke gezellige bandjes
- 5.10: Site moet RSS feed krijgen
- 5.12: Nieuwsbrief op Internet met genre geselecteerde mededelingen, bands, films etc
naast oordopjes ook plastuut'n veur wichter!
- 5.13: Meer electro (pop)!
- 5.15: Meer techno
- 5.16: De oude Snikke in Yde de Punt is tof!! Geen dank
- 5.18: Nee, eerste keer hier
- 6.3: Mooi soa houwe!
- 6.4: Toch meer Britse bands, Peter
Keep up the good work!
- 6.5: Een minimumleeftijd voor zaterdag swingavond! 16 Bijvoorbeeld, of 18 (nog beter)
- 7.2: In het Noorden is Vera een licht in de duisternis. Ik zou graag willen dat iets dergelijks ook in Leeuwarden bestond.
Goede programmering, redelijk (lage) prijzen, steeds underground gebleven. Geweldige tent!
- 7.5: GRAAG ZO BLIJVEN ALS HET IS!
- 7.7: Vera is een gave tent!
- 7.8: Niet op dit moment. Het ziet er leuk uit. Misschien een aantal stoelen in de grote zaal neerzetten
- 7.10: Best genoch!
- 7.14: Nou jongens, ik weer lokaas. Misschien tot binnenkort als ex-exmedewerker!!
- 7.19: De internetsite ook in het Nederlands
(met zo'n vlaggetje weet je wel!)
- 7.20: Uhm....Boek Soda P.!!
- 7.24: Graag gedaan!
- 7.31: Gewoon zo doorgaan BL
Oke!
- 7.32: Prima. Houden zo!
- 8.3: Diverser programmeren

- NL'se en Groningse bands blijven boeken!!
- 8.6: Ad 11: 'pop' is wel erg ruim: van gitaarpop en britpop tot Kylie mihognogwat & Daniel Beddingfield. Misschien had je daar nog een onderscheid in kunnen maken. Succes!
- 8.9: Nee, kan niet beter, behalve de drankprijzen natuurlijk
- 8.12: Niet echt, Vera is wel goede club, leuk geregeld
- 8.13: Vera = prima
- 8.15: Meer technische muziek! Drum 'n Bass
- 8.16: Meer DnB, betere muziek, meer verschillend
- 8.25: De muziek is de laatste tijd heel slecht. Er moet meer Rock, metal en D&B komen
- 9.3: Vera is top!
- 9.7: Less Dutch bands!
- 9.10: Meer dance. Op swingavonden niet zo gevarieerd draaien? Na elk nummer moet je weer totaal omschakelen... Maar ja, het hoort inmiddels wel bij de Swing.
- 9.11: Nee, vooral zo doorgaan
- 9.12: Gewoon zo doorgaan!
- 9.13: Ga zo door Vera!
- 9.17: SUCCES MET SCRIPTIE!!
- 9.18: Geen bekers bier. Gewoon flesjes voortaan
- 9.20: Hoi, leuke enquête, vooral vraag 13, eindelijk iets anders dan standaard
- 9.22: Meer hiphop
- 9.25: Geen, het is goed zo
- 9.29: Prima sfeertje! Houden zo
- 9.32: Keep up the good work! Goeie bands, prima prijzen, alternatief en niet doorgeprofessionaliseerd!!
- 9.34: Drank te duur. Meer diversiteit en "underground" bands boeken. Blablabla
- 10.2: Tongzoen bij ontvangst door 1 van de dames zou prima zijn; goede reclame!
Veel succes met je onderzoek, Judith
- 10.3: Band moet meer hiphop rap draaien. Later en have a nice avond ☺
- 10.4: Dat ze meerdere soorten moeten draaien, dat trekt veel meer bezoekers
- 10.6: Meer verschillende muziek
Meer Ska, reggae
- 10.7: Graag gedaan Judith!
- 10.8: Niet, dit de eerste keer in Vera
- 10.9: Meer live Reggae bands in de Vera. Verder: zo doorgaan!!
Ps. en wat vaker verschillende bands (variatie)
- 10.10: Meer REGGAE is altijd welkom, en dan zeker live-acts. Graag gedaan!
- 10.12: Swing voor oudere jongeren
- 10.15: Zet hem op jongens en meisjes, recht zo die gaat!
- 10.16: Dance avonden met Drum & Bass en GOA Trance en dergelijke.....
- 10.17: Het muziek mag wel wat zachter!
Na het invullen van deze enquête begonnen mijn oren te jeuken, heel vervelend!
Voor de rest prima in orde!
- 10.20: Leuke uitdagende enquête!
- 11.7: Disturbed draaien
- 11.11: Graag gedaan:-P
- 11.16: Vera is echt vett tuff!!
- 11.18: Ze moeten Disturbed draaien!
- 11.19: Het is hier wel lolig
- 11.20: Meer de achterban plezier en minder de toevallige passant
- 11.21: Banken
Een loungeplek waar men kan loungen!
Andere verlichting in de garderobe (moeten banken ook)
- 11.25: Meer punk en ska draaien op Swingavond
- 11.26: Ik zou wel graag een leuke lounge gaan zien. Bij voorbaat dank
- 11.28: Onthouden dat Kolien 17 is
- 11.30: Vera is cool ☺
- 11.31: De muziek niet altijd van die net niks nummers spelen, draai of goed, of niet
- 11.32: Verhoog de minimum leeftijd. Ook bedankt (voor het biertje)
- 11.34: Verhoog de minimumleeftijd

- 12.5: Nope, keep on going
- 12.6: Vooral zo doorgaan!
- 12.11: Nee Vera, ga zo door! Iets minder metal.....
- 12.12: Bier kan wel wat goedkoper
- 12.15: Meer wereldmuziek?? Iets meer gericht op de 'oudere jongere'? Verder prima
- 12.16: De aanvangstijden moeten vroeger!
- 12.18: Hurray!! Vera!
- 13.3: Iets meer bezigheden binnen 'goth' scene
- 13.4: Maandkaart niet verplichten, meer blackmetal al is dat al beter
- 13.5: Goed geregeld als je moet optreden
Goed geluid
- 13.7: Goeie optredens, weinig op aan te merken, Leeuwbeer kan wel beter
- 13.9: Minder punk, meer grindcore en terroracts. Bijvoorbeeld the Borerker en Gorerotted
- 13.10: Cool
- 13.22: Eerder open voor aanvang concert
- 13.24: De Verakrant kan af en toe wel wat overzichtelijker
Ik vind de Downstagebands wel erg leuk, maar het geluid vaak te hard
- 13.26: Meer diversiteit
Vaker ouder publiek aanspreken- swingavond = leeftijd ± 15 jaar
Bijzondere 'lokkertjes' thema avonden-weekenden.
- 13.27: Meer punkrock / crust
- 13.30: Gewoon zo doorgaan!!
- 13.31: Meer black metal!
- 13.34: Groetjes uit Winschoten!! Nee! Is top zo! -XXX-
- 13.36: Meer powermetal
- 13.39: Meer zitplek in garderobe
- 13.40: De prijzen laag houden en voor de rest zo doorgaan!!
- 14.1: Zoals reeds algemeen bekend zijn begin / eindtijden voor openbaar vervoer reizigers lastig. Geldt voor het gehele clubcircuit. Graag gedaan!
- 14.9: Judith, samen 'thuis' in Johannesburg onze dromen leven, nu weer ons leven dromen 'thuis' in Vera. Succes!
- 14.10: Nee, doorgaan zo!
- 14.14: De website met concerthistorie lijkt me erg interessant. Ga zo door Vera!
- 14.15: Bier voor Koef!
- 14.21: Concerten beginnen (en eindigen!!) vaak erg laat. Hierdoor kan niet met het OV naar Vera. Soms ga ik daarom maar niet!!
- 14.25: Dikke plus!
- 14.28: Haal Interpol nog een keer hierheen
- 14.29: Nee, eigenlijk perfecte programmering
Rookverbod in de grote zaal
Betere luidsprekers
- 14.32: Nee prima organisatie!
- 14.33: Leuke bands graag vroeger, i.v.m. OV
- 14.35: Keep on with the good stuff
Leuke sfeer
Leuke prijzen
Dus reden genoeg om vaker te komen
- 14.39: Minder stinkende mensen. Deodorant is al lang op de markt!
- 15.1: Geef deze vragenlijst aan mensen die nog nuchter zijn. Succes meid!
- 15.2: Helemaal tevreden
- 15.3: Entreprijzen soms wat te hoog van het concert
Bierprijs mag omhoog
Kelderbar minder rokerig!! Betere installatie
Krukken meer in concertruimte!
- 16.1: Ben er nog maar 15 minuten. Kus Tom
- 16.6: Wij willen Ministry en Nine inch nails!
- 16.7: Misschien af en toe eens een darkwave industrial band (Goethes Erben, Das ich)
- 16.8: Graag zou houden! (wat minder bezoekers, het is zo nu en dan belachelijk druk)
- 16.9: Een rookverbod!!

Vroeger beginnen (concerten)

- 16.13: Al ze Fishbone eens zouden boeken.....
- 16.14: Neen, word niet duurder, dan is alles ok. Succes met je scriptie!
- 16.16: Meer metal i/o kelderbar
- 16.17: Ga zo door!
- 16.20: Goed zo!
- 16.25: Nog meer metal/hardcore/punk
- 16.27: (Metal)concerten zijn vaak te luid
Maximaal aantal bezoekers voor concerten inkrimpen
- 16.28: Vera is geniaal

Achtergrondkenmerken

Tabel B4.1: Frequentieverdeling 'Ben je vrijwilliger?'

	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Vrijwilliger	6,6%	5,1%	6,2%
Niet Vrijwilliger	93,4%	94,9%	93,8%
	Waarde	Df	Significantie
Pearson Chi-kwadraat	0,292	1	.589

* Sig. < 0.1

** Sig. < 0.05

*** Sig. < 0.01

Tabel B4.2: Frequentieverdeling 'Wat is je geslacht?'

	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Man	65,6%	57,6%	63,6%
Vrouw	34,4%	42,4%	36,4%
	Waarde		Significantie
Mann-Whitneytoets	17682,0		.151

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Tabel B4.3: Frequentieverdeling 'Wat is je leeftijd?'

	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
15 tot en met 19 jaar	19,7%	58,6%	29,2%
20 tot en met 24 jaar	22,6%	30,3%	24,5%
25 tot en met 29 jaar	23,6%	7,1%	19,6%
30 tot en met 34 jaar	18,0%	3,0%	14,4%
35 tot en met 39 jaar	11,5%	1,0%	8,9%
40 jaar en ouder	4,6%	0,0%	3,5%
	Waarde	Df	Significantie
Pearson Chi-kwadraat	76,447	5	0.000***

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Tabel B4.4: Frequentieverdeling: 'Wat is je woonplaats?'

Plaats / Provincie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Groningen stad	52,8%	65,7%	55,9%
Groningen provincie	13,4%	19,1%	14,9%
Leeuwarden	7,9%	0,0%	5,9%
Friesland	9,5%	1,0%	7,4%
Drenthe	5,9%	8,1%	6,4%
Overijssel	4,6%	0,0%	3,6%
Rest van NL	5,9%	6,1%	5,9%
	Waarde	Df	Significantie
Pearson Chi-kwadraat	24,034	6	0.001**

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Tabel B4.5: Frequentieverdeling 'Wat is je hoogst voltooide opleiding?'

Opleidingsniveau	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Lager onderwijs	2,0%	2,0%	2,0%
Middelbaar onderwijs	38,3%	60,2%	43,6%
Hoger onderwijs	59,7%	37,8%	54,4%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
Pearson Chi-kwadraat	14,736	2	0.001**

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.6: Frequentieverdeling 'Wat doe je in het dagelijkse leven?'

Dagelijkse leven	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Betaald werk	50,8%	11,1%	41,1%
Huishouden	1,3%	0,0%	1,0%
School / universiteit	35,7%	78,8%	46,3%
Combinatie school/werk	5,9%	9,1%	6,7%
Werkloos	3,3%	0,0%	2,5%
Anders	3,0%	1,0%	2,5%

Tabel B4.7: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je een museum?'

	Niet	1-2 keer per jaar	3-4 keer per jaar	5-6 keer per jaar	vaker dan 6 keer per jaar
Concertbezoekers	24,3%	37,2%	21,7%	7,6%	9,2%
Swingbezoekers	18,2%	42,4%	19,2%	8,1%	12,1%
Totaal	22,8%	38,5%	21,7%	7,7%	9,9%
		<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>	
Chi-kwadraat		2.665	4	.615	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.8: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je eenconcert (niet in Vera)?'

	Niet	1-2 keer per jaar	3-4 keer per jaar	5-6 keer per jaar	vaker dan 6 keer per jaar
Concertbezoekers	3,3%	12,1%	19,3%	13,4%	51,8%
Swingbezoekers	6,1%	31,3%	23,2%	10,1%	29,3%
Totaal	4,0%	16,8%	20,3%	12,6%	46,3%
		<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>	
Chi-kwadraat		27,199	4	0.000***	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.9: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je een musical?'

	Niet	1-2 keer per jaar	3-4 keer per jaar	5-6 keer per jaar	vaker dan 6 keer per jaar
Concertbezoekers	82,3%	15,4%	2,0%	0,3%	0,0%
Swingbezoekers	74,7%	17,2%	4,0%	2,0%	2,0%
Totaal	80,4%	15,8%	2,5%	0,7%	0,5%

Tabel B4.10: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je een klassiek concert?'

	Niet	1-2 keer per jaar	3-4 keer per jaar	5-6 keer per jaar	vaker dan 6 keer per jaar
Concertbezoekers	71,8%	23,3%	3,6%	1,0%	0,3%
Swingbezoekers	78,8%	17,2%	1,0%	2,0%	1,0%
Totaal	73,5%	21,8%	3,0%	1,2%	0,5%

Tabel B4.11: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je een jazzconcert?'

	Niet	1-2 keer per jaar	3-4 keer per jaar	5-6 keer per jaar	vaker dan 6 keer per jaar
Concertbezoekers	65,1%	25,0%	5,6%	2,3%	2,0%
Swingbezoekers	61,6%	25,3%	5,1%	5,1%	3,0%
Totaal	64,3%	25,1%	5,5%	3,0%	2,2%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		2,453	4	.653	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.12: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je een cabaretvoorstelling?'

	Niet	1-2 keer per jaar	3-4 keer per jaar	5-6 keer per jaar	vaker dan 6 keer per jaar
Concertbezoekers	42,1%	42,1%	10,2%	3,6%	2,0%
Swingbezoekers	38,4%	44,4%	13,1%	1,0%	3,0%
Totaal	41,2%	42,7%	10,9%	3,0%	2,2%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		3,015	4	.555	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.13: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je een toneelvoorstelling?'

	Niet	1-2 keer per jaar	3-4 keer per jaar	5-6 keer per jaar	vaker dan 6 keer per jaar
Concertbezoekers	64,6%	33,6%	6,6%	3,6%	1,6%
Swingbezoekers	35,4%	34,3%	18,2%	7,1%	5,1%
Totaal	49,9%	33,7%	9,4%	4,5%	2,5%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		21,709	4	0.000***	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.14: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je een bioscoop?'

	Niet	1-2 keer per jaar	3-4 keer per jaar	5-6 keer per jaar	vaker dan 6 keer per jaar
Concertbezoekers	6,2%	19,7%	25,2%	14,8%	34,1%
Swingbezoekers	6,1%	9,1%	18,2%	21,2%	45,5%
Totaal	6,2%	17,1%	23,5%	16,3%	36,9%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		11,011	4	0.026*	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.15: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je een filmhuis?'

	Niet	1-2 keer per jaar	3-4 keer per jaar	5-6 keer per jaar	vaker dan 6 keer per jaar
Concertbezoekers	34,4%	22,0%	14,4%	10,2%	20,2%
Swingbezoekers	36,4%	22,2%	12,1%	9,1%	19,0%
Totaal	34,9%	22,0%	13,9%	9,9%	19,3%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		0,510	4	.972	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Smaak vrienden / ouders

Tabel B4.16: Frequentieverdeling 'Met wie bezoek je vanavond Vera?'

	Concert bezoekers	Swing bezoekers	Totaal	Chi-kwadraat	Df	Significantie
<i>Ouders</i>	1,0%	1,6%	1,5%			
<i>Andere familieleden</i>	5,6%	6,1%	5,7%	0.33	1	.856
<i>Alleen</i>	10,2%	5,1%	8,9%	2.408	1	.121
<i>Vrienden</i>	75,4%	89,8%	78,9%	9.223	1	0.002**
<i>Partner</i>	25,2%	23,2%	24,8%	.163	1	.687

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.17: Frequentieverdeling 'Muziekvoorkeur vrienden'

Genre	Gemiddelde concerten	SD	Onbekend genre	Ik weet niet ze daar van houden	Gemiddelde den Swing	SD	Onbekend genre	Ik weet niet ze daar van houden
<i>Hardcore</i>	3.06	1.52	0,3%	1,0%	3.03	1.61	1,0%	5,1%
<i>Metal</i>	3.43	1.44	0,0%	0,7%	3.57	1.47	0,0%	5,0%
<i>Crossover</i>	2.67	1.37	9,8%	3,4%	2.65	1.32	21,2%	7,1%
<i>Rap</i>	2.60	1.38	0,3%	1,0%	2.70	1.44	0,0%	1,0%
<i>Hip-hop</i>	2.60	1.40	0,0%	0,3%	2.89	1.51	0,0%	1,0%
<i>Ska</i>	2.97	1.36	1,0%	1,3%	3.78	1.11	1,0%	2,0%
<i>Reggae</i>	2.89	1.38	0,7%	1,0%	3.59	1.18	0,0%	2,0%
<i>Disco</i>	2.69	1.34	0,3%	0,7%	2.57	1.23	0,0%	4,0%
<i>Pop</i>	3.43	1.26	0,0%	0,3%	2.99	1.13	0,0%	1,0%
<i>Punk</i>	3.57	1.28	0,3%	0,3%	3.78	1.23	0,0%	0,0%
<i>Rock</i>	4.03	1.13	0,0%	1,0%	4.12	1.30	0,0%	2,0%
<i>Grunge</i>	3.47	1.34	2,0%	1,4%	3.49	1.23	5,1%	5,1%
<i>Wereldmuziek</i>	2.31	1.21	2,0	2,7%	2.53	1.37	3,1%	6,1%
<i>Klassieke Jazz</i>	2.09	1.28	0,7%	2,0%	2.38	1.26	0,0%	4,0%
<i>Folkmuziek</i>	2.29	1.32	1,0%	1,7%	2.21	1.35	1,0	6,1
<i>Klassieke muziek</i>	2.23	1.25	0,3%	1,3%	2.10	1.30	0,0%	3,0%
<i>Nederlandstalige Smartlappen</i>	1.79	1.12	0,3%	1,0%	1.71	1.12	0,0%	2,0%
<i>Funk</i>	2.57	1.32	1,0%	0,7%	2.76	1.16	0,0%	4,1%
<i>Blues</i>	2.89	1.31	0,7%	0,7%	2.70	1.23	0,0%	4,1
<i>Soul</i>	2.68	1.38	1,0%	1,0%	2.72	1.31	0,0%	5,1
<i>Singer / Song-writer</i>	3.04	1.42	2,7%	1,3%	2.77	1.42	4,0%	5,1%

Tabel B4.18: Frequentieverdeling 'Muziekvoorkeur ouders'

Genre	Gemiddelde concerten	SD	Onbekend genre	Ik weet niet ze daar van houden	Gemiddeld den Swing	SD	Onbekend genre	Ik weet niet ze daar van houden
Hardcore	1.21	0.64	0,0%	5,4%	1.27	0.75	1,0%	6,1%
Metal	1.36	0.88	0,0%	4,4%	1.47	0.94	0,0%	5,1%
Crossover	1.28	0.68	8,4%	6,8%	1.42	0.88	21,2%	6,1%
Rap	1.20	0.54	0,0%	3,7%	1.32	0.75	0,0%	3,0%
Hip-hop	1.20	0.97	0,0%	3,7%	1.53	0.95	0,0%	4,0%
Ska	1.50	1.50	1,0%	4,1%	1.96	1.27	1,0	10,1%
Reggae	1.79	1.19	0,0%	3,4%	2.17	1.31	0,0	7,1%
Disco	1.98	1.20	0,0%	3,5%	2.05	1.20	0,0	5,1%
Pop	2.64	1.41	0,0%	2,7%	2.48	1.35	0,0%	3,0%
Punk	1.50	0.94	0,0%	3,0%	1.81	1.81	0,0%	5,1%
Rock	2.20	1.38	0,0%	3,0%	2.48	1.44	0,0%	6,1%
Grunge	1.62	1.06	1,7%	4,4%	1.77	1.08	6,1%	8,1%
Wereldmuziek	2.19	1.34	1,4%	3,4%	2.61	1.44	2,0%	5,1%
Klassieke Jazz	2.13	1.34	0,7%	3,4%	2.60	1.39	0,0%	3,0%
Folkmuziek	2.28	1.34	0,7%	3,7%	2.46	1.43	1,0%	6,1%
Klassieke muziek	2.81	1.60	0,0%	3,4%	2.60	1.49	0,0%	4,1%
Nederlandstalige Smartlappen	1.92	1.24	0,0%	3,7%	1.89	1.29	0,0%	4,0%
Funk	1.72	1.09	0,7%	3,7%	2.08	1.15	0,0%	12,1%
Blues	2.48	1.41	0,3%	3,4%	2.88	1.34	0,0%	6,1%
Soul	2.18	1.34	0,7%	3,4%	2.71	1.48	0,0%	5,1%
Singer / Song-writer	2.45	1.46	1,7%	4,4%	2.40	1.36	3,0%	7,1%

Mediagedrag

Tabel B4.19: Frequentieverdeling 'Welke tijdschriften lees je?'

	Abonnement Concert	Gemiddelden Concertbezoekers	SD	Abonnement Swingavond in aantallen	Gemiddelden Swing	SD
Oor	20	1.7404	.76	5	1.5532	.70
Hitkrant	0	1.0557	.24	1	1.1224	.39
Live XS	1	1.3816	.75	0	1.3636	.76
Rolling Stone	1	1.1716	.44	1	1.1735	.40
Aardschok	12	1.4107	.78	0	1.2626	.60
Fret	2	1.3010	.69	1	1.2347	.62
VeraKrant	5	2.37	1.15	2	2.0825	1.11
The Wire	2	1.1155	.39	0	1.0707	.33
Samsonic	2	1.2343	.46	4	1.2526	.55
NME	0	1.1541	.44	0	1.1313	.42
Aloha	1	1.1908	.52	1	1.1837	.48

Tabel B4.20: Frequentieverdeling 'Hoeveel uur per week lees je gemiddeld over muziek in kranten, tijdschriften of boeken?'

	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Lees niet over muziek	5,2%	17,2%	8,2%
Hooguit 15 min.	24,3%	23,2%	24,0%
15 tot 30 min.	25,6%	26,3%	25,7%
30 tot 60 min.	16,1%	18,2%	16,6%
1 tot 3 uur	16,7%	8,1%	14,6%
3 tot 5 uur	7,2%	4,0%	6,4%
5 tot 8 uur	2,3%	0,0%	1,7%
Meer dan acht uur	2,6%	3,0%	2,7%
	Waarde	Df	Significantie
Pearson Chi-kwadraat	20.570	7	0.004**

- * Sig. < 0.05
- ** Sig. < 0.01
- *** Sig. < 0.001

Tabel B4.21: Frequentieverdeling 'Op welke wijze ben je op de hoogte gekomen van het programma van vanavond?'

	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal	Chi-kwadraat	Df	Significantie
Binnenkomst gehoord	2,6%	20,2%	6,9%			
Poster gezien	9,2%	10,1%	9,4%	0.074	1	0.785
Verakrant	29,2%	20,2%	27,0%	3.058	1	0.08
Dagblad van het Noorden	2,3%	1,0%	2,0%	0.636	1	0.425
Website band	8,9%	2,0%	7,2%	5.236	1	0.022*
Website Vera	30,5%	14,1%	26,5%	10.262	1	0.001**
Andere Website	5,2%	1,0%	4,2%	3.327	1	0.068
Vrienden / kennissen	45,9%	38,4%	44,1%	1.714	1	0.19
Ouders	0,3%	0,0%	0,2%			
Andere familieleden	1,0%	1,0%	1,0%			
Live XS	0,7%	0,0%	0,5%			
Anders	12,1%	16,2%	13,1%	1.065	1	0.302

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Muziekvoorkeur

Tabel B4.22 : Gemiddelden 'Muziekvoorkeur'

	Gemiddel den Swing avond	SD	Onbe kend genre in %	Gemiddelden concert avonden	SD	Onbekend genre in %
Hardcore	3.22	1.62	1,0%	3.33	1.34	0,7%
Metal	3.24	1.55	0,0%	3.23	1.50	0,0%
Crossover	2.78	1.22	22,2%	2.77	1.26	12,1%
Rap	2.80	1.36	0,0%	2.25	1.24	0,0%
Hip-hop	2.97	1.49	0,0%	2.32	1.26	0,0%
Ska	3.75	1.19	3,0%	2.93	1.41	2,0%
Reggae	3.61	1.15	1,0%	2.83	1.39	0,0%
Disco	2.72	1.29	0,0%	2.46	1.29	0,3%
Pop	2.71	1.28	0,0%	3.04	1.32	0,3%
Punk	3.71	1.19	0,0%	3.53	1.31	0,0%
Rock	4.13	1.10	0,0%	4.18	1.07	0,0%
Grunge	3.50	1.21	8,1%	3.48	1.30	2,6%
Wereldmuziek	2.80	1.26	8,1%	2.65	1.36	2,3%
Klassieke Jazz	2.62	1.32	1,0%	2.40	1.36	1,0%
Folkmuziek	2.37	1.49	2,0%	2.73	1.32	1,3%
Klassieke muziek	2.28	1.34	0,0%	2.71	1.28	0,3%
Nederlandstalige Smartlappen	1.47	0.95	2,0%	1.66	0.96	0,3%
Funk	2.98	1.33	1,0%	2.68	1.34	0,7%
Blues	3.08	1.41	0,0%	3.23	1.33	0,3%
Soul	2.95	1.47	0,0%	2.86	1.37	1,0%
Singer / Song-writer	2.95	1.44	6,1%	3.24	1.40	2,6%

Tabel B4.23: Frequentieverdeling 'Favoriete muziekgenre'

	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Hardcore	6,1%	4,3%	4,7%
Metal	15,1%	7,1%	13,1%
Rap	0,3%	2,0%	0,7%
Hip-hop	0,7%	4,0%	1,5%
Ska	1,6%	3,0%	2,0%
Reggae	1,6%	4,0%	2,2%
Disco	0,0%	1,0%	0,2%
Popmuziek	3,0%	1,0%	2,5%
Punk	4,6%	6,1%	5,0%
Rock	13,8%	15,2%	14,1%
Grunge	1,6%	0,0%	1,2%
Wereldmuziek	1,0%	0,0%	0,7%
Folkmuziek	0,7%	0,0%	0,5%
Klassieke muziek	0,7%	0,0%	0,5%
Funk	1,3%	2,0%	1,5%
Blues	1,3%	2,0%	1,5%
Soul	0,0%	1,0%	0,2%
Singer / Song-writer	5,9%	1,0%	4,7%
Anders	17,0%	18,2%	17,3%
Geen uitgesproken voorkeur	19,0%	23,2%	20,0%
Meerdere antwoorden opgegeven	6,6%	3,0%	5,7%

Tabel B4.24: Frequentietabel 'Ik weet veel van muziek'

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens
Concertbezoekers	38,7%	33,4%	23,0%	3,9%	1,0%
Swingbezoekers	31,3%	27,3%	28,3%	9,1%	4,0%
Totaal	36,9%	31,9%	24,3%	5,2%	1,7%
			<i>Df</i>	<i>Significantie</i>	
Chi-kwadraat		10.723	4	0.03*	

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Tabel B4.25: Frequentietabel 'Ik ken veel verschillende bands'

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens
Concertbezoekers	46,7%	29,9%	18,1%	3,3%	2,0%
Swingbezoekers	38,4%	33,3%	12,1%	13,1%	3,0%
Totaal	44,7%	30,5%	16,6%	5,7%	2,2%

Tabel B4.26: Frequentietabel 'Ik luister graag naar top 40 muziek'

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens
Concertbezoekers	2,6%	8,2%	10,9%	31,9%	46,4%
Swingbezoekers	4,0%	10,1%	21,2%	27,3%	37,4%
Totaal	3,0%	8,7%	13,4%	30,8%	44,2%
		<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>	
Chi-kwadraat		8.672	4	0.07	

* Sig. < 0.05

** Sig. < 0.01

*** Sig. < 0.001

Tabel B4.27: Frequentietabel 'Mijn muziekvoorkeur verandert vaak'

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens
Concertbezoekers	3,9%	9,5%	20,1%	25,7%	40,8%
Swingbezoekers	5,1%	14,1%	22,2%	25,3%	33,3%
Totaal	4,2%	10,7%	20,6%	25,6%	39,0%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		2,937	4	0.568	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.28: Frequentietabel 'Als iemand mij een bandje aanraadt ga ik daar ook naar luisteren'

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens
Concertbezoekers	33,3%	38,3%	19,8%	5,9%	2,6%
Swingbezoekers	25,3%	32,3%	27,3%	11,1%	4,0%
Totaal	31,3%	36,8%	21,6%	7,2%	3,0%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		7,454	4	0.114	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.29: Frequentietabel 'Ik ben geïnteresseerd in kleine onbekende bands'

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens
Concertbezoekers	45,4%	29,9%	15,5%	4,9%	4,3%
Swingbezoekers	34,0%	24,7%	24,7%	7,2%	8,2%
Totaal	42,4%	28,7%	17,7%	5,5%	5,2%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		10.024	5	0.075	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Reden bezoek

Tabel B4.30: Frequentieverdeling 'Gezelligheid'

	Totaal geen reden	Geen reden	Neutraal	De reden	Absoluut de reden
Concertbezoekers	12,0%	5,0%	28,8%	34,8%	19,1%
Swingbezoekers	4,1%	0,0%	14,3%	33,7%	48,0%
Totaal	10,0%	4,0%	25,2%	34,5%	26,2%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		39,576	4	0.000***	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.31: Frequentieverdeling 'Sfeer'

	Totaal geen reden	Geen reden	Neutraal	De reden	Absoluut de reden
Concertbezoekers	10,7%	7,0%	26,7%	36,7%	19,0%
Swingbezoekers	3,1%	4,1%	17,3%	34,7%	40,8%
Totaal	8,8%	6,3%	24,4%	36,2%	24,4%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		22,998	4	0.000***	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.32: Frequentieverdeling 'Bekenden treffen'

	Totaal geen reden	Geen reden	Neutraal	De reden	Absoluut de reden
Concertbezoekers	24,4%	14,8%	21,1%	23,7%	16,4%
Swingbezoekers	12,2%	3,1%	15,3%	26,5%	42,9%
Totaal	21,7%	11,9%	19,7%	22,8%	23,0%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		37,986	4	0.000***	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.33: Frequentieverdeling 'Drankprijzen'

	Totaal geen reden	Geen reden	Neutraal	De reden	Absoluut de reden
Concertbezoekers	32,2%	15,4%	27,2%	14,4%	9,7%
Swingbezoekers	20,4%	13,3%	31,6%	22,4%	12,2%
Totaal	29,3%	14,9%	28,3%	17,2%	10,4%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		6,821	4	.146	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.34: Frequentieverdeling 'Gewoonte'

	Totaal geen reden	Geen reden	Neutraal	De reden	Absoluut de reden
Concertbezoekers	44,3%	16,6%	22,6%	8,8%	7,8%
Swingbezoekers	26,3%	6,1%	27,3%	25,3%	15,2%
Totaal	39,7%	13,9%	23,8%	12,9%	9,6%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		32,366	4	0.000***	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.35: Frequentieverdeling 'Programma'

	Totaal geen reden	Geen reden	Neutraal	De reden	Absoluut de reden
Concertbezoekers	3,3%	3,0%	5,3%	14,2%	74,2%
Swingbezoekers	31,6%	15,3%	22,4%	9,2%	21,4%
Totaal	10,3%	6,0%	9,5%	13,0%	61,3%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		134.605	4	0.000***	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.36: Frequentieverdeling 'Mee met iemand'

	Totaal geen reden	Geen reden	Neutraal	De reden	Absoluut de reden
Concertbezoekers	47,7%	12,4%	20,5%	12,4%	7,0%
Swingbezoekers	55,1%	12,2%	15,3%	15,3%	2,0%
Totaal	49,5%	12,4%	19,2%	13,1%	5,8%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		5,505	4	.239	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.37: Frequentieverdeling 'Entreprijzen'

	Totaal geen reden	Geen reden	Neutraal	De reden	Absoluut de reden
Concertbezoekers	31,3%	12,7%	27,0%	18,3%	10,7%
Swingbezoekers	33,7%	10,2%	19,4%	22,4%	14,3%
Totaal	31,9%	12,1%	25,1%	19,3%	11,6%
		Waarde	Df	Significantie	
Chi-kwadraat		3,686	4	.450	

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Bezoekfrequentie

Tabel B4.38: Frequentieverdeling 'Hoe vaak bezoek je Vera gemiddeld?'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Eerste bezoek	11,5%	5,1%	9,9%
< 1 keer per jaar	3,6%	0,0%	2,7%
1 tot 2 keer per jaar	12,8%	0,0%	9,7%
3 tot 6 keer per jaar	28,2%	13,1%	24,5%
(bijna) maandelijks	21,3%	26,3%	22,5%
2 tot 3 keer per maand	13,8%	20,2%	15,3%
Wekelijks	5,2%	30,3%	11,4%
Meerdere keren per week	3,6%	5,1%	4,0%
	Waarde	Df	Significantie
Pearson Chi-kwadraat	70,703	7	0.000***

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.39: Frequentieverdeling 'Swingavond'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Dit is mijn eerste bezoek	11,1%	5,1%	9,7%
Nog nooit	40,5%	7,1%	32,3%
1 of 2 keer	10,9%	11,1%	10,9%
3 tot 5 keer	7,6%	7,1%	7,4%
6 tot 8 keer	3,6%	8,1%	4,7%
Meer dan 8 keer	26,3%	61,6%	35,0%
	Waarde	Df	Significantie
Pearson Chi-kwadraat	58.495	5	0.000***

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.40: Frequentieverdeling 'Concert Grote Zaal'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Dit is mijn eerste bezoek	11,1%	5,1%	9,7%
Nog nooit	3,0%	9,1%	4,5%
1 of 2 keer	12,8%	28,3%	16,6%
3 tot 5 keer	8,9%	14,1%	10,1%
5 tot 8 keer	8,5%	10,1%	8,9%
Meer dan 8 keer	55,7%	33,3%	50,2%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
Pearson Chi-kwadraat	29,957	5	0.000***

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.41: Frequentieverdeling 'Dub Inferno Sound System'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Dit is mijn eerste bezoek	11,1%	5,1%	9,7%
Nog nooit	64,7%	49,5%	60,9%
1 of 2 keer	13,2%	20,2%	14,9%
3 tot 5 keer	3,0%	10,1%	4,7%
5 tot 8 keer	3,6%	7,1%	4,5%
Meer dan 8 keer	4,3%	8,1%	5,2%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
Pearson Chi-kwadraat	20,257	5	0.001**

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.42: Frequentieverdeling 'Concert Downstage'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Dit is mijn eerste bezoek	11,1%	5,1%	9,7%
Nog nooit	34,4%	21,2%	31,2%
1 of 2 keer	16,1%	24,2%	18,1%
3 tot 5 keer	10,8%	17,2%	12,4%
5 tot 8 keer	4,6%	5,1%	4,7%
Meer dan 8 keer	23,0%	27,3%	24,0%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
Pearson Chi-kwadraat	12,880	5	.025*

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.43: Frequentieverdeling 'Concert Zomercafé'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Dit is mijn eerste bezoek	11,1%	5,1%	9,7%
Nog nooit	66,9%	56,6%	64,4%
1 of 2 keer	9,2%	16,2%	10,9%
3 tot 5 keer	5,2%	13,1%	7,2%
5 tot 8 keer	3,6%	4,0%	3,7%
Meer dan 8 keer	3,9%	5,1%	4,2%
	<i>Waarde</i>	<i>Df</i>	<i>Significantie</i>
Pearson Chi-kwadraat	14,193	5	0.014*

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.44: Frequentieverdeling 'Zienema'

Bezoekfrequentie	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Dit is mijn eerste bezoek	11,1%	5,1%	9,7%
Nog nooit	64,3%	59,6%	63,1%
1 of 2 keer	11,5%	17,2%	12,9%
3 tot 5 keer	4,6%	10,1%	5,9%
5 tot 8 keer	3,3%	3,0%	3,2%
Meer dan 8 keer	5,2%	5,1%	5,2%
	Waarde	Df	Significantie
Pearson Chi-kwadraat	8,861	5	0.115

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B4.45: Frequentieverdeling 'Heb je voor dit concert een Vera maandkaart gekocht?'

Maandkaart gekocht	Concertbezoekers	Swingbezoekers	Totaal
Ja	70,7%	69,7%	70,5%
Nee	29,3%	30,3%	29,5%
	Waarde	Df	Significantie
Chi-kwadraat	0,38	1	.846

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Achtergrondvariabelen

Tabel B5.1: Sterkte samenhang 'Leeftijd'-'Avond'

	Avond	
Leeftijd	Cramer's V	.435
	Sig. (tweezijdig)	.000***
	N	404

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.2: Sterkte samenhang 'Woonplaats'-'Avond'

	Avond	
Woonplaats	Cramers V	.244
	Sig. (tweezijdig)	.001**
	N	404

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.3: Sterkte samenhang 'Opleidingsniveau'-'Avond'

	Avond	
Opleidingsniveau	Cramer's V	.176
	Sig. (tweezijdig)	.001**
	N	401

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.4: Sterkte samenhang 'Concertbezoek (niet in Vera)'-'Avond'

	Avond	
Concertbezoek (niet in Vera)	Cramer's V	.259
	Sig. (tweezijdig)	0.000***
	N	404

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.5: Sterkte samenhang 'Toneelvoorstelling' - 'Avond'

	Avond	
Toneelvoorstelling	Cramer's V	.232
	Sig. (tweezijdig)	0.000***
	N	403

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.6: Sterkte samenhang 'Bioscoop'-'Avond'

	Avond	
Bioscoop	Cramer's V	.165
	Sig. (tweezijdig)	0.026*
	N	404

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Smaak vrienden / ouders

Tabel B5.7: Sterkte samenhang 'Bezoek met vrienden' – 'Avond'

	Avond	
Bezoek met vrienden	Cramer's V	.151
	Sig. (tweezijdig)	0.002**
	N	404

- * Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Mediagedrag

Tabel B5.8: Sterkte samenhang 'Leestijd' – 'Avond'

	Avond	
Leestijd	Cramer's V	.226
	Sig. (tweezijdig)	0.004**
	N	404

- * Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.9: Sterkte samenhang 'Website band' – 'Avond'

	Avond	
Website band	Cramer's V	.114
	Sig. (tweezijdig)	0.022*
	N	404

- * Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.10: Sterkte samenhang 'Website Vera' – 'Avond'

	Avond	
Website Vera	Cramer's V	.159
	Sig. (tweezijdig)	0.001**
	N	404

- * Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Muziekvoorkeur

Tabel B5.11: Sterkte samenhang 'Ik weet veel van muziek' – 'Avond'

	Avond	
Ik weet veel van muziek	Cramer's V	.163
	Sig. (tweezijdig)	0,003**
	N	404

- * Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Reden bezoek

Tabel B5.12: Sterkte samenhang 'Gezelligheid' – 'Avond'

	Avond	
Gezelligheid	Cramer's V	.316
	Sig. (tweezijdig)	0,000***
	N	397

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.13: Sterkte samenhang 'Sfeer' – 'Avond'

	Avond	
Sfeer	Cramer's V	.240
	Sig. (tweezijdig)	0.000
	N	398

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.14: Sterkte samenhang 'Bekenden' – 'Avond'

	Avond	
Bekenden	Cramer's V	.310
	Sig. (tweezijdig)	0.000***
	N	396

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.15: Sterkte samenhang 'Programma' – 'Avond'

	Avond	
Programma	Cramer's V	.580
	Sig. (tweezijdig)	0.000***
	N	400

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Bezoekfrequentie

Tabel B5.16: Sterkte samenhang 'Bezoekfrequentie' – 'Avond'

	Avond	
Bezoekfrequentie	Cramer's V	.418
	Sig. (tweezijdig)	0.000***
	N	404

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.17: Sterkte samenhang 'Swingavond' – 'Avond'

	Avond	
Swingavond	Cramer's V	.381
	Sig. (tweezijdig)	0.000***
	N	403

* Sig. < 0.05
** Sig. < 0.01
*** Sig. < 0.001

Tabel B5.18: Sterkte samenhang 'Concert Grote Zaal' - 'Avond'

	Avond	
Concert Grote Zaal	Cramer's V	.271
	Sig. (tweezijdig)	0.000***
	N	404

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B5.19: Sterkte samenhang 'Dub Inferno Sound System' - 'Avond'

	Avond	
Dub Inferno Sound System	Cramer's V	.224
	Sig. (tweezijdig)	0.001**
	N	402

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B5.20: Sterkte samenhang 'Concerten Downstage' - 'Avond'

	Avond	
Concerten Downstage	Cramer's V	.179
	Sig. (tweezijdig)	0.025*
	N	404

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B5.21: Sterkte samenhang 'Zomercafé' - 'Avond'

	Avond	
Zomercafé	Cramer's V	.187
	Sig. (tweezijdig)	0.014*
	N	404

* Sig. < 0.05
 ** Sig. < 0.01
 *** Sig. < 0.001

Tabel B6.1: Gemiddelden 'Reden van bezoek' per cluster

	<i>Cluster 1: Harde gitaren</i>	<i>Cluster 2: Omnivoren</i>	<i>Cluster 3: Zwarte muziek</i>	<i>Cluster 4: Niet-liefhebber</i>	<i>Cluster 5: Metal</i>
<i>Gezelligheid</i>	3.68	3.66	3.72	3.31	3.79
<i>Sfeer</i>	3.65	3.75	3.61	3.40	3.66
<i>Bekenden</i>	3.36	3.18	3.31	2.58	3.29
<i>Drankprijzen</i>	2.79	2.71	2.70	2.30	2.73
<i>Gewoonte</i>	2.60	2.49	2.46	1.98	2.39
<i>Programma</i>	3.81	4.19	3.67	4.55	4.34
<i>Mee met iemand</i>	2.11	2.27	2.50	1.84	1.85
<i>Entreprijzen</i>	2.62	2.73	2.74	2.57	2.66

Tabel B6.2: Gemiddelden 'Reden van bezoek' per woonplaats

	<i>Groningen stad</i>	<i>Rest Groningen</i>	<i>Leeuwarden</i>	<i>Rest Friesland</i>	<i>Drenthe</i>	<i>Overijssel</i>	<i>Rest NL</i>
<i>Gezelligheid</i>	3,68	4,02	3,33	2,86	3,77	2,93	3,70
<i>Sfeer</i>	3,68	4,08	3,54	2,66	3,77	3,07	3,17
<i>Bekenden</i>	3,31	3,32	2,67	2,62	3,27	2,64	2,43
<i>Drankprijzen</i>	2,73	2,80	2,37	2,25	2,85	2,21	2,22
<i>Gewoonte</i>	2,55	2,51	2,13	1,78	2,31	1,93	1,91
<i>Programma</i>	3,99	3,97	4,54	4,80	3,85	4,71	4,78
<i>Mee met iemand</i>	2,20	1,92	1,92	1,97	2,31	2,29	2,17
<i>Entreprijzen</i>	2,70	2,86	2,71	2,38	2,92	2,86	1,70

Tabel B6.3: Gemiddelden 'culturele activiteiten' per cluster

	<i>Cluster 1: Harde gitaren</i>	<i>Cluster 2: Omnivoren</i>	<i>Cluster 3: Zwarte muziek</i>	<i>Cluster 4: Niet-liefhebber</i>	<i>Cluster 5: Metal</i>
<i>Museum</i>	2,19	2,88	2,66	2,61	1,63
<i>Concert</i>	3,80	3,90	3,53	4,01	3,81
<i>Musical</i>	1,21	1,32	1,40	1,14	1,15
<i>Klassiek concert</i>	1,17	1,56	1,47	1,30	1,11
<i>Jazzconcert</i>	1,31	1,73	1,77	1,67	1,10
<i>Cabaret</i>	1,86	2,01	1,88	1,85	1,42
<i>Toneel</i>	1,78	1,90	1,96	1,68	1,37
<i>Bioscoop</i>	3,63	3,83	3,78	3,29	3,47
<i>Filmhuis</i>	2,26	2,98	3,04	2,62	1,69