

Sustainable Mainstage

Een onderzoek naar het verduurzamen van mainstages



Afstudeeronderzoek Dirk van Tilburg (2016)

Auteur

Naam: Dirk van Tilburg
Studentnummer: 121555

Opdrachtgever

Naam: ID&T
Bedrijfsbegeleider: Lyke Poortvliet

Opleiding

Onderwijsinstelling: NHTV internationaal hoger onderwijs, Breda
Opleiding: Leisure Management
Specialisatie: Eventmanagement
Docentbegeleider: Dorothé Gerritsen

Afstudeerperiode: mei – december 2016

© 2016 Dirk van Tilburg

Niets uit dit document mag zonder toestemming van de auteur gebruikt worden. Alle inhoud is met alle zorgvuldigheid samengesteld. Mocht u van mening zijn dat er informatie onrechtmatig gebruikt is, neem dan contact op met de auteur.

Voorwoord

De open dag van de opleiding Leisure Management aan NHTV te Breda herinner ik mij nog als de dag van gisteren. Vele zintuigen werden geprikkeld: het luisteren naar interessante colleges en het waarnemen van nieuwe indrukken voelde goed en smaakte zeker naar meer! De passie in mijn leven is het bezoeken van festivals, waar ik geniet van de muziek en de gezelligheid van mensen om mij heen. Het streven was dan ook om in mijn stageperiode bij een festivalorganisator aan de slag te gaan en zo geschiedde. Door een stage bij Q-dance werd de combinatie tussen passie en werk mogelijk, waarbij tevens de keuze voor het onderwerp van mijn afstudeeronderzoek is ontstaan: duurzaamheid.

Via Sander Bijlstra van Q-dance werd ik in contact gebracht met Lyke Poortvliet, de expert op het gebied van duurzaamheid bij festivalorganisator ID&T. Wat volgde was een interessant en inspirerend gesprek waar veel kansen lagen voor een nieuw vraagstuk. Na een bijzonder festivalseizoen werkzaam te zijn geweest voor een organisatie die pionier is binnen de dance-industrie, waarbij ik veel nieuwe mensen heb mogen leren kennen, presenteer ik met trots het onderzoeksrapport dat is uitgevoerd in opdracht van ID&T.

Mijn dank gaat uit naar Sander Bijlstra als tussenpersoon. In het bijzonder wil ik mijn begeleidster Lyke Poortvliet bedanken voor het verschaffen van de mogelijkheid om deze afstudeeropdracht uit te voeren. Daarnaast wil ik Lyke enorm bedanken voor haar ondersteuning, feedback en benodigde ruimte en tijd voor het onderzoeksrapport. Mijn speciale dank gaat uit naar mijn begeleidend docent Dorothé Gerritsen voor haar expertise die heeft gezorgd voor het kaderen van dit rapport. Ik wil mijn dank betuigen aan alle mensen die hun medewerking hebben verleend en tot slot Aniek van de Weijer voor haar bijdrage en steun.

Amsterdam, december 2016

Dirk van Tilburg

Samenvatting

Het feit dat de Nederlandse Encyclopedie inmiddels 14 definities bevat van duurzaamheid, geeft aan dat het door de jaren een containerbegrip is geworden. Niet alleen in het werkgebied, maar ook duurzaam leven wordt steeds belangrijker. Binnen de evenementenbranche staat het begrip duurzaamheid steeds meer centraal. Elk jaar lijkt de festivalmarkt zich uit te breiden, wat een negatief effect heeft op de ecologische voetafdruk. Daarbij wordt ieder jaar de lat hoger gelegd door festivalorganisaties om de bezoeker een belevenisvol festival te presenteren. Dit gebeurt op vele manieren, zoals het programmeren van bepaalde artiesten, muziekgenres, zorgen voor de juiste festivalsfeer en mooi uitzierende stages.

ID&T is Nederlands grootste dance-organisator en richt zich onder andere op het organiseren van events die bijdragen aan milieu en omgeving. Op het gebied van duurzaamheid worden reeds initiatieven ondernomen, zoals het reduceren van afval op festivalcampings en festivalterreinen. Door constant op zoek te zijn naar nieuwe ontwikkelingen die kunnen zorgen voor innovatieve oplossingen kwam een probleem naar boven: de decormaterialen van een (main)stage die na afloop van een festival verloren gaan, doordat het niet kan worden hergebruikt of gerecycled. De relevantie van dit onderzoek wekt ook de interesse bij meerdere festivals, zoals Defqon.1 Festival, Amsterdam Open Air, Decibel Outdoor en Mysteryland. Aangezien dit probleem nog niet eerder is onderzocht, is het belangrijk om zo veel mogelijk benodigde informatie uit het werkveld te achterhalen. Hierbij zijn de volgende probleemstelling, doelstelling en onderzoeksvragen geformuleerd.

Probleemstelling

Op basis van de probleemanalyse is de onderstaande probleemstelling geformuleerd:

“Wat is het belang van de bezoekersbeleving bij (main)stages ten opzichte van hergebruik en recyclen van decormateriaal, waarbij bijdragen aan een duurzamere toekomst het uitgangspunt is?”

Doelstelling

“Inzicht verkrijgen in het belang van de bezoekersbeleving bij (main)stages ten opzichte van hergebruik en recyclen van decormateriaal, teneinde ID&T voorzien van invulling aan ‘Celebrate Nature’ om bij te dragen aan een duurzamere toekomst.”

Onderzoeksvragen

1. Wat is de huidige werkwijze omtrent het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal?
2. Wat gebeurt er na afloop van een evenement met het materiaal en wat zijn hier de gevolgen van?
3. Wat zijn de mogelijkheden voor reduceren, hergebruiken en recyclen van decormateriaal?
4. Welke verwachtingen hebben bezoekers van (main)stages?

Met behulp van deskresearch is bestaande informatie vergaard over de onderwerpen en raakvlakken van het probleem. Hierbij zijn theorieën en modellen toegepast omtrent de verklaring van de problematiek van het onderzoek en met welke factoren rekening gehouden dient te worden. Om meer informatie te verkrijgen en dieper in te gaan op het onderzoeksprobleem is gebruik gemaakt van fieldresearch, gezien de benodigde kennis van dit vraagstuk in het werkveld ligt. Hierbij zijn diepte-interviews afgenomen met experts in decorbouw, duurzaamheid, beleving en evenementen. In het onderzoeksrapport worden de resultaten beschreven vanuit een aanbodzijde en vraagzijde. De bevindingen uit de aanbodzijde weergeven dat er geen eenduidige werkwijze wordt gehanteerd ten aanzien van het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal.

Daarnaast is het probleem onderzocht op basis van ongestructureerde observaties, waarbij bij bovenstaande festivals voornamelijk is gekeken naar het gebruiken van decormateriaal, de materiaalkeuze en wat er met het materiaal gebeurt na afloop van het festival. Aan de hand van deze bevindingen is de impact van de materialen op het milieu en zijn de mogelijkheden voor reductie, hergebruik en recycling in kaart gebracht. Als laatste zijn er diepte-interviews afgenomen met bezoekers van betreffende festivals. De resultaten vanuit de vraagzijde geven een indicatie weer van meningen en verwachtingen van de bezoekers met betrekking tot mainstages. De hoofdoorzaak van het materialenprobleem is dat bepaalde materiaalkeuzes van festivalorganisatoren zorgen voor een negatieve impact op mens en milieu, waardoor de sociale, economische en ecologische aspecten van duurzaamheid uit balans zijn.

Het is van belang om het begrip duurzaamheid, dat in het onderzoeksrapport wordt verstaan onder duurzame ontwikkeling, te realiseren. Hierbij wordt voorzien in de behoeften van de huidige generatie zonder daarmee de behoeften van toekomstige generaties in gevaar te brengen. Hiermee wordt tevens gezorgd voor een circulaire economie, waardoor er een gesloten materialenkring ontstaat. Om dit te bereiken is aan te bevelen, uitgaande van de resultaten, het ontwerp en materiaalkeuze aan te passen op preventie, hergebruik en recycling. Daarnaast is het van belang dat er prioriteiten worden gesteld met betrekking tot duurzaamheid, meer samenwerking plaatsvindt tussen events en duurzame criteria opgesteld worden door het management van de festivalorganisatie.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	12
1.1 Achtergrond	12
1.1.1 ID&T	12
1.1.2 Duurzame ontwikkeling	13
1.1.3 Verduurzaming in de dance industrie	14
1.2 Aanleiding	14
1.3 Probleemanalyse	16
1.3.1 Huidige situatie	16
1.3.2 Relevantie en belang	17
1.3.3 Het kennisprobleem	19
1.4 Probleem- en doelstelling	20
1.5 Onderzoeksvragen	20
2. Theoretisch kader	24
2.1 The Three Pillars of Sustainability	24
2.2 3 R-model	26
2.3 Circulaire Economie	27
2.4 The Interactive Experience Model	28
2.5 Experience model van Pine & Gilmore	29
2.6 Belevingsmodel Goossens en Mazursky	31
2.7 Relevantie theorieën en modellen	32
2.8 Conceptueel model	32
2.9 Operationaliseren	33
3. Onderzoeksmethodiek	36
3.1 Dataverzamelmethode	36
3.1.1 Deskresearch	36
3.1.2 Fieldresearch	36
3.2 Onderzoeksmethode per onderzoeksvraag	37
3.2.1 Onderzoeksvraag 1	37
3.2.2 Onderzoeksvraag 2	37
3.2.3 Onderzoeksvraag 3	37
3.2.4 Onderzoeksvraag 4	38
3.2.5 Onderzoeksvraag 5	38
3.3 Onderzoekspopulatie	38
3.4 Werving en steekproef	40
3.5 Meetinstrument	40
3.6 Gegevensanalyse	41

4. Onderzoekresultaten vanuit aanbodzijde	44
4.1 Kwalitatief onderzoek	44
4.2 Ontwerpen en gebruiken van decormateriaal	45
4.3 Wat gebeurt er met de materialen na het evenement?	49
4.4 Duurzame mogelijkheden omtrent materialen	54
4.5 Duidelijkheid van afvalscheiding tijdens op- en afbouw van mainstages	57
4.6 Conclusie	58
5. Onderzoekresultaten vanuit vraagzijde	62
5.1 Diepte-interviews bezoekers	62
5.1.1 Verwachtingen	63
5.1.2 Betekenis mainstage voor de bezoeker	67
5.1.3 Materialen	72
5.2 Conclusie	77
6. Conclusies	80
6.1 Conclusie onderzoeksvraag 1	80
6.2 Conclusie onderzoeksvraag 2	81
6.3 Conclusie onderzoeksvraag 3	81
6.4 Conclusie onderzoeksvraag 4	82
6.5 Conclusie onderzoeksvraag 5	83
6.5 Conclusie probleemstelling	83
7. Aanbevelingen	88
7.1 Aanbevelingen ID&T	88
7.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	89
8. Literatuuroverzicht	92

Figuren- en begrippenlijst

Figurenlijst

Een overzicht van de figuren die terugkomen in het onderzoeksrapport:

Figuur 1:	Celebrate Life programma
Figuur 2:	mainstage Defqon.1 Festival 2015
Figuur 3:	transitie naar circulaire economie
Figuur 4:	Three Pillars of Sustainability
Figuur 5:	Waste Management Hierarchy
Figuur 6:	biologische & technische kringloop
Figuur 7:	belevingsdomeinen Pine & Gilmore
Figuur 8:	belevingsmodel Goossens & Mazursky
Figuur 9:	conceptueel model
Figuur 10:	opbouw mainstage Amsterdam Open Air en Defqon.1
Figuur 11:	opbouw mainstage Decibel en Mysteryland
Figuur 12:	(restmateriaal) mainstage Amsterdam Open Air
Figuur 13:	(restmateriaal) mainstage Defqon.1
Figuur 14:	waterverbruik bij katoenteelt
Figuur 15:	impact productie van stoffen
Figuur 16:	Neomesh vs. PVC banner
Figuur 17:	banners voor het scheiden van (rest)materialen

Begrippenlijst

Een verklarende woordenlijst van de belangrijkste begrippen in het onderzoeksrapport:

Duurzaamheid	Een ontwikkeling waarbij wordt voorzien in de behoeften van de huidige generatie, zonder daarmee de behoeften van toekomstige generaties in gevaar te brengen.
Festivals	Het onderzoeksrapport is gericht op een- en meerdaagse festivals met een mainstage.
Mainstage	Het hoofdpodium van een festival, waarbij voornamelijk hoofdartisten optreden.
Afval	Alle stoffen, materialen en/of producten waarvan de organisatie zich wil ontdoen. In dit rapport heeft afval betrekking op het materiaal dat na afloop van een festival niet meer wordt hergebruikt of gerecycled. Het woord afval wordt gezien als een misleidend begrip aangezien het uit een groot aantal waardevolle materialen bestaat.

Decormateriaal	Alle materialen die een (main)stage van extra sfeer en beleving kunnen voorzien.
Circulaire economie	Een economisch systeem waar getracht wordt om de herbruikbaarheid van producten en grondstoffen te maximaliseren en waardevernietiging te minimaliseren.
Beleving	Een onmiddellijke, relatief geïsoleerde gebeurtenis met een complex van emoties die indruk maken en een bepaalde waarde vertegenwoordigen voor het individu binnen de context van een specifieke situatie.
Escapisme	De bezoeker ondergaat hier een 'vluchtervaring' uit de realiteit. Deze ervaring zorgt ervoor dat de bezoeker tijdelijk volledig opgaat in de beleving van een festival.
Esthetiek	Het doel is om er alleen maar te zijn, waarbij de bezoeker passief wordt ondergedompeld in de activiteit of omgeving.
(Eind)show	Waar de elementen muziek, lichten, lasers en vuurwerk samenkomen om een belevenisvolle experience voor de bezoeker te creëren en te fungeren als afsluiting van het festival.
(Dis)confirmatie	Indien een belevingswaarde van een bezoeker hoger of lager is dan verwacht. Een positieve disconfirmatie ontstaat wanneer de belevingswaarde de verwachtingen overtreft en een negatieve disconfirmatie wanneer het tegenvalt. Als de bezoeker de beleving precies heeft beleefd als verwacht, dan spreekt men van confirmatie.

“ Music is deeply rooted in our souls. It inspires us to create where people can let go and ‘Celebrate Life’ – together and as individuals. ”

ID&T

01

Inleiding

12	1.1 Achtergrond
14	1.2 Aanleiding
16	1.3 Probleemanalyse
20	1.4 Probleem- en doelstelling
20	1.5 Onderzoeksvragen

Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de achtergrond en aanleiding van het probleem beschreven. De achtergrond en aanleiding schetsen een beeld van het managementprobleem. Hieruit volgt de probleemanalyse en wordt er een vertaling gemaakt naar het onderzoeksprobleem. Het onderzoeksprobleem resulteert uiteindelijk in een concrete probleem- en doelstelling, gevolgd door vier onderzoeksvragen.

1.1 Achtergrond

In de achtergrond wordt een omschrijving gegeven van de opdrachtgever van het onderzoek: ID&T. Daarnaast wordt het onderwerp duurzaamheid geïntroduceerd, om vervolgens de verhouding tussen duurzaamheid en festivals te verduidelijken.

1.1.1 ID&T

ID&T is Nederlands grootste dance-organisator, ook wel dé pionier op het gebied van elektronische muziekevents genoemd en werd in 1992 opgericht. ID&T werd erkend op de markt met het event Thunderdome. Er werd een subcultuur gecreëerd die nog steeds over de hele wereld bekend staat als “gabber” en die honderdduizenden jongeren met elkaar verbond. Na jaren succes te hebben gehad wilde ID&T iets anders dan de extreme feesten met hardcore muziek. Ze zagen veelbelovende kansen op andere markten en bedachten nieuwe concepten die zich richtten op meer toegankelijke muziek. In 2013 werd ID&T overgenomen door SFX Entertainment, een Amerikaanse conglomeraat van live evenementen, media en entertainment, uitsluitend gericht op elektronische muziek. Ondanks de overname organiseert ID&T anno 2016 nog steeds zeer succesvolle evenementen in binnen- en buitenland. Welbekende concepten zijn onder andere Tomorrowland, Sensation, Mysteryland en Welcome to the Future. Wereldwijd werkt ID&T samen met de meest talentvolle en wereldberoemde DJ's en brengt mensen bij elkaar met haar dance-events op de meest bijzondere plekken. Muziek geeft ID&T de inspiratie om events te creëren waar mensen volledig los kunnen gaan en zowel samen als individuen het leven kunnen vieren. Het laatstgenoemde geeft vooral de boodschap van ID&T weer die zij mee willen geven aan iedereen.

“We’re on a mission to make a positive impact on human consciousness. We encourage people to become aware of their individual and collective impact on the world, ecologically, socially and spiritually. We aim to expand this awareness and inspire others to help make our world a more joyful one” (ID&T, Our Company: ID&T, 2012).

Met meer dan twintig jaar ervaring wil ID&T laten zien waar het nou eigenlijk allemaal om draait; ‘Celebrate Life’. Een missie in het breedste zin van het woord. Een betekenis waar het antwoord volgens ID&T ligt bij het accepteren van elkaar en elkaars culturen. Met zo veel mogelijk mensen genieten van de sfeer van liefde, vriendschap en openheid op festivals. Het overweldigende gevoel van verenigd zijn en bijdragen aan en rondom een omgeving in plaats van verspillen. ‘Celebrate Life’ is de boodschap die ID&T wil overbrengen om een positief effect op het menselijk bewustzijn te maken (ID&T, Our Company Soul: Celebrate Life, 2012).

'Celebrate Life' wordt ondersteund door drie verschillende programma's:

- In 'We Celebrate Unity' staat het accepteren van mensen die 'anders' zijn en het overweldigende gevoel van eenheid ervaren centraal. Hierbij worden mogelijkheden gecreëerd om iedereen de kans te geven om deel uit te maken van de evenementen.
- 'We Celebrate Nature' richt zich op het organiseren van events die bijdragen aan de omgeving. Er wordt constant naar nieuwe ontwikkelingen gezocht die voor innovatieve oplossingen zorgen op het gebied van duurzaamheid.
- 'We Celebrate Talent' biedt jong en onbekend talent een podium om zich verder te ontwikkelen en bij wil dragen aan een muzikaal rijke toekomst. Hiervoor worden ruimtes gecreëerd waar de talenten kunnen groeien op persoonlijk en professioneel gebied.

Samen vormen deze drie programma's de filosofie van ID&T:

"I am what I am, because of who we all are. I don't waste, I contribute. Give me a stage and I will grow" (ID&T, Our Company: ID&T, 2012).

ID&T CELEBRATE LIFE									
WE CELEBRATE UNITY				WE CELEBRATE NATURE				WE CELEBRATE TALENT	
I AM WHAT I AM		BECAUSE OF WHO WE ALL ARE		I DON'T WASTE		I CONTRIBUTE		GIVE ME A STAGE	AND I WILL GROW
FEEL GOOD DO GOOD	COMMUNITY SPIRIT	ALL PEOPLE ALL EVENTS	PAY IT FORWARD	RESOURCE MANAGEMENT	ENERGY MANAGEMENT	LEAVING A POSITIVE FOOT- PRINT	INNOVATION	SCOUTING & BOOKING TALENT	FROM START TO MAIN STAGE

Figuur 1: Celebrate Life programma

1.1.2 Duurzame ontwikkeling

In de huidige samenleving wordt duurzaam werken en leven alsmaar belangrijker. Het begint velen door te dringen dat het proces, waarbij grondstoffen worden omgezet in producten die vervolgens weer worden weggegooid, niet langer kan en niet verantwoord is. Waar steeds meer aan gewerkt wordt zijn gesloten processen, hier worden producten na hun levenscyclus gerecycled en opnieuw tot leven gebracht tot bruikbare producten (Podiumtechnieken, 2011).

Dat duurzaamheid steeds meer centraal staat bij festivals en evenementen is al langer bekend. Naast festivalorganisatoren, zijn ook steeds meer bezoekers zich ervan bewust hoe belangrijk duurzaamheid is bij het organiseren van events. Duurzaamheid is door de jaren heen een containerbegrip geworden. Alles wat te maken heeft met maatschappelijk verantwoord leven, milieu, ecologie en toekomstgericht denken wordt tegenwoordig onder duurzaamheid geschaard (Platform Duurzaamheid). Een containerbegrip is echter een begrip zonder afgebakende betekenis. De meest gangbare definitie van duurzame ontwikkeling is geschreven door Gro Harlem Brundtland van "World Commission on Environment and Development" (WCED). Zij brachten in 1987 het rapport "Our Common Future" uit wat de volgende definitie van duurzaamheid heeft voortgebracht:

"Duurzame ontwikkeling is de ontwikkeling die aansluit op de behoeften van het heden zonder het vermogen van de toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien in gevaar te brengen" (Brundtland, 1987).

Deze definitie sluit goed aan op de boodschap die ID&T mee willen geven aan iedereen. Zij moedigen mensen aan zich bewust te worden van hun individuele en collectieve impact op de wereld. Door anderen te inspireren kan de huidige generatie helpen om voor een betere en groenere wereld te zorgen en de toekomstige generatie niet in gevaar te brengen.

Veelal wordt de term duurzaamheid omschreven aan de hand van drie pijlers, namelijk een sociale (people), ecologische (planet) en economische pijler (profit). In relatie tot dit onderzoek hebben de drie pijlers betrekking op het duurzaamheidsbeleid van ID&T. Zo heeft de ecologische pijler betrekking op het 'We Celebrate Nature' en de sociale pijler op 'We Celebrate Unity'. De economische pijler kijkt vooral naast omzet en winst naar de economische effecten van de andere genoemde pijlers: people en planet. De uitdaging is om een goede balans te vinden tussen deze drie pijlers en deze harmonieus te combineren (Eekelaar, 2015).

1.1.3 Verduurzaming in de dance industrie

Elk jaar lijkt de festivalmarkt zich uit te breiden. Inmiddels geniet Nederland van ruim 800 festivals en meer dan 22 miljoen bezoeken per jaar. (EventBranche, 2015). Dit onderzoek is gericht op één- en meerdaagse festivals waar muziek wordt geprogrammeerd. De volgende definitie is hierbij van toepassing:

“Een festival is een samenkomst van een relatief grote groep mensen op een specifieke publieke plek en gedurende een afgebakende periode, waar bezoekers een unieke ervaring wordt aangeboden die gepland en georganiseerd is vanuit een bepaalde doelstelling en waarbij gebruik wordt gemaakt van transformaties en spel waardoor de bezoekers de mogelijkheid hebben zich anders te gedragen en anders te voelen dan in de alledaagse werkelijkheid” (Van Vliet, 2012).

Locaties worden binnen een paar dagen omgetoverd tot een festivalterrein waar de optimale beleving wordt gecreëerd door middel van de aankleding en bijzondere stages. In dit onderzoek wordt de nadruk gelegd op 'We Celebrate Nature' en met name op de decors van festivals. Als het gaat om duurzaam ondernemen binnen de evenementenbranche, is ID&T een uitstekend voorbeeld. De laatste vijf jaar heeft ID&T grote stappen gezet om bij te dragen aan een betere wereld. Zo ontving Mysteryland, het langst lopende dance festival ter wereld, van duurzaamheidsorganisatie Julie's Bicycle het hoogst haalbare predicaat voor duurzaamheid in de creatieve, kunst-, muziek- en theaterindustrie.

ID&T wil de manier waarop mensen denken over afval veranderen. Volgens de Nederlandse Encyclopedie bestaat afval uit materiaal met een negatieve waarde, dat wordt gestort of verbrand; de grondstof is niet meer beschikbaar voor hergebruik of materiaalrecycling. Volgens ID&T is afval een misleidend woord en bestaat het eigenlijk uit een groot aantal waardevolle materialen. Aangezien zij deze materialen weer hergebruiken, geeft ID&T liever de voorkeur aan de term 'material management' dan 'waste management'. Het meeste decor van events wordt opgeslagen in een loods en wordt hergebruikt voor toekomstige events (ID&T, Our Company Soul: Celebrate Life, 2012).

1.2 Aanleiding

Duurzaamheid is de laatste paar jaren een onderwerp waar veel aandacht aan wordt besteed. Sinds 2013 wordt er jaarlijks tijdens het Amsterdam Dance Event (ADE) door ID&T en Amsterdam Dance Event, ADE Green georganiseerd. Experts en organisatoren uit de dancewereld komen bijeen om te discussiëren over het verduurzamen van de dance-industrie. “Wanneer dance-festivals hun krachten bundelen, kunnen zij samen bergen verzetten als het gaat om duurzaamheid. Daarom is het zo belangrijk om samen te komen, kennis te delen en elkaar te inspireren.” vertelt Carlijn Lindemulder, Sustainability Director ID&T (Entertainmentbusiness, 2013).

In 2014 werd Green Events Nederland opgericht, een platform voor verduurzaming van evenementen en festivals. Het inspireren van organisatoren met betrekking tot verduurzaming zorgen voor strategische samenwerkingen en hebben als doel de ecologische voetafdruk terug te dringen. Er worden momenteel flinke stappen ondernomen op het gebied van afvalbeleid op festivals met de zogeheten 'Green Deal'. De Green Deal is een afspraak tussen Green Events Nederland, het ministerie van Infrastructuur en Milieu, NederlandSchoon en acht festivalorganisatoren: Amsterdam Open Air, DGTL, Extrema Outdoor, Into The Great Wide Open, Mysteryland, Solar Weekend, Welcome to the Future en Zwarte Cross. Het hoofddoel van de Green Deal is om via samenwerking festivals te verduurzamen door afval te verminderen, beter te scheiden en meer te recyclen (Green Events Nederland, 2015). Hierin speelt de materiaalkeuze van het festivaldecor ook een belangrijke rol.

Door de ontwikkelingen binnen verduurzaming van festivals zien we in Nederland langzaam een verschuiving plaatsvinden van efficiënt afvalbeheer naar kringloopdenken. De maatschappelijke druk bij festivalorganisatoren omtrent duurzaamheid wordt steeds groter en daarnaast worden de grondstoffen steeds schaarser. Om dit terug te dringen is de Rijksoverheid het programma 'Van Afval naar Grondstof' gestart, waarbij de overgang naar een 100% circulaire economie wordt gestimuleerd. Bij een circulaire economie is er geen sprake van afval, maar zijn het grondstoffen die in de keten blijven door beter te recyclen. Tevens kan bij een circulaire economie gesproken worden over een gesloten materialenkringloop. Hier wordt het materiaal van producten na gebruik opnieuw als grondstof in het proces opgenomen. Ook stellen gemeenten steeds meer doelstellingen op als het gaat om de gesloten materiaalkringloop. Verbrandingsinstallaties vernietigen nog te veel afval en dat moet verminderd worden. Het hergebruiken van materiaal wordt al op veel festivals gedaan, want het biedt kansen. Zo krijgen grondstoffen een nieuw leven door het recyclen van verschillende afvalsoorten en er kan geld mee bespaard kan worden door deze materialen te gebruiken bij toekomstige festivaldecors (Eventsafetyinstitute, 2015).

Een van de ambities van ID&T is het sluiten van de materiaalkringloop door alle gebruikte materialen van hun evenementen te verzamelen en weer te gebruiken om iets moois van te maken (ID&T, Our Company Soul: Celebrate Life, 2012). Daarnaast heeft ID&T de visie om events te organiseren die enkel bijdragen aan het milieu en de omgeving. De daarbij horende uitdagingen die zij zichzelf continue opleggen, hebben het volgende probleem ter sprake gebracht:

“Op festivals wordt het publiek elk jaar weer verrast met nieuwe grote (main)stages. Bij het maken van het decor gaat er na afloop veel materiaal verloren doordat het niet kan worden hergebruikt of gerecycled” (Poortvliet, 2016).

Als het gaat om duurzaam ondernemen met betrekking tot het festivalterrein, zijn er al flink wat stappen gezet en deze zijn ook al gemaakt voor in de toekomst om het festivallandschap te veranderen. Zo is het doel om de hoeveelheid afval op het festivalterrein te verminderen, afval te scheiden en meer en beter te recyclen. Dat de focus bij organisatoren op een afvalvrij festivalterrein liggen is begrijpelijk, aangezien dit het meeste (rest)afval vertegenwoordigd. Echter liggen er ook uitdagingen om afval op festivals te reduceren en recyclen omtrent decorbouw. Dit onderzoek is specifiek gericht op het festivaldecor, in plaats van het festivalterrein of het gehele festival. Het voordeel hiervan is dat ID&T (grotendeels) invloed heeft op de keuze van het materiaal. Ondanks dat er al veel wordt hergebruikt en gerecycled, wordt er na afloop van het evenement veel materiaal vernietigd. De verwerking van afval is altijd milieubelastend, hoe verantwoord het ook gebeurt en komt daardoor altijd voor een deel in de lucht, het water of de grond terecht. De bezorgdheid en tegelijkertijd de gedrevenheid om evenementen te organiseren waar na afloop geen materiaal verloren gaat heeft er ook toe geleid dat ID&T inzicht wil verkrijgen in de materiaalkeuzes en de huidige werkwijze om de gehele cyclus van het decor duurzamer te maken. De uiteindelijke vraag is hoe dit vraagstuk aangepakt kan worden en welke knelpunten hieraan vastzitten?

1.3 Probleemanalyse

Aan de hand van de achtergrond en aanleiding wordt er in de probleemanalyse dieper ingegaan op het managementprobleem. De analyse wordt vertaald naar een concrete probleemstelling, gevolgd door de hoofdvraag van het onderzoek.

1.3.1 Huidige situatie

Het vraagstuk is ontstaan door de impact die festivals op het milieu en de omgeving hebben. Dit wordt alleen maar bevestigd door de ontwikkelingen die gaande zijn binnen duurzaamheid. Een evenement is weliswaar voor korte duur, maar er worden grote hoeveelheden energie verbruikt en CO₂-uitstoot gerealiseerd. Wat overblijft is een fantastische herinnering, maar ook bergen met afval. Veel van dat afval wordt veroorzaakt door het materiaal van festivaldecor dat verloren gaat na afloop van een evenement.

“When we go to a festival, we want experiences we can’t find in our daily lives. We desire fantasy – and often, that goes way beyond just the music. We want to be inspired by art and creativity. A well-designed stage can fulfill these desires and fully immerse festivalgoers in the moment” (Fest300, 2015).

Om onder meer een memorabele experience te creëren, sloven veel festivals zich elk jaar uit om een (main)stage van hoge kwaliteit te produceren. Beleving is een van de belangrijkste aspecten van een festival en daarbij speelt podiumdecor een grote rol. Het heeft invloed op de gemoedstoestand van de bezoeker. Kenmerkend voor beleving is volgens Csikszentmihalyi onder meer een verrijkte perceptie. Pine & Gilmore spreken weer over ontsnappingsbelevingen: waar een bezoeker de vertrouwde omgeving inruilt voor een andere wereld waar volledig in opgegaan wordt. Festivaldecors zijn vaak gekenmerkt door een thema, wat een andere werkelijkheid schept dan die van alledag, waardoor het belevingsdomein “ontsnapping” benut wordt. Een beleving is een complex van emoties die zich tegelijkertijd of opeenvolgend voordoen en wordt in dit onderzoek gedefinieerd als:

“Een onmiddellijke, relatief geïsoleerde gebeurtenis met een complex van emoties die indruk maken en een bepaalde waarde vertegenwoordigen voor het individu binnen de context van een specifieke situatie” (Boswijk Peelen & Olthof, 2011).

De (main)stage en de aankleding van menig festivals zorgen voor extra verbeeldingskracht aan het thema en kunnen hun festival hiermee onderscheidend maken.



Figuur 2: mainstage Defqon.1 Festival 2015

Zo staat Defqon.1 Festival bekend om spectaculaire (main)stages waarbij veel aandacht wordt besteed aan detail bij de aankleding. De keerzijde van (main)stages wordt gekenmerkt door het verbruik van grote hoeveelheden materialen en door de korte levensduur van het eindproduct. Een van de veel gebruikte materialen die vaak na afloop van een festival worden vernietigd zijn banners. Deze worden dus voornamelijk eenmalig gebruikt voor een evenement (Kooi, 2016). Om de juiste materiaalkeuze te maken is het van belang om eerst te analyseren wat de mogelijkheden zijn met betrekking tot duurzame materialen.

Een festival waar de duurzaamheid er vanaf straalt is het jaarlijkse Welcome to the Future dat wordt georganiseerd door ID&T zelf. Het evenement vindt plaats in recreatiegebied 't Twiske, wat net boven Amsterdam-Noord ligt. Een locatie die goed bij het festival past, aangezien Welcome to the Future een groen hart heeft en voor een betere wereld staat. Om de schoonheid van het recreatiegebied te behouden, wordt er tijdens en rond het festival veel aandacht besteed aan de lokale omgeving en gemeenschap. Welcome to the Future is het enige Nederlandse festival met een 'Outstanding' waardering op het gebied van duurzaamheid. Dit is beoordeeld door de 'A Greener Festival Award' commissie, een internationaal platform gericht op het promoten van een groenere festivalvisie. Het evenement is met een score van het maximaal aantal haalbare sterren het groenste festival van Nederland en één van de groenste ter wereld (Guide, 2013). Bij het festival wordt gebruik gemaakt van gerecyclede materialen om het podium op te bouwen. Zo werd er onder andere een stage gebouwd met meer dan 1000 gerecyclede bekers die aan elkaar gelijmd waren om lichtgevende paardenbloemen te realiseren. (MU Works, 2012). Daarnaast draaien de generatoren op gebruikt frituurvet van cafetaria's en restaurants, wordt er gratis water uitgedeeld in herbruikbare flessen en bijna al het eten komt van biologische bronnen (Duurzame Evenementen Utrecht, 2014).

Welcome to the Future wordt niet meegenomen in het onderzoek, maar laat zien dat een festival duurzaam geproduceerd kan worden, zowel op decorbouw. Hiermee is het een goed voorbeeld voor dit onderzoeksrapport. Geen enkel ander festival in Nederland heeft namelijk een bekroning van vier sterren als het gaat om duurzaamheid. Een toonaangevend festival dat zorgt voor een positieve bijdrage aan de omgeving.

1.3.2 Relevantie en belang

De Nederlandse evenementenindustrie is een belangrijke sector voor de economie. Festivals spelen hierbij met miljoenen bezoeken per jaar er een grote rol. In deze economie is een transitie gaande, of beter gezegd er moet wat veranderen. Om van afval af te komen was het storten van afval op een vuilnishoop gedurende een groot deel van de twintigste eeuw een gebruikelijke methode. Dit wordt in figuur 3 hieronder weergegeven als de lineaire economie, waarbij grondstoffen worden omgezet in producten die aan het einde van hun levensduur worden vernietigd. Als er gekeken wordt naar festivals, worden er steeds meer materialen hergebruikt. De geïnteresseerde festivals voor dit onderzoek bevinden zich momenteel in de keteneconomie met recycling fase. Ondanks dat hier producten en materialen gedeeltelijk worden hergebruikt, ontstaat er ook restafval wat nog wordt gestort of verbrand.

De komende jaren moet de overgang worden gemaakt van een keteneconomie met recycling naar een volledig circulaire economie. De economie waar producten en materialen volledig worden hergebruikt en er geen restafval meer ontstaat. Afval en grondstoffen zijn op verschillende mogelijkheden te recyclen of te hergebruiken, er kunnen namelijk ook weer nieuwe grondstoffen van worden gemaakt. De Rijksoverheid moedigt festivals aan om die mogelijkheden te gebruiken. Dit gebeurt met het eerdergenoemde programma 'Van Afval naar Grondstof'. Het programma is essentieel bij het omschakelen naar een circulaire economie (Rijksoverheid, 2014). Daarnaast biedt deze transitie veel potentie voor de verwerking van materialen die gebruikt worden voor onder andere festivaldecors.



Figuur 3: transitie naar circulaire economie

Als er geen transitie naar circulaire economie plaatsvindt, dan zullen er zich problemen gaan voordoen. Het huidige systeem kent als groot nadeel dat de toekomstige generaties opgezadeld worden met de consumptie van vandaag. Hierdoor komen deze generaties te zitten met een vervuilde grond, oceaan of lucht. Die vervuiling resulteert in klimaatverandering wat schadelijk is voor de gezondheid. Een ander probleem is dat door het huidige systeem er voor de volgende generaties minder grondstoffen zijn. In de circulaire economie worden eindproducten ook als grondstof gezien. Grondstoffen raken daardoor in vele mate minder of niet op (MVO Nederland, Circulaire Economie, 2012). Iemand die al jaren achter het laatste stadium van figuur 3 staat is Thomas Rau. De architect pleit voor een nieuw economisch systeem waarin de consument producten niet langer bezit, maar gebruikt. Waar bedrijven geen producten meer verkopen, maar service. Kortom: een circulaire economie waar niets meer verloren gaat.

“Het is tijd om de economie te ecologiseren. Ecologiseren veel verder gaat dan verduurzamen, want duurzaamheid is vaak niet veel meer dan het beperken van ecologische schade. We moeten de economie opnieuw uitvinden” (Rau, 2014).

Wat ontbreekt is het werkelijk sluiten van de cirkel. Duurzaamheid komt in de ogen van Rau vaak neer op het optimaliseren van het lineaire systeem. Volgens hem moeten we naar een volledig nieuw systeem, gebaseerd op het principe dat iedereen verantwoordelijk is voor de consequenties van zijn eigen daden, want pas dan ontstaat een werkelijke kringloop, oftewel een circulaire economie. In een circulaire economie blijft de producent eigenaar van zijn product, legt Rau uit. “Hij krijgt zijn product aan het einde van de levensduur dus zelf weer terug. Zo heeft hij er belang bij om het apparaat remontabel te ontwerpen, tot op het niveau van grondstoffen.” Rau spreekt over remontabel, waarbij producten zo worden ontworpen dat alle onderdelen uit elkaar te halen zijn en opnieuw gebruikt kunnen worden. In dat nieuwe systeem koopt de consument geen spullen maar prestaties. In een nieuwe economie waar verbruiken geen bestaan meer heeft, maar gebruiken voorop staat.

De ontwikkeling waar Rau over praat zou ook toepasbaar kunnen zijn in de evenementenbranche. Het is nu eerst van belang om de nadelige effecten op het milieu te onderkennen door organisatoren. Festivals zijn enorm waardevol voor de maatschappij, maar er moeten maatregelen getroffen worden om events te organiseren waar enkel bijgedragen wordt aan het milieu en de omgeving. Door duurzaamheid naar een hoger niveau te tillen kan de impact op het milieu worden verminderd.

1.3.3 Het kennisprobleem

Aan de hand van de probleemanalyse kan een vertaling worden gemaakt naar het onderzoeksprobleem. Om ID&T uiteindelijk te voorzien van concrete antwoorden gericht op wat zij kunnen bijdragen aan duurzame festivaldecors en de aanpak van het vraagstuk, is gekeken naar de achterliggende oorzaak van het vraagstuk. In de probleemanalyse komt naar voren dat er materialen speciaal voor evenementen gemaakt worden die maar eenmalig gebruikt kunnen worden. Dat betekent dat deze materialen niet meer kunnen worden hergebruikt of gerecycled. Dit heeft nadelige gevolgen voor het milieu, omdat deze materialen vernietigd worden. Het huidige systeem waar nog steeds restafval het eindstation is zorgt uiteindelijk voor klimaatverandering. Daarnaast nemen de grondstoffen af als het huidige systeem voortgezet wordt. De vraag die hierachter schuilt is in feite hoe ID&T een decor, in dit geval (main)stages, kan ontwerpen en gebruiken zonder materiaal te verbranden of te storten? Om deze vraag te beantwoorden moet onderzocht worden hoe een stage tot stand komt, wat erbij komt kijken, wat de mogelijkheden zijn om dit duurzamer te maken en of deze mogelijkheden passen bij de evenementen van ID&T zonder de beleving tekort te doen.

Om het onderzoek af te bakenen en duidelijk aan te geven vanuit welke invalshoek het probleem wordt benaderd, wordt het onderzoek geplaatst binnen een competentie van de opleiding. Er is gekozen om het onderzoek zowel vanuit een imagineering als projectmanagement perspectief te bekijken, omdat deze het beste aansluiten bij het oplossen van het probleem. Er wordt met imagineering meerwaarde gecreëerd vanuit het belevingsperspectief door het ontwikkelen van concepten waarbij mensen zich in hoge mate betrokken voelen (Entertainmentwereld, 2008). Begrippen als betrokkenheid en verenigd zijn met elkaar spelen een belangrijke rol bij festivals en bezoekers. Imagineering, waarmee het probleem aanpakt kan worden door het realiseren van innovatieve concepten, het creëren van belevingswerelden en het vormgeven van een memorabele experience bij de bezoeker. Dit moet goed worden doorgrond om het belang van de mainstage te kunnen begrijpen. Een belangrijke doelstelling is het realiseren van een positieve stemming bij de bezoeker en als gevolg daarvan een positieve beoordeling van het product, in dit geval de stages. Al eerder werden Pine & Gilmore genoemd als het gaat om beleving. Vanuit imagineering gezien, zijn er bepaalde modellen die als basis gebruikt kunnen worden voor het onderzoek. Zo onderscheiden Pine & Gilmore verschillende soorten belevissen met de belevingsdomeinen. De individualiteit van belevissen wordt weergegeven in het model van Falk en Dierking. Zij bepalen de beleving van individuele bezoekers door de persoonlijke, de sociale en fysieke context. Beide modellen kunnen gebruikt worden om de beleving van de bezoekers te optimaliseren (Nijs & Peters, Het creëren van belevingswerelden, 2002). In hoofdstuk 2 wordt er dieper ingegaan op de modellen en hoe de modellen worden toegepast op het onderzoek.

De werkwijze binnen festivals met betrekking tot het bouwen van (main)stages, gaat op een projectmatige aanpak. Om het probleem, oftewel het vraagstuk op te lossen, is het in eerste plaats van belang dat er inzicht wordt verkregen in het gehele proces. Het is daarom belangrijk dat de aandacht wordt gericht op het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal. Hierbij moet worden gezorgd voor een goed draagvlak in de omgeving (Verhaar, 2010). Met de kennis en gedrevenheid van ID&T op het gebied van duurzaamheid, kunnen zij andere organisatoren van festivals adviseren over het verduurzamen van hun festival en samen indirect het tegen gaan van klimaatverandering. Festivals spelen hier een grote rol in, omdat zij wereldwijd bereik hebben. Bezoekers en alle belanghebbende staan open staat nieuwe ideeën en inzichten wanneer dit wordt overgebracht op een belevenisvolle manier met als gevolg een positieve impact op de leefomgeving.

1.4 Probleem- en doelstelling

Op basis van de probleemanalyse is de onderstaande probleemstelling geformuleerd:

“Wat is het belang van de bezoekersbeleving bij (main)stages vanuit aanbod- en vraagzijde en hoe verhoudt zich dit tot hergebruik en recycling van decormateriaal, waarbij bijdragen aan een duurzamere toekomst het uitgangspunt is?”

De doelstelling is gebaseerd op de probleemstelling en luidt als volgt:

“Inzicht verkrijgen in het belang van de bezoekersbeleving bij (main)stages vanuit aanbod- en vraagzijde en hoe dit zich verhoudt tot hergebruik en recycling van decormateriaal, teneinde ID&T voorzien van invulling aan ‘Celebrate Nature’ om bij te dragen aan een duurzamere toekomst.”

1.5 Onderzoeksvragen

Om de bovenstaande probleemstelling geheel te kunnen beantwoorden, is de onderzoeksvraag opgesplitst in de volgende deelvragen:

1. Wat is de huidige werkwijze omtrent het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal?
2. Wat gebeurt er na afloop van een evenement met het materiaal en wat zijn hier de gevolgen van?
3. Wat zijn de mogelijkheden voor reduceren, hergebruiken en recyclen van decormateriaal en wat betekent dat voor de bezoekersbeleving?
4. Welke verwachtingen hebben bezoekers van (main)stages?
5. Hoe kijkt de bezoeker aan tegen hergebruik en recycling van decormateriaal bij (main)stages?

“ If we could build an economy that would use things rather than use them up, we could build a future. ”

Ellen MacArthur

02

Theoretisch kader

24	2.1 The Three Pillars of Sustainability
26	2.2 3 R-model
27	2.3 Circulaire Economie
28	2.4 The Interactive Experience Model
29	2.5 Experience Model Pine & Gilmore
31	2.6 Model Goossens en Mazursky
32	2.7 Relevantie theorieën en modellen
32	2.8 Conceptueel model
33	2.9 Operationaliseren

Theoretisch kader

In het theoretisch kader worden de verschillende theorieën en modellen uitgebreid beschreven die van belang zijn bij het onderzoek. In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de begrippen duurzaamheid en beleving.

2.1 The Three Pillars of Sustainability

De term 'The Three Pillars of Sustainability' staat ook bekend als de 'Triple Bottom Line' die refereert naar de sociale (people), milieu (planet) en economische (profit) aspecten van duurzaamheid. De 3 P's werden door Elkington geïntroduceerd en worden weergegeven in onderstaande figuur. Elkington stelt dat wanneer er aan de sociale verwachtingen voldaan wordt, de negatieve impact op de omgeving minimaal gehouden wordt en organisaties winst maken, zij enkel duurzaam kunnen organiseren (Lambrechts De Weerd, Corthouts & Kauwenberghs, 2002). ID&T neemt de verantwoordelijkheid voor de invloed die de evenementen op de maatschappij hebben. Al eerder werd beschreven dat de drie pijlers betrekking hebben op het duurzaamheidsbeleid van ID&T. Zo heeft de ecologische pijler betrekking op 'We Celebrate Nature' en de sociale pijler op 'We Celebrate Unity'. De relevantie van de pijlers wordt hieronder beschreven.

Sociaal

De sociale pijler staat voor een optimaal welzijn van de bezoekers specifiek en de maatschappij in het algemeen. ID&T inspireert en verbindt bezoekers met elkaar door middel van haar evenementen.

Rondom de evenementen wordt veel samengewerkt met bezoekers die zich vrijwillig inzetten om de gemeenschap te verbeteren. De betrokkenheid tussen bezoeker en organisatie wordt hierdoor vergroot en samen leveren ze een positieve bijdrage aan de samenleving. Naast het sociale contact bij festivals, vindt ID&T het belangrijk dat bezoekers zich prettig, betrokken en gehoord voelen op een festival. De bezoekersbeleving speelt hier een grote rol in. In relatie tot het onderzoek, spelen zich de vragen af: wat vinden de bezoekers van de (main)stages en wat vinden zij belangrijk aan (main)stages?

Milieu

Bij alle georganiseerde evenementen van ID&T wordt er rekening gehouden met het milieu. Het doel is om te werken aan innovatieve duurzame oplossingen, een bijdrage leveren aan het festival en tegelijkertijd het behouden van het milieu en omgeving. Om een positieve impact op het milieu achter te laten, wordt er nagedacht over water, stroom, logistiek, materialen en afval. De meeste materialen betreft decorbouw van events worden opgeslagen in een loods en worden hergebruikt voor toekomstige events. ID&T streeft ernaar om in de toekomst decors te ontwerpen die te demonteren zijn, zodat er nog meer materialen hergebruikt kunnen worden. Het gebruik en de keuze van deze materialen zijn van invloed op de beleving van een (main)stage. Het is daarom belangrijk om de juiste balans tussen een milieuvriendelijke en een belevenisvolle (main)stage te vinden.

Economisch

De omzet en winst zijn uiteraard belangrijk voor de continuïteit van de organisatie. Binnen het model kijkt de economische pijler naast omzet en winst vooral naar de economische effecten van de andere genoemde pijlers, de ecologische en sociale aspecten. Zo kunnen er namelijk kosten bespaard worden door bijvoorbeeld het verminderen van afval. Het is daarom belangrijk welk materiaal er precies wordt ingekocht. Door duurzaam in te kopen wordt er rekening gehouden met de ecologische en sociale pijler, het is namelijk goed voor het milieu en imago van het bedrijf.

Daarnaast zorgt een positieve bedrijfsvoering voor ontwikkelingsmogelijkheden binnen en buiten de organisatie. Volgens de theorie van Elkington vormen deze drie pijlers samen tot duurzaamheid. Hij stelt dat het belangrijk is dat er gestreefd wordt naar balans binnen de ecologische, sociale en economische aspecten, zodat er ook evenwicht wordt gevonden voor in de toekomst. Bij gelijkheid van de pijlers kan de huidige leefkwaliteit ook gegarandeerd worden voor toekomstige generaties. Deze stelling komt overeen met de eerder beschreven definitie van duurzame ontwikkeling die is voortgebracht door Brundtland.

Er vindt een verschuiving plaats binnen het duurzaamheidsbeleid van organisaties. Van 'de dingen goed doen' naar 'de goede dingen doen'. De nadruk wordt gelegd op een positieve impact en winst op sociaal en milieugebied, waarbij financiële winst een hulpmiddel is. Organisaties houden zich druk bezig met de actuele maatschappelijke vraagstukken en proberen bij te dragen aan een oplossing (MVO Nederland, Van Winst Naar Waarde, 2015). Gezien het duurzaamheidsbeleid van ID&T, zijn zij vooral bezig met 'de goede dingen doen'. Het creëren van bewustwording bij bezoekers betreft duurzaamheid staat centraal binnen evenementen van ID&T. Zo wordt er voorafgaand, tijdens en na het festival aandacht besteed aan verschillende projecten die de ecologische voetafdruk verkleinen (milieu), in samenwerking met iedereen (sociaal) die wil bijdragen aan een duurzamere toekomst (ID&T, Our Company Soul: Celebrate Life, 2012).



Figuur 4: Three Pillars of Sustainability

Om te investeren in de sociale en ecologische pijlers is er economische winst nodig die voornamelijk wordt behaald met het organiseren van de evenementen. Het is daarom belangrijk om gelijktijdig aandacht te besteden aan de economische, sociale en ecologische pijlers wat leidt tot duurzaamheid zoals weergegeven wordt in het bovenstaande model.

2.23 R-model

Het afval van een festivaldecor wat na afloop achterblijft, baart ID&T zorgen gezien de negatieve impact op het milieu. Wanneer er dieper wordt ingegaan op het onderwerp duurzaamheid, is afval een veelvoorkomend item. Het model Waste Management Hierarchy ontwikkeld door Environmental Protection Agency (EPA) rangschikt de verschillende strategieën van het meest tot minst milieuvriendelijk. De hiërarchie legt de nadruk op het verminderen (reduce), hergebruiken (reuse) en recycelen (recycle) wat ook vaak wordt aangeduid als het 3 R-model (Environmental Protection Agency, 2012). Het model komt veel overeen met de ladder van Lansink, ook wel de afvalhiërarchie genoemd. Zo stelt deze hiërarchie tevens preventie van afval als prioriteit, gevolgd door hergebruik en recycling. Deze rangorde van afvalbeheer vormt de basis voor het Landelijk afvalbeheerplan (LAP) van de Wet milieubeheer (Nedvang, 2015). In het onderzoeksrapport komen drie kernwoorden uit beide modellen terug voor een bewuster en groener festivalland: reduce (reduceren), reuse (hergebruiken) en recycle (recyclen).

Reduce

Een van de manieren om afval te verminderen, is om het in de eerste plaats te proberen te voorkomen of beperken. De grote vraag die gesteld moet worden: is het nodig om nieuw materiaal te kopen? Voordat er nieuw materiaal gekocht wordt, kan er wellicht met eerder gebruikte materialen hetzelfde resultaat gecreëerd worden. Wanneer er toch gekozen moet worden voor nieuw materiaal, is het belangrijk dat bij het produceren van de materialen gebruik wordt gemaakt van grondstoffen die na gebruik van het materiaal geen of zo min mogelijke nadelige gevolgen voor het milieu hebben.

Reuse

Waarom materialen weggooien als het nog hergebruikt kan worden? Het doel van hergebruiken is om materialen zo lang mogelijk te gebruiken, wat veel kosten kan besparen. Door een innovatieve manier kan de levensduur van het materiaal verlengd worden en opnieuw gebruikt worden voor een (main)stage of voor andere doeleinden op het festivalterrein.

Recycle

Bij recycelen wordt net zoals bij hergebruiken het materiaal opnieuw gebruikt, alleen bij recycelen wordt het materiaal aan het einde van de levensduur verwerkt tot nieuwe grondstoffen om vervolgens nieuwe materialen te maken. Het proces van recycelen kost bovendien minder energie dan wanneer nieuwe materialen worden geproduceerd van grondstoffen uit de natuur.

Relevantie

Het model geeft inzicht in het omgaan van afval- en materialenbeheer in een voorkeursvolgorde van meest naar minst milieuvriendelijk. In het onderzoek is het 3 R-model bruikbaar voor de werkwijze van het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal. Daarbij kan achterhaald worden of er keuzes kunnen worden gemaakt ten aanzien van duurzamere materialen. Is het aanschaffen van nieuwe materialen nodig of kan het voorkomen worden? Indien nieuwe materialen nodig zijn, wijst het model erop dat er gekozen wordt voor materialen die herbruikbaar zijn of te recycelen zijn. Hiermee geeft het model tevens inzicht in de mogelijkheden voor hergebruik en recycelen van decormateriaal.



Figuur 5: Waste Management Hierarchy

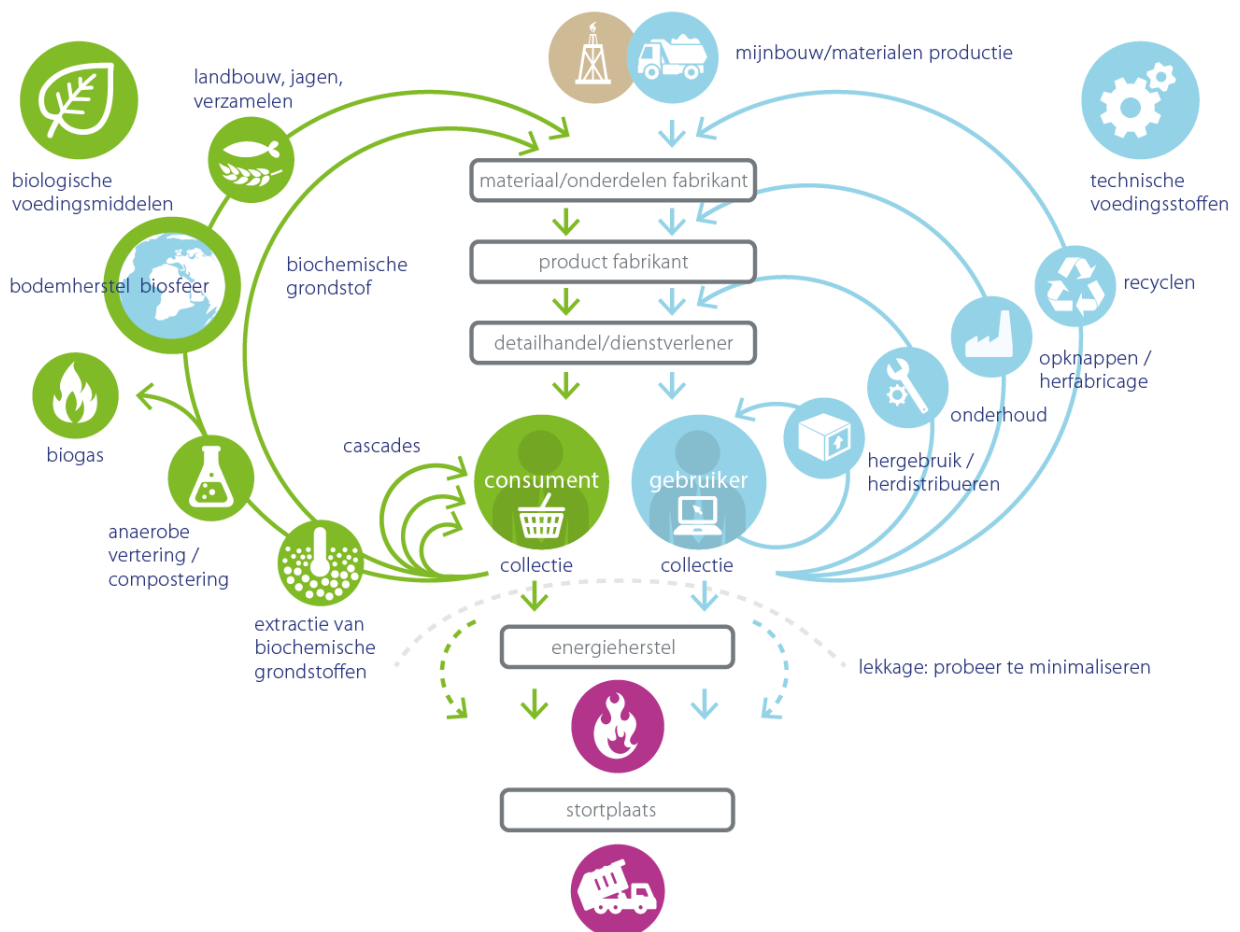
2.3 Circulaire Economie

In hoofdstuk 1 is de circulaire economie reeds geïntroduceerd. Het economische systeem dat als doel heeft om de functionaliteit van materialen en grondstoffen te maximaliseren en vernietiging te minimaliseren. Het onderstaande model van Ellen MacArthur Foundation kent twee kringlopen van materialen. Een biologische kringloop, waar de grondstoffen na het einde van de levenscyclus terugvloeien in de natuur en een technische kringloop, waarbij materialen zo ontworpen worden dat ze uit elkaar gehaald kunnen worden aan het einde van gebruik en opnieuw gebruikt kunnen worden.

Bij het maken van decors op festivals gaat er na afloop veel materiaal verloren doordat het niet kan worden hergebruikt of gerecycled. Deze manier staat gelijk aan het lineaire systeem, waar materialen aan het einde van hun levensduur worden vernietigd.

Binnen het model wordt er gestreefd naar enkele principes die toegepast kunnen worden op het onderzoek:

- *Waardebehoud*: het maximale uit materialen halen door eerst te kijken of ze nog bruikbaar zijn, vervolgens (onderdelen) te hergebruiken of recycelen.
- *Levenslang design*: materialen zo ontwerpen en maken dat ze aan het einde van het gebruik gemakkelijk demonteerbaar en weer bruikbaar zijn.
- *Afbreekbaar*: kiezen voor biologisch afbreekbare materialen die na gebruik van festival niet meer bruikbaar zijn zodat het teruggegeven kan worden aan de natuur (MVO Nederland, Circulaire Economie, 2015).



Figuur 6: biologische & technische kringloop

2.4 The Interactive Experience Model

Falk & Dierking hanteren een model waarin individualiteit van belevissen wordt weergegeven. Het model kan van waarde zijn bij het creëren van effectieve bezoekersbelevissen. De keuze om onder andere een festival te bezoeken, wordt bepaald door het verlangen om persoonlijke en sociale wensen in overeenstemming te brengen met de verwachte fysieke omstandigheden en activiteiten van het festival. Volgens Falk & Dierking wordt de beleving bepaald door drie contexten en wordt het gebruikt om de beleving te optimaliseren:

- De *persoonlijke context* omvat de persoonlijke kenmerken die het individu met zich meeneemt naar een beleving. Hierbij wordt onder andere gesproken over motivatie, verwachtingen, interesses en kennis die de persoon heeft of die is ontstaan door een ervaring in het verleden.
- De *sociale context* omschrijft dat belevissen meestal in een groep plaatsvinden. Bezoekers die een festival alleen bezoeken, komen ook in contact met andere bezoekers en personeel. Daarnaast heeft de drukte bij een festival een grote invloed op de beleving: slecht bezochte festivals zijn niet gezellig maar te drukke festivals ook zeker niet.
- De *fysieke context* is eveneens van groot belang voor de beleving. Het gaat hier op de eerste plaats om de vormgeving en architectuur van het festival. Naast de fysieke kenmerken behoren ook sfeer en gevoel tot de fysieke context.

“The visitor’s experience can be represented by a series of snapshots, each freezing in time a moment of interaction of the three contextual components” (Falk en Dierking, 1992).

Persoonlijke context

Zoals eerder is beschreven in het onderzoeksrapport, worden bezoekers elk jaar verrast door nieuwe grote (main)stages. Binnen het onderzoek, zijn de motivaties en verwachtingen van de bezoeker een belangrijk gegeven. De literatuur van Pine & Gilmore wijst allereerst uit dat bezoekers gemotiveerd kunnen raken om een festival te bezoeken, omdat zij wellicht beeldmateriaal van een (main)stage van voorgaande editie(s) hebben gezien. Zo heeft elke bezoeker unieke motieven en verwachtingen en ze verschillen daarom van elkaar. Deze verschillen worden veroorzaakt door eerdere ervaringen met het bezoeken van een festival en het bekijken van de (main)stage. Bezoekers die regelmatig festivals bezoeken hebben kennis en ervaring opgedaan, waardoor zij andere verwachtingen hebben van een (main)stage dan bezoekers die minder vaak een festival bezoeken. De persoonlijke context is relevant voor het onderzoek om deze verwachtingen in kaart te brengen.

Sociale context

De keuze om wel of niet een festival te bezoeken, wordt vaak in een groep bepaald en hangt onder meer af van de persoonlijke en fysieke context. Omdat festivals meestal worden bezocht door mensen in een groep, is wat bezoekers zien, doen en herinneren mede afhankelijk van die groep. In relevantie met het onderzoek is de sociale context het minst bruikbaar van het model. Echter, belevissen vinden meestal plaats in een groep waardoor bezoekers elkaar kunnen beïnvloeden om een festival te bezoeken. Een goede indruk van de (main)stage is dus van belang hierbij.

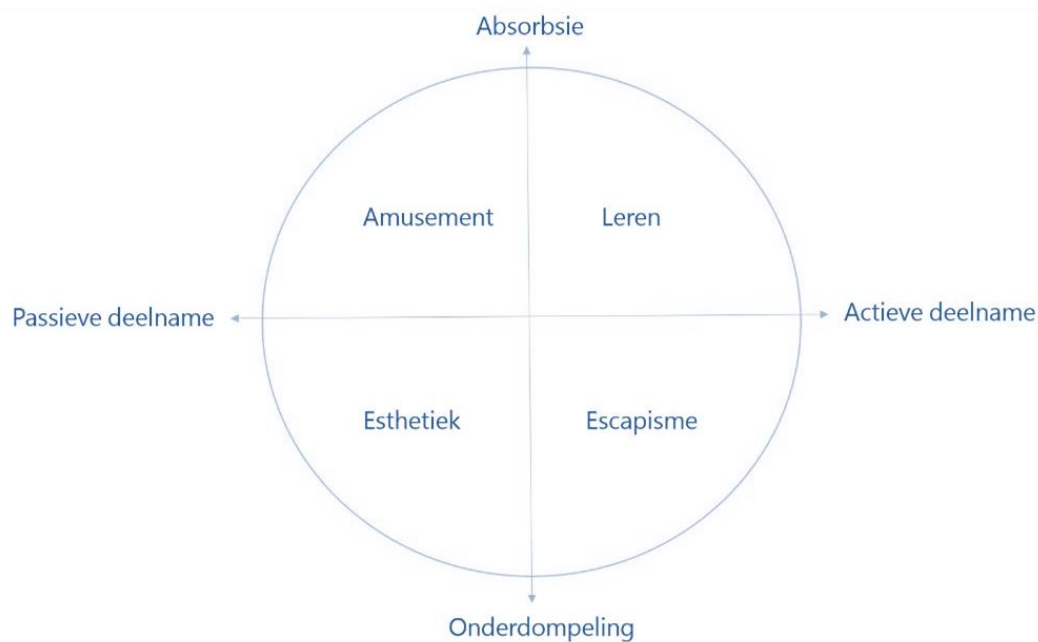
Fysieke context

Bezoekers worden sterk beïnvloed door fysieke kenmerken als de vormgeving en architectuur van de (main)stage, de sfeer, het geluid en het gevoel dat de stage met zich meebrengt. De kracht van bijvoorbeeld de aankleding van (main)stages is hierbij van essentieel belang. De bezoeker wordt ondergedompeld in een andere wereld en met name de thematisering biedt daar de mogelijkheid toe en zorgt ervoor dat de belevingswereld versterkt wordt (Nijs & Peters, Het creëren van belevingswerelden, 2002).

Bij het aanpakken van het onderzoeksprobleem is het belangrijk om de beleving optimaal te houden. Het inzicht dat de drie contexten tezamen de beleving van de bezoeker bepaalt, maakt het mogelijk betekenisvolle belevissen te creëren.

2.5 Experience model van Pine & Gilmore

In het Experience Model worden vier domeinen weergegeven die behulpzaam zijn bij het creëren van een belevingswereld. Net als het Interactive Experience Model van Falk & Dierking geeft het model van Pine en Gilmore aan wat de factoren zijn die van invloed zijn op de beleving. Bij dit model gaat het met name om de intensiteit en mate van individuele betrokkenheid, terwijl het bij het model van Falk en Dierking meer gaat om de diversiteit van factoren. Volgens Pine & Gilmore zijn de mate van deelname van de bezoeker en de relatie van de bezoeker met de omgeving de belangrijkste dimensies waarop een bezoeker betrokken kan worden (Nijs & Peters, Het creëren van belevingswerelden, 2002). Deze dimensies worden weergegeven op de assen van onderstaand figuur.



Figuur 7: belevingsdomeinen

De eerste dimensie (mate waarin de bezoeker de beleving beïnvloedt) loopt van een passieve deelname tot een actieve deelname. Bij festivals beleving bezoekers zowel op een actieve als passieve deelname. Dit kan in samenhang met de tweede dimensie (verhouding met de omgeving) en loopt van absorptie tot onderdompeling. Bij absorptie wordt een bezoeker zodanig vastgehouden dat hij de beleving in zich opneemt. Bij onderdompeling wordt de bezoeker fysiek (of virtueel) onderdeel van de beleving. De koppeling van de twee dimensies van belevingen bepaalt volgens Pine en Gilmore de vier belevingsdomeinen van een beleving: amusement, educatie, ontsnapping aan de werkelijkheid en esthetiek. Een boeiende beleving moet volgens hen niet in één van de domeinen blijven steken. Pine en Gilmore maken onderscheid tussen de volgende vier soorten belevissen.

Amusement

Amuserende belevissen worden meestal passief door de bezoeker geabsorbeerd. Echter bij festivals worden de belevissen ook actief opgenomen. De muziek van de artiesten brengt de bezoeker in beweging en laat de bezoeker onderdeel worden van de beleving. Ondanks dat amusementbelevingen de tegenpolen van ontsnappingsbelevingen zijn, lijken ze bij festivals veel op elkaar. Zo kan de muziek van de artiesten in combinatie van het thema, de show en de omgeving een ontsnapping geven aan de werkelijkheid. Daarnaast maakt het toevoegen van educatie aan amusement mogelijk dat de beleving beter blijft hangen bij de bezoeker.

Educatie

Bij lerende belevissen krijgen de bezoekers de mogelijkheid om kennis op te doen. In het onderzoek kan het gezien worden als de boodschap die ID&T over wil brengen naar de bezoeker toe. Ze vinden het belangrijk om hun festivals op een duurzame manier te organiseren. Daarom besteden ze veel aandacht aan de omgeving, gemeenschap en duurzame projecten tijdens en rondom het festival. De bezoeker leert door middel van actieve participatie en wordt tegelijkertijd geamuseerd.

Escapisme

Volgens Pine & Gilmore zijn ontsnappingsbelevingen de tegenpolen van amusementsbelevingen: in plaats van een passieve deelname, heeft de bezoeker een actieve houding, maakt actief deel uit van de omgeving en creëert een eigen wereld waar volledig in opgegaan wordt. Dit kan voorkomen bij een laser- of vuurwerkshow van een festival, wat vaak versterkt wordt door decors die gekenmerkt zijn door een thema. Een thema schept een andere werkelijkheid dan die van alledag, waardoor het belevingsdomein escapisme benut wordt.

Esthetiek

Net zoals bij ontsnappingsbelevingen kan de bezoeker bij esthetische belevissen volledig opgaan in het festival, maar de bezoeker heeft daar zelf weinig of geen invloed op. Bij het domein esthetiek heeft de bezoeker als doel om er alleen maar te zijn en wordt hierbij passief ondergedompeld door de omgeving. Begrippen zoals ontwerp, architectuur, vormgeving en schoonheid van de (main)stage spelen een belangrijke rol. Een eindshow van een festival is bijvoorbeeld ook een esthetische beleving.

Volgens Pine en Gilmore moet een boeiende beleving niet in een van de domeinen blijven steken. De meest memorabele belevissen worden gecreëerd wanneer alle vier domeinen vertegenwoordigd zijn. Dit model is relevant voor het onderzoek, omdat het aanknopingspunten biedt om in dit onderzoek te achterhalen met welk doel en met welke intensiteit de bezoeker een festival beleeft. Bovendien is het bruikbaar om te meten welke factoren daarop van invloed zijn.

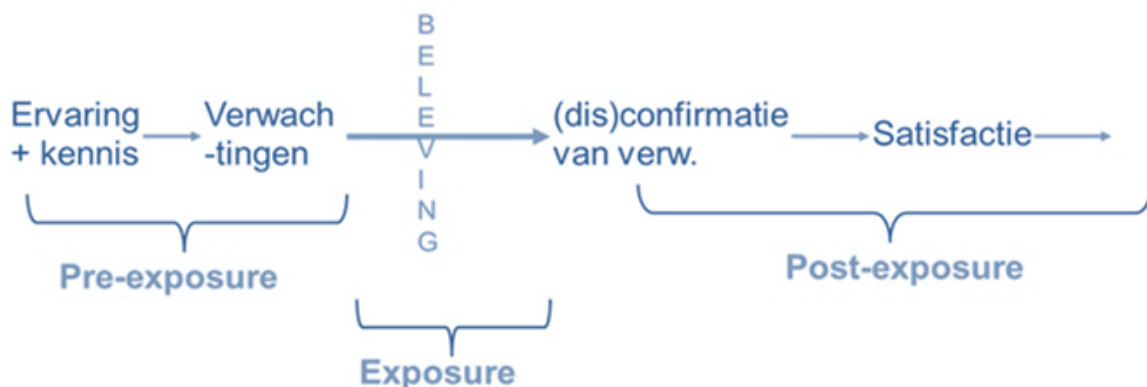
2.6 Belevingsmodel Goossens en Mazursky

Goossens en Mazursky hebben een belevingsmodel ontwikkeld waarin de relatie tussen verwachtingen, informatie, beleving, tevredenheid en gedragsintenties in kaart gebracht werden (Mulder, 2011). Het model legt de relatie tussen de verwachtingen van de bezoeker die voorafgaan, de ervaring die de bezoeker heeft opgedaan en hoe dit tot tevredenheid leidt. Het model wordt onderscheiden door drie fasen:

- De *pre-exposure* is de fase die voorafgaat aan het bezoeken van het festival. In die fase vindt de voorpret en beeldvorming plaats. De bezoeker oriënteert zich op het festival door zich te informeren door middel van bijvoorbeeld het bezoeken van de website van het desbetreffende festival of andere media waar foto's, video's en informatie te vinden is. Hieruit volgen de verwachtingen van de bezoeker.
- De *direct-exposure* is in feitelijke de fase waar de bezoeker het festival bezoekt. Het gaat hier om het moment van de beleving zelf en de emoties die tijdens het bezoeken van een festival teweegbrengen.
- De *post-exposure* is de fase na het festival. Na het bezoeken vindt de evaluatie van het festival plaats. De verwachtingen die de bezoeker vooraf had, worden vergeleken met de feitelijke beleving. Na het festival kan de bezoeker nog eens nagenieten van het festival met de eventuele aftermovie, livesets en foto's.

OBJ:

In het onderzoek zijn de verwachtingen van de bezoeker een belangrijke factor. Er wordt gesproken van disconfirmatie wanneer een belevingswaarde hoger of lager is dan verwacht. Zo ontstaat er een positieve disconfirmatie wanneer de belevingswaarde de verwachtingen overtreft en een negatieve disconfirmatie wanneer het allemaal nogal tegenvalt. Als de bezoeker de beleving precies heeft beleefd als verwacht, dan spreekt men van confirmatie. Bij confirmatie of positieve disconfirmatie is er sprake van satisfactie en zal de intentie tot een herhalingsbezoek groter zijn. De beleving wordt een ervaring en opgeslagen in het geheugen. Wanneer de bezoeker zich ooit wederom gaat oriënteren op een festival, kan diezelfde ervaring doorslaggevend zijn om hetzelfde festival te bezoeken. Het is belangrijk om dit te creëren voor de bezoeker, omdat negatieve disconfirmatie zal leiden tot dissatisfactie. Het is goed wanneer verwachtingen waar worden gemaakt, maar het is nog beter als ze worden overtroffen. Negatieve ervaringen worden zelfs op een veel prominentere plaats opgeslagen in het geheugen dan een positieve ervaring. Hierdoor is een herhaalbezoek aan het festival gering. Bij evenementen moet de focus niet alleen op de direct-exposure liggen, maar ook op de pre- en post-exposure, omdat daar de beleving zich uitbreidt in de vorm van verwachting en voorpret en na afloop van het festival herinneren en nagenieten (Gerritsen en van Olderen, 2011).



Figuur 8: belevingsmodel Goossens en Mazursky

2.7 Relevantie theorieën en modellen

De gebruikte theorieën en modellen vormen een sterke wetenschappelijke basis en een houvast voor de vervolgstappen in het onderzoek. De modellen die gebruikt worden in het onderzoeksrapport zijn gericht op de (bezoekers)beleving en duurzaamheid. Het duurzaamheidsmodel, dat tevens betrekking heeft op het duurzaamheidsbeleid van ID&T, wordt gevisualiseerd door drie pijlers: sociaal, milieu en economisch. In verhouding tot andere modellen binnen het onderzoeksrapport is het sociale aspect vergelijkbaar met de sociale context uit het Interactive Experience Model van Falk & Dierking. Beiden richten zich op de bezoekers en de samenwerking zowel tussen bezoekers als met de organisatie. De sociale component heeft tevens met de bezoekersbeleving te maken, waaronder de verwachtingen die bezoekers van (main)stages hebben. Verwachtingen van bezoekers komen terug in het belevingsmodel van Goossens en Mazursky en het Interactive Experience Model. Beide modellen kunnen ingezet worden om de onderzoeksvraag omtrent verwachtingen van bezoekers te beantwoorden. Net als het Interactive Experience Model geeft het belevingsmodel van Pine en Gilmore aan wat de factoren zijn die van invloed zijn op de beleving. Bij deze modellen richten de fysieke context van eerstgenoemde model en het esthetische aspect van laatstgenoemde model zich op dezelfde begrippen: ontwerp, architectuur, vormgeving en schoonheid van de (main)stage. Bij het aanpakken van het onderzoeksprobleem is het belangrijk om deze modellen te gebruiken zodat de beleving, met name het fysieke aspect, optimaal gehouden wordt.

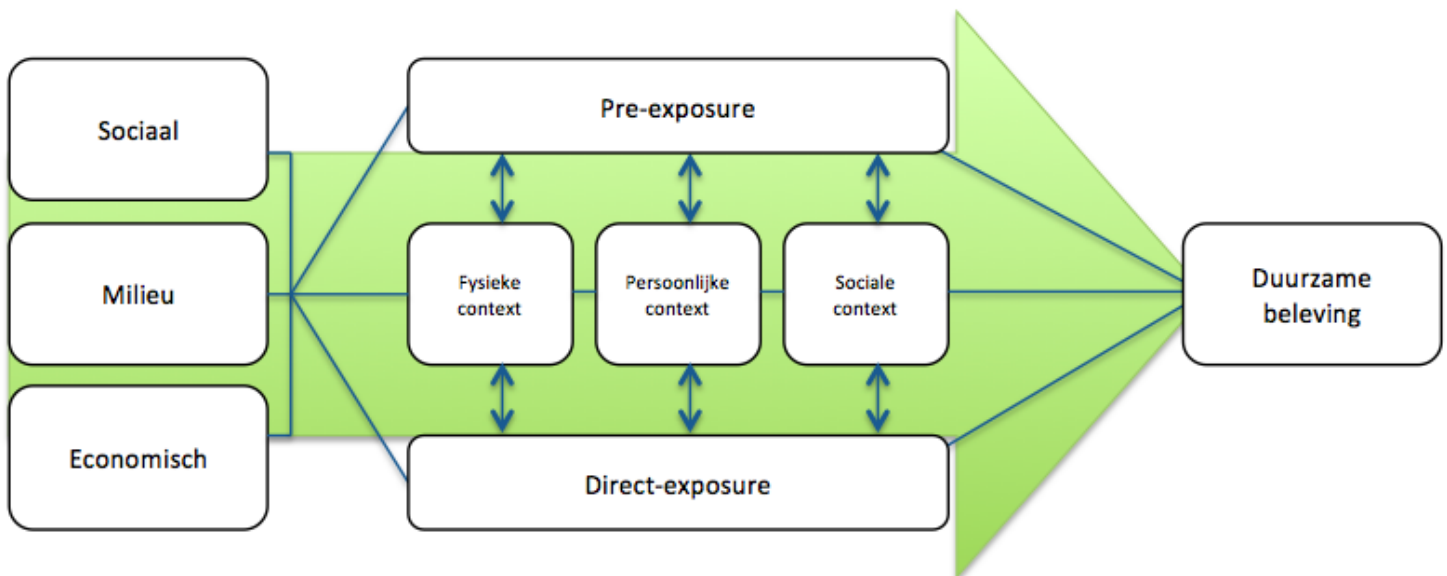
De ecologische pijler van het duurzaamheidsmodel is een overkoepeling van het Circulaire Economie model van Ellen MacArthur Foundation en het 3 R-model. Het laatstgenoemde model heeft overeenstemming met de ladder van Lansink, de afvalhiërarchie. Deze stelt net zoals het 3 R-model preventie van afval als prioriteit, gevolgd door hergebruik en recycling. Het model kan gebruikt worden bij de onderzoeksvraag wat de mogelijkheden zijn voor reduceren, hergebruiken en recyclen van decormateriaal. In het conceptueel model worden beide modellen nader toegelicht. Daarnaast geven de modellen inzicht voor de onderzoeksvraag welke duurzame mogelijkheden er zijn met betrekking tot materialen.

De economische pijler van het duurzaamheidsmodel richt zich allereerst op omzet en winst. Deze zijn namelijk essentieel voor de continuïteit van de organisatie. Daarnaast zorgt het economische aspect ook voor de economische effecten van de andere genoemde pijlers, de ecologische en sociale aspecten. Een positieve bedrijfsvoering is namelijk belangrijk voor het creëren van betekenisvolle belevenissen en bijdragen aan een duurzamere toekomst. Hierbij moet getracht worden om de balans tussen duurzaamheid en beleving te zoeken om het onderzoeksprobleem aan te pakken.

2.8 Conceptueel model

De modellen en theorieën die gebruikt zijn in het onderzoeksrapport zijn verwerkt in onderstaand figuur en vormen het conceptueel model. Dit model geeft het proces voor het onderzoek weer, waarbij de pijl op de achtergrond de begrippen duurzaamheid en beleving samenbrengt. Zo begint het model met de drie pijlers van duurzaamheid van Elkington die tevens de basis vormen voor het onderzoeksproces. Duurzame events komen tot stand door aan de sociale verwachtingen te voldoen, de negatieve impact op de omgeving minimaal te houden en winst te genereren. Binnen het milieu aspect vindt een verdieping plaats van twee andere gerelateerde modellen. Doordat er nog steeds afval van een festivaldecor achterblijft geeft de hiërarchie van het 3 R-model de mogelijkheid om dit terug te dringen. Daarnaast kan er met het Circulaire Economie model van Ellen MacArthur Foundation gestreefd worden naar enkele principes die zorgen voor innovatieve duurzame oplossingen, waarbij een bijdrage wordt geleverd aan het festival en omgeving.

Vervolgens wordt de focus in het model gelegd op de pre-exposure en de direct-exposure. De pre-exposure brengt de verwachtingen van de bezoekers in kaart en kan achterhalen wat bezoekers belangrijk vinden aan (main)stages. Tussen de pre- en direct-exposure zijn drie contexten weergegeven, welke afkomstig zijn uit het Interactive Experience Model van Falk & Dierking. De pre- en direct-exposure en de drie contexten beïnvloeden elkaar. Zo oefenen de contexten invloed uit op de beleving van de festivalbezoeker. In de direct-exposure spelen de vier belevingsdomeinen een belangrijke rol die afkomstig zijn uit het Experience Model van Pine & Gilmore. Een festivalbezoeker kan verschillende manieren van beleven hebben, te weten: amusement, educatie, esthetiek en escapisme. De domeinen spelen bij de relatie van de bezoeker met de omgeving een belangrijke rol en kunnen de beleving van de bezoekers optimaliseren. De post-exposure daarentegen bepaalt vooral hoe een festivalbezoeker terugkijkt op zijn bezoek. Dit heeft met name invloed op het achteraf beoordelen van het festival en op eventueel een herhaalbezoek. Binnen het onderzoek is het voornamelijk belangrijk om de verwachtingen in kaart te brengen en deze spelen vooral in de pre-exposure een grote rol. In de post-exposure fase worden de verwachtingen die de bezoekers vooraf hadden vergeleken met de feitelijke beleving. Daardoor is bewust de keuze gemaakt om de post-exposure uit het model te laten. Het conceptueel model visualiseert van het inzicht verkrijgen in duurzaamheid en bezoekersbeleving naar de uiteindelijke balans tussen deze twee begrippen die leidt tot duurzame beleving.



Figuur 9: conceptueel model

2.9 Operationaliseren

In het conceptueel model is te zien dat de focus wordt gelegd op de bezoekersbeleving en duurzaamheid. Om deze begrippen meetbaar te maken wordt aan de hand van het theoretisch kader een operationaliseringsschema gemaakt. In dit schema worden de begrippen beleving en duurzaamheid geoperationaliseerd, waarbij verschillende invalshoeken van de begrippen worden weergegeven door middel van dimensies. Vervolgens worden per dimensies indicatoren beschreven die de begrippen meetbaar maken. Het grondig doorlopen van het proces van begrip tot meting is van belang bij het onderzoek (Baarda, Dit is onderzoek!, 2009). Het schema vormt daarom de basis voor het meetinstrument dat wordt beschreven in het volgende hoofdstuk.

“ The goal is to turn data into information,
and information into insight. ”

Carly Fiorina

03

Onderzoeks methodiek

36	3.1 Dataverzamelingsmethode
37	3.2 Onderzoeksmethode per onderzoeksvraag
38	3.3 Onderzoekspopulatie
40	3.4 Werving & steekproef
40	3.5 Meetinstrument
41	3.6 Gegevensanalyse

Onderzoeksmethodiek

In dit hoofdstuk wordt beschreven door welke onderzoeksmethoden het onderzoek wordt uitgevoerd. Voor het verkrijgen van de informatie over de onderzoeksvragen omtrent duurzaamheid en beleving, wordt gebruik gemaakt van deskresearch en fieldresearch. Vervolgens wordt er een beschrijving gegeven van de onderzoekspopulatie, werving en steekproef, het meetinstrument en wordt het hoofdstuk afgesloten met de gegevensanalyse.

3.1 Dataverzamelmethode

Voor dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van deskresearch en fieldresearch. Bij deskresearch wordt gebruik gemaakt van beschikbare gegevens over een bepaald onderwerp en bij fieldresearch wordt de benodigde informatie verkregen door in het veld te treden. Beide methoden worden hieronder toegelicht.

3.1.1 Deskresearch

In dit onderzoeksrapport is informatie vergaard over de onderwerpen en raakvlakken van het probleem. Door middel van deskresearch is dieper ingegaan op de begrippen duurzaamheid, beleving en de verduurzaming binnen de dance industrie. Hierbij zijn trends en ontwikkelingen achterhaald die kansen bieden voor het onderzoek. Via deskresearch zijn naar verschillende modellen en theorieën gezocht omtrent de duurzaamheid en beleving. Hierbij zijn de modellen en theorieën toegepast op de problematiek van het onderzoek en met welke factoren rekening gehouden dient te worden. Het uitvoeren van deskresearch heeft ertoe geleid om gebruik te maken van elektronische bronnen, bestaande literatuur, onderzoeken en rapporten.

3.1.2 Fieldresearch

Om meer informatie te verkrijgen en dieper in te gaan op het probleem wordt er gebruikt gemaakt van kwalitatief onderzoek. Een onderzoek waarbij problemen van situaties, gebeurtenissen en personen beschreven en geïnterpreteerd worden met behulp van gegevens van kwalitatieve aard, zoals belevingen en ervaringen die verzameld zijn via diepte-interviews, observatie en bestaande documenten (Baarda, Dit is onderzoek!, 2009). Bij deze vorm van onderzoek gaat het om de 'waarom' en 'hoe' vraag en kan er informatie ingewonnen worden door in te gaan op achterliggende motivaties, verwachtingen en meningen van de doelgroep. Om kwalitatief onderzoek uit te voeren wordt er gebruik gemaakt van diepte-interviews, waardoor er gedurende de diepte-interviews verschillende informatie kan worden gegeven. Omdat de onderzoeksvraag breed is en er relatief weinig voorkennis van is, wordt er geen gebruik gemaakt van een vaste vragenlijst. Hierdoor kan een interview leiden tot nieuwe ideeën of inzichten waardoor er nieuwe vragen gesteld kunnen worden. Bij kwalitatief onderzoek gaat het vooral om het verkrijgen van inzichten en vormen de interviews als uitgangspunt van de analyse. De diepte-interviews worden afgenomen bij experts op het gebied van decorbouw, duurzaamheid, beleving en evenementen. Tevens worden bezoekers ondervraagd door middel van een interview om inzicht te verkrijgen in de verwachtingen van (main)stages en welke meningen zij over (main)stages hebben.

Naast interviews wordt er ook gebruik gemaakt van ongestructureerde observaties. Bij onderzoek worden observaties veelal gebruikt om gedrag van mensen te achterhalen. In dit onderzoeksrapport worden observaties gebruikt om te onderzoeken wat er tijdens bepaalde situaties gebeurt waardoor opvallende zaken naar voren kunnen komen. Bij deze vorm van observeren ligt niet precies vast hoe er geobserveerd wordt, maar wordt er aan de hand van de vraagstelling de situatie geobserveerd waarbij van opvallende en/of belangrijke situaties notities worden gemaakt.

Doordat er voorafgaand geen observatieschema wordt opgesteld, kan er een compleet beeld van de situatie worden geschetst en veel informatie worden vergaard. Ongestructureerde observaties bieden veel vrijheid ten opzichte van gestructureerde observaties. Dit heeft als gevolg dat waarnemingen subjectief kunnen worden opgevat. Omdat er nog relatief weinig kennis over het probleem bekend is en festivalorganisatoren binnen het onderzoek verschillen van elkaar, waardoor het vergelijken van de resultaten met elkaar lastiger wordt, is er gekozen voor een ongestructureerde observatie.

3.2 Onderzoeksmethode per onderzoeksvraag

Onderstaand wordt per onderzoeksvraag aangegeven welke dataverzamelmethode er wordt gebruikt en welke gewenste informatie nodig is om deze vraag te beantwoorden.

3.2.1 Onderzoeksvraag 1

Wat is de huidige werkwijze omtrent het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal?

De huidige werkwijze met betrekking tot het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal kan worden verkregen middels deskresearch en fieldresearch. Via deskresearch wordt de benodigde informatie achterhaald ten aanzien van de onderzoeksvraag. Er kan hierbij gebruik worden gemaakt van elektronische bronnen, bestaande literatuur, onderzoeken en rapporten. Gezien er relatief weinig voorkennis is over decorbouw bij festivals in het algemeen, wordt er tevens gebruik gemaakt van fieldresearch door diepte-interviews. De ondervraagden in deze interviews zijn experts op het gebied van decorbouw en duurzaamheid en kunnen met hun kennis en ervaring inzicht geven in de huidige werkwijze binnen het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal. Verder wordt er ook gebruik gemaakt van ongestructureerde observaties. Met de verkregen informatie van de observaties en interviews kan achterhaald worden wat de huidige werkwijze ten aanzien van het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal is.

3.2.2 Onderzoeksvraag 2

Wat gebeurt er na afloop van een evenement met het materiaal en wat zijn hier de gevolgen van?

Wat gebeurt er met het materiaal na afloop van een evenement en wat hier de gevolgen van zijn kan worden onderzocht via fieldresearch door middel van deskresearch, diepte-interviews en observaties. Met deskresearch is inzicht verkregen in de ontwikkelingen, theorie met bestaande modellen en informatie over duurzaamheid. Deze inzichten worden gebruikt bij de diepte-interviews en observaties om te achterhalen wat er precies gebeurt met het materiaalgebruik bij de afbouw van een festivaldecor en de gevolgen hiervan te verklaren. De interviews worden afgenomen bij experts met kennis op het gebied van evenementen in combinatie met decorbouw, duurzaamheid en projectmanagement. Naast de deskresearch en interviews wordt er ook gebruik gemaakt van observaties. Observaties geven een goed beeld van de situatie en leveren wellicht meer informatie en inzichten op dan bij deskresearch en diepte-interviews.

3.2.3 Onderzoeksvraag 3

Wat zijn de mogelijkheden voor reduceren, hergebruiken en recyclen van decormateriaal en wat betekent dat voor de bezoekersbeleving?

Om inzicht te krijgen in de mogelijkheden voor het reduceren, hergebruiken en recyclen van decormateriaal kan voornamelijk fieldresearch uitgevoerd worden. Allereerst is er middels deskresearch via bestaande elektronische bronnen en theorieën met modellen informatie verzameld over bovenstaande onderwerpen binnen duurzaamheid. De informatie wordt gebruikt bij de diepte-interviews om te achterhalen wat de mogelijkheden zijn voor het verduurzamen van decormateriaal bij festivals. De interviews bieden tevens inzicht in de verhouding van het belang van de bezoekersbeleving bij (main)stages en verduurzaming in decormateriaal bij festivals.

De hiervoor geïnterviewde experts bevinden zich op het gebied van duurzaamheid, projectmanagement en decorbouw van evenementen. Daarnaast is belangrijk om te achterhalen welke keuzes er gemaakt kunnen worden die leiden tot een duurzamere stage. Door de inzichten uit de interviews kan tevens worden achterhaald of de duurzame mogelijkheden effect hebben op de beleving. De inzichten en uitkomsten van deze onderzoeksvraag kunnen grotendeels het antwoord zijn op de probleemstelling en is daarom uiterst belangrijk.

3.2.4 Onderzoeksvraag 4

Welke verwachtingen hebben bezoekers van (main)stages?

Om de verwachtingen in kaart te brengen van bezoekers en te onderzoeken in hoeverre hierbij de beleving belangrijk is, wordt er gebruik gemaakt van deskresearch en fieldresearch. Deskresearch is gebruikt om inzichten en theorieën te achterhalen met betrekking tot de verwachtingen bij festivalbezoekers en de verdieping binnen beleving. De theoretische perspectieven worden als leidraad gebruikt bij het afnemen van de diepte-interviews bij de festivalbezoekers met als doel om de verwachtingen van de bezoekers van (main)stages te verklaren.

3.2.5 Onderzoeksvraag 5

Hoe kijkt de bezoeker aan tegen hergebruik en recycling van decormateriaal bij (main)stages?

Door middel van fieldresearch worden de meningen van bezoekers met betrekking tot het hergebruiken en recyclen van decormateriaal verkregen. De diepte-interviews zijn uitermate geschikt om het beeld wat de bezoeker heeft over de desbetreffende onderzoeksvraag te achterhalen. Het antwoord op deze onderzoeksvraag is essentieel om het belang van de bezoekersbeleving te ondervinden. Daarnaast speelt de mening van de bezoeker een grote rol als het gaat om het uiterlijk van een (main)stage en de sfeer die daarbij wordt uitgedragen.

3.3 Onderzoekspopulatie

De onderzoekspopulatie bestaat uit de doelgroep waar het onderzoek zicht op richt. Binnen de onderzoekspopulatie wordt er gericht op drie doelgroepen, waarbij twee vanuit de aanbodzijde zoals experts en festivals en één vanuit de vraagzijde zoals festivalbezoekers. De bezoekers zijn onder andere geselecteerd uit de onderstaande festivals die mee willen werken aan het onderzoek. Om een gedetailleerder beeld te geven van de festivalbezoekers, experts en festivals is een omschrijving met kenmerken van de onderzoekspopulatie gegeven.

Festivalbezoekers

Man/vrouw	50% / 50%
Leeftijd	18 – 35 jaar
Opleidingsniveau	MBO/HBO/WO
Levensfase	Studenten, jong professionals
Levensstijl	Festivals bezoeken
Bezoek festival	Minimaal 1 bezoek in 2016 aan festivals binnen het onderzoek
Overige kenmerken	Heeft een duidelijke mening over het design van stages

Experts

Man/vrouw	50% / 50%
Leeftijd	25 – 50 jaar
Opleidingsniveau	MBO/HBO/WO
Levensfase	Professionals
Levensstijl	Passie voor evenementen, met name decorbouw
Bezoek festival	Minimaal werkzaam op 1 festival in 2016 gerelateerd aan het onderzoek
Overige kenmerken	Bezit veel kennis en ervaring over huidige werkwijze omtrent het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal, bezoekersbeleving en evenementen.

Festivals

Capaciteit	20.000 – 60.000 bezoekers per dag
Muziekstijlen	(hard)dance, hardcore, house, techno, freestyle
Festivaldecor	Combinatie van nieuw en hergebruikte materialen
Strategie	Verwachtingen van bezoekers (elk jaar) overtreffen
Overige kenmerken	Festivals worden op een duurzame manier georganiseerd. Willen bewust omgaan met het gebruiken en hergebruiken van materialen bij decorbouw

De gevolgen van de materiaalproblematiek bij decorbouw en het feit dat er tot op heden nog weinig aandacht aan is besteed, benadrukken de relevantie van dit onderzoeksrapport. Zo hebben meerdere festivals interesse in een onderzoek dat gericht is op dit vraagstuk. De keuze voor deze festival heeft te maken met dat zij gelieerd zijn aan ID&T en behoren tot de overkoepelde organisatie SFX Entertainment. Daarnaast staan deze onderstaande festivals open voor duurzame initiatieven en worden zij meegenomen in dit onderzoeksrapport met als doel hun festival te verduurzamen.



Defqon.1 Festival, hierna te noemen *Defqon.1*, is een evenement dat georganiseerd wordt door Q-dance en plaatsvindt op het evenemententerrein in Biddinghuizen. Duurzaamheid is een belangrijk onderdeel van *Defqon.1*, zo wordt er veel gebruikt gemaakt van gerecycled materiaal.



Amsterdam Open Air wordt georganiseerd door AIR, vindt plaats in het recreatiegebied Gaasperpark en werkt samen met in Amsterdam gevestigde muzikale organisaties die het festival vertegenwoordigen als hosts. *Amsterdam Open Air* heeft zich aangesloten bij de Green Deal met als doel het festival te verduurzamen.



Decibel Outdoor Festival, hierna te noemen *Decibel*, wordt georganiseerd door b2s en vindt plaats op Vakantiepark Beekse Bergen in Hilvarenbeek. Veel stages zijn op een technische wijze gebouwd, zodat er relatief weinig materialen verbruikt worden.



Mysteryland vindt plaats op het Floriadeterrein in Haarlemmermeer en wordt georganiseerd door ID&T. Bij het festival wordt veel aandacht besteed aan duurzaamheid en dat wordt doorgevoerd met het duurzaamheidsprogramma 'Celebrate Life'. Naast *Amsterdam Open Air* heeft ook *Mysteryland* zich aangesloten bij de Green Deal.

3.4 Werving en steekproef

In het onderzoeksrapport worden experts op het gebied van evenementen, duurzaamheid en beleving geïnterviewd. Daarnaast worden er ook bezoekers geïnterviewd die recentelijk de festivals binnen het onderzoek bezocht hebben. Voor de werving van respondenten is gekozen voor de sneeuwbalmethode, waarbij gebruik wordt gemaakt van het netwerk van ID&T, uit kennissenkring en mijn persoonlijke netwerk om een steekproef bij af te nemen (Baarda, Dit is onderzoek!, 2009). De werving voor de expert-interviews kunnen verkregen worden zowel via het netwerk van ID&T als mijn persoonlijke netwerk. Bij het selecteren van de experts wordt gekeken naar de expertise en kennis die de expert heeft. Aangezien elke onderzoeksvraag gerelateerd is aan (decor)materialen en evenementen, is het belangrijk dat de experts zich ook op deze gebieden kennis en ervaring bezitten.

Bij de werving van respondenten voor interviews met festivalbezoekers kan gebruik worden gemaakt van het netwerk van ID&T en mijn persoonlijke netwerk. De festivalbezoekers worden allereerst geselecteerd aan de hand van een aantal kenmerken. De bezoekers behoren minimaal 1 festival in 2016 bezocht te hebben die betrekking heeft op het onderzoek. Verder worden de festivalbezoekers in de onderzoekspopulatie gesegmenteerd op man/vrouw, leeftijd, opleidingsniveau, levensfase, levensstijl en overige kenmerken.

3.5 Meetinstrument

De begrippen uit het conceptueel model waar de focus op wordt gelegd worden meetbaar gemaakt door ze te verwerken in een itemlijst voor de diepte-interviews. Op basis van de itemlijst wordt er een vragenlijst opgesteld met open vragen die als meetinstrument worden gebruikt en gehanteerd worden bij het afnemen van de diepte-interviews. Deze interviews worden ook wel semigestructureerde interviews genoemd, waarbij vragen worden voorbereid, maar hiervan mag wel worden afgeweken. Hierdoor ontstaat er ruimte om de volgorde van de vragenlijst te wijzigen of vragen toe te voegen wanneer de mogelijkheid en de behoefte daarvoor is. Dit heeft als gevolg dat er meer en gedetailleerdere informatie verkregen wordt. Naast diepte-interviews worden tevens ongestructureerde observaties gebruikt. Deze worden niet gebruikt als meetinstrument, omdat de observaties binnen het onderzoek lastig af te bakenen zijn. De observaties worden bij diverse festivalorganisaties ingezet, waardoor verschillende situaties geobserveerd worden. Om de benodigde informatie te achterhalen wordt gebruik gemaakt van de diepte-interviews (van der Zee, Observeren, 2015). De itemlijst die wordt gehanteerd bij het afnemen van de interviews, heeft de volgende opbouw:

1. Introductie

2. Algemeen

3. Beleving

3.1 Persoonlijke context

- Kennis
- Interesses
- Motivatie
- Verwachtingen

3.2 Sociale context

- Vrienden
- Familie
- Andere bezoekers
- Festivalorganisatie

3.3 Fysieke context (mainstage)

- Vormgeving
- Architectuur
- Sfeer
- Geluid
- Gevoel

4. Duurzaamheid

4.1 Sociaal

- Welzijn van de bezoekers en de maatschappij
- Samen een positieve bijdrage leveren aan de samenleving
- Mening over (main)stages
- Belang bij (main)stages

4.2 Milieu

- Afval/materialen
- Impact van festivals op het milieu en de omgeving
- Bijdrage leveren aan het festival en positieve impact op het milieu achterlaten
- Innovatieve duurzame oplossingen

4.3 Economisch

- Kosten besparen
- Inkopen
- Economische effecten van de ecologische en sociale aspecten

Zoals hierboven is beschreven wordt op basis van de itemlijst een vragenlijst opgesteld. Omdat er verschillende respondenten worden ondervraagd, zoals festivalbezoekers en experts op het gebied van beleving, duurzaamheid en evenementen, worden hiervoor gevarieerde vragenlijsten gemaakt en aangepast op de respondenten.

3.6 Gegevensanalyse

Als de dataverzameling compleet is, worden de resultaten geanalyseerd. De interviews zijn semigestructureerd waarbij gebruikt wordt gemaakt van open vragen. Dit betekent dat de uitwerking van de interviews aan de hand van transcripties wordt gemaakt. Bij het bezoekersinterview is ervoor gekozen om zowel aan het begin als aan het einde van het interview dezelfde vraag te stellen. Dit wordt gedaan om erachter te komen of bezoekers zich ervan bewust zijn van de negatieve impact die een mainstage kan veroorzaken. Om een gewenst beeld te krijgen van de bezoekerinterviews wordt er gebruikt gemaakt van een protocolanalyse, een methode om interviews te analyseren (van der Zee, Protocolanalyse, 2015). Bij deze methode wordt allereerst de relevante informatie behouden die vervolgens gefragmenteerd en gelabeld wordt. Tot slot worden de resultaten van de interviews en observaties afgesloten met een conclusie, die gericht is op de onderzoeksvragen met de focus op decorbouw, duurzaamheid, beleving en evenementen.

“ You may never know what results come of our actions,
but if you do nothing, there will be no results. ”

Mahatma Gandhi

Onderzoeksresultaten vanuit aanbodzijde

04

- 44 4.1 Kwalitatief onderzoek
- 45 4.2 Ontwerpen en gebruiken van decormateriaal
- 49 4.3 Wat gebeurt er met de materialen na het
evenement?
- 54 4.4 Duurzame mogelijkheden omtrent materialen
- 57 4.5 Duidelijkheid van afvalscheiding tijdens op- en
afbouw van mainstages
- 58 4.6 Conclusie

Onderzoeksresultaten vanuit aanbodzijde

In dit hoofdstuk worden de resultaten vanuit de aanbodzijde toegelicht aan de hand van interviews en observaties. De interviews en observaties zijn uiteengezet aan de hand van de onderzoeksvragen. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een algehele conclusie.

4.1 Kwalitatief onderzoek

De resultaten uit de interviews en observaties worden in dit hoofdstuk niet afzonderlijk beschreven, omdat zij elkaar aanvullen en een beter beeld geven over het vraagstuk. Voordat de observaties bij de festivals plaatsvonden, is er een gesprek geweest met Jaime de Zwart. Hij is eigenaar bij het bedrijf *Afwerking* en door middel van verwerking van recyclebaar hout op duurzame wijze, biedt hij met zijn bedrijf zingeving aan jongeren en jongvolwassenen met een afstand tot de arbeidsmarkt (Afwerking, 2016). Doordat er een samenwerking is aangaan met Jaime kan het restmateriaal, wat normaal gesproken in de container belandt of naar de afvalverwerker gaat, nu naar Afwerking gebracht worden. Hieronder is eerst een inleiding voor zowel de interviews als observaties beschreven.

Interviews

Om de huidige werkwijze omtrent het gebruik van decormateriaal te achterhalen en te verklaren welke mogelijkheden er zijn voor duurzamere mainstages, zijn zes experts geïnterviewd. De experts zijn geïnterviewd op het gebied van decorbouw, creatie en duurzaamheid om dieper op deze vraagstukken in te gaan en hun visie vanuit een praktijkgerichte benadering te geven. Hierbij is tevens gekeken of leveranciers bekend zijn met het duurzaamheidsbeleid van ID&T en of de communicatie met betrekking tot het scheiden van materialen helder is voor bouwers. De interviews zijn uitgewerkt tot transcripties en zijn bijgevoegd als bijlage in paragraaf 9.4.

Een overzicht van de geïnterviewde experts:

Interview	Guido van den Berk	Dirk Mandaat	Evelien Wilting	Arjan Maas	Tom van den Houdt	Jonas Schmidt
Organisatie	Good Guyz	M2 Printing	ID&T	Exposure Company	Backbone	Q-dance
Expertise	Productie events	Banners	Creatief proces	Banners	Technische productie events	Concept-ontwikkeling

Observaties

Om te onderzoeken welke opvallende zaken tijdens de op- en afbouw van decorbouw naar voren zijn gekomen, is gebruik gemaakt van ongestructureerde observaties. De festivals die zijn geobserveerd zijn Amsterdam Open Air, Defqon.1, Decibel en Mysteryland. De betreffende festivals zijn geselecteerd op interesse naar het onderzoek en de keuze om bewust om te willen gaan met het (her)gebruiken van decormateriaal, zodat hun festivals op een duurzamere wijze georganiseerd kunnen worden. Tevens zijn de observaties gebruikt om te achterhalen wat er na afloop van een evenement met materialen gebeurt, welke impact materialen hebben op het milieu en of er duurzamere alternatieven zijn voor de materialen qua materiaalgebruik en bestemming na het evenement. Daarnaast is bij de observaties gekeken of de communicatie met betrekking tot het scheiden van materialen helder is voor bouwers.

Een overzicht van de observaties:

	Amsterdam Open Air	Defqon.1	Decibel	Mysteryland
Datum	4 & 5 juni	24, 25 en 26 juni	19, 20 en 21 augustus	27 & 28 augustus
Capaciteit per dag	20.000	60.000	60.000	60.000
Aantal festivaldagen met mainstage	2 dagen	2 dagen	1 dag	2 dagen

4.2 Ontwerpen en gebruiken van decormateriaal

Bij de observatie van de opbouw van de festivals is gekeken naar welke materialen er nieuw worden gebruikt, welke worden hergebruikt en hoe worden de materialen bevestigd. Daarnaast wordt bij de afbouw gekeken naar welke materialen gescheiden worden weggegooid en of dit nodig is? Verder zijn er voorafgaand aan de observaties interviews gehouden met experts op het gebied van decorbouw, creatie en evenementen. In een interview met Guido, de producent van festival Amsterdam Open Air komt naar voren hoe het proces verloopt bij het ontwerpen van een stage.

“Eerst wordt er gekeken naar wat is het thema en wat willen we, dan wordt er een ontwerp gemaakt. Als dat klaar is, dan gaan we kijken of er toevallig nog iets ligt in de loods wat we kunnen gebruiken. Als dat al gebeurt, als die vraag wordt gesteld, maar 9 van de 10 keer niet (Van den Berk, 2016).”

In de probleemanalyse werd al eerder aangegeven dat festivaldecors vaak zijn gekenmerkt door een thema, wat volgens de literatuur van Pine & Gilmore een andere werkelijkheid schept dan die van alledag en herkenning geeft aan de bezoeker. Zo zorgt de aankleding van festivaldecors voor extra verbeeldingskracht aan het thema en kan een festival zich hiermee onderscheiden. Bij het ontwerpen van een stage wordt daarom vaak allereerst gekeken naar welk thema de festivalorganisator wil. Maar hoe zit het met de materiaalkeuze van de mainstage? In een interview met Evelien Wilting, die creatief eindverantwoordelijke voor Mysteryland is, komt naar voren welke factor invloed heeft op de materiaalkeuze bij het ontwerp van een mainstage.

“Nou bij het eerste ontwerp niet, maar dat gebeurt wel al vrij snel, dat we daar al mee beginnen. Dat komt omdat we weten dat het budget gewoon bepaalde beperkingen oplegt in het materiaalgebruik, dus we maken heel veel van hout, veel van stof en van gedrukte banner. Vaak is het een combinatie van die materialen (Wilting, 2016).”

In het interview met Jonas Schmidt, creatie manager bij Q-dance, blijkt tevens dat er niet direct wordt nagedacht over de materiaalkeuze vanuit het aspect duurzaamheid bij het ontwerpen van een mainstage.

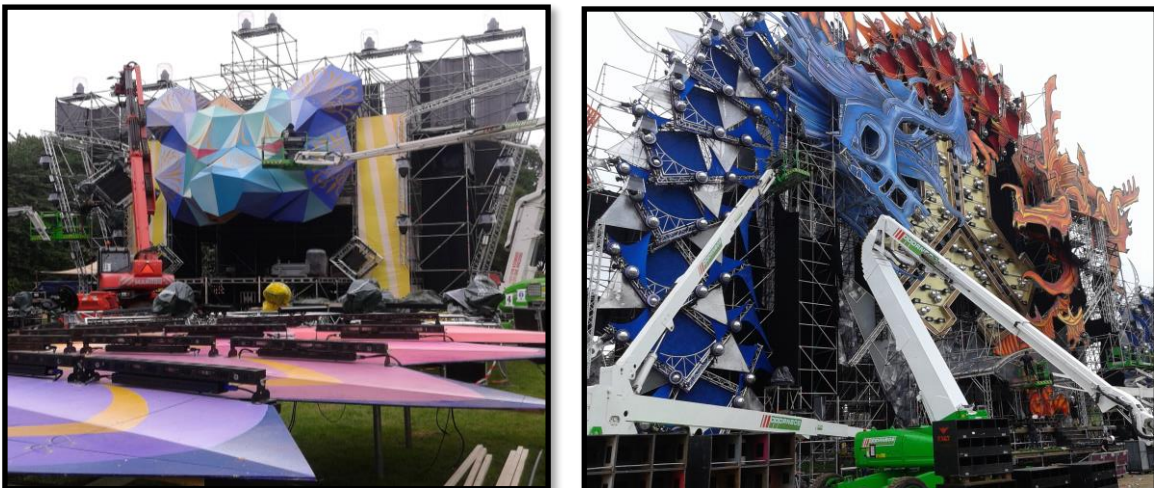
“Op 1 staat gewoon de look, betaalbaarheid en haalbaarheid. Maar ook onze belangrijke decormensen zijn wel mensen die het liefst niet nog meer bende en ellende willen achterlaten, dus waar het kan zijn we daarmee bezig en vanuit de essentie van Defqon.1 zijn we altijd wel met die rauwe recycle materialen bezig geweest (Schmidt, 2016).”

Materiaalgebruik

Bij de observatie van de opbouw bij de mainstage van Amsterdam Open Air valt op dat er voornamelijk nieuw materiaal wordt gebruikt. Er is veel plaatmateriaal gebruikt dat wordt bevestigd met schroeven. Het plaatmateriaal wordt verstevigd door balken die aan de achterkant van het plaatmateriaal worden bevestigd. Verder wordt een groot deel van de mainstage aangekleed met banners. Daarnaast wordt er met de opbouw van de mainstage van Amsterdam Open Air volgens van den Berk weinig tot geen materiaal weggegooid. Dit betekent, met deze editie in ieder geval, dat vrijwel alles in de loods wordt gemaakt en daarna uit elkaar wordt gehaald. Met de start van de opbouw wordt de mainstage richting de locatie gebracht en daar in elkaar gezet en opgehangen.

Daarentegen worden er bij de opbouw van het festival Defqon.1 veel materialen gebruikt die de organisatie zelf in een opslagruimte heeft staan, zoals messen frames, driehoekige stage frames en autobanden met discoballen. De werkwijze die de organisatie van Defqon.1 hanteert om veel herbruikbare decormaterialen te gebruiken in hun mainstage, is te vergelijken met de technische kringloop van het Ellen MacArthur Foundation model. In deze kringloop worden materialen op een dusdanige manier ontworpen zodat ze na het gebruik opnieuw ingezet kunnen. Zo worden er door de organisatie enkele principes toegepast die zorgen voor een circulaire economie. Materialen worden zo ontworpen dat ze bij de afbouw van een festival gemakkelijk demonteerbaar en weer bruikbaar zijn, waardoor er een levenslang design gecreëerd wordt. Bij de opbouw van de mainstage van Defqon.1 wordt weinig tot geen materiaal weggegooid. Bij het gebruik van nieuwe materialen is er vooral veel plaatmateriaal en stof gebruikt voor de mainstage. In tegenstelling tot de stage van Amsterdam Open Air wordt er door Defqon.1 voor het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal meer gebruik gemaakt van hergebruikte materialen. De vraag die speelt is: waarom worden er door andere festivals niet meer materialen hergebruikt? Creatief Manager Evelien Wilting heeft daar wel een verklaring voor.

“Defqon.1 heeft natuurlijk als overkoepelende, recyclede feest achtige thema's, dus daar is het heel logisch om op die manier te werken. Bij Mysteryland zouden we ook best wel als we willen tanden van badkuipen kunnen maken of iets dergelijks, maar bij ons ligt de focus er niet om op die manier materiaal te gebruiken. Ik vind dat wel een hele toffe manier, maar dat is wel echt een keuze in bepaald thema wat heel erg bij Q-dance en heel erg bij Defqon.1 past (Wiling, 2016).”



Figuur 10: opbouw mainstage Amsterdam Open Air en Defqon.1

Volgens Evelien Wilting speelt de identiteit van een organisatie tevens mee op welke manier je een stage bouwt en dus gebruik maakt van nieuwe en/of hergebruikte materialen. Het creëren van een eigen identiteit zorgt ervoor dat festivals van elkaar differentiëren, maar zorgt ook voor of bezoekers wel of geen kaartje kopen. Als die identiteit goed overgebracht kan worden ontstaat er door bezoekers een bepaald verwachtingspatroon van bezoekers door eerdere ervaringen bij het bezoeken van een festival. Zo blijkt in het interview met Jonas Schmidt van Q-dance dat de werkwijze in het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal van belang is bij bezoekers.

“We hebben dat gecultiveerd, want bij Defqon.1 hoort gewoon een klappende mainstage die aan het knippen is. Dat is waar mensen het kaartje voor kopen. De essentie van Defqon.1 met die ‘recycle art’ en ‘used materials’ heeft ervoor gezorgd dat we de afgelopen 10 jaar altijd heel veel onderdelen gehad hebben in een stage die of al een functie hadden gehad en nog even een nieuwe functie kregen in een vorm van een kunstwerkje. Of dat we dingen bouwen die we vervolgens het jaar daarna weer recyclen (Schmidt, 2016).”

Kijkend vanuit het theoretisch kader wordt door de organisatie van Defqon.1 het 3 R-model wel gebruikt, maar niet vanuit duurzaamheidsoverwegingen. Het 3 R-model wordt gebruikt als strategie en positionering van hun merk Defqon.1, waarbij de identiteit en essentie van Defqon.1 belangrijk is voor de herkenningsswaarde van de bezoeker. Na het festival wordt bekeken of decormaterialen opgeslagen en hergebruikt (reuse) kunnen worden of ingezet kunnen worden met een andere bestemming en functie zoals terreindecoratie (recycle). Door deze materialen te hergebruiken en recyclen, wordt het kopen van nieuwe materialen gereduceerd (reduce). In het interview met de producent van Amsterdam Open Air blijkt dat het echter lastig is om hergebruikte materialen te gebruiken.

“Het hergebruikte valt best wel tegen en dat heeft er mee te maken dat ieder jaar bij een evenement, een nieuw thema verzonnen wordt. Dus dan krijg je ook dat er nieuwe decorstukken gemaakt worden. Daar kan nog wel wat beter over nagedacht worden. Dat we zeggen: we gaan nu iets maken, dan laten we dat opslaan en dat gaan we volgend jaar weer inzetten (Van den Berk, 2016).”

Een andere manier van hergebruiken wordt gedaan door het festival Mysteryland. In het interview met Wilting komt naar voren dat het decor van een mainstage soms ook hergebruikt wordt als ander product op het festivalterrein.

“We zijn nu met Mysteryland gaan kijken, dit jaar eigenlijk voor het eerst, naar hoe we bepaalde elementen zo kunnen maken dat ze ook geschikt zijn om te hergebruiken. We hebben bijvoorbeeld een boog nu in het podium waarvan we nu of van te voren al weten dat als we die duurzaam maken, dan kunnen we die volgend jaar ook als poort op het terrein zetten (Wilting, 2016).”

Bij observatie van de opbouw bij de mainstage van Mysteryland blijkt dat er minimaal gebruik gemaakt wordt van nieuw materiaal. In het interview met technisch producent Tom van den Houdt wordt duidelijk dat de mainstage al eerder gebruikt is bij de Mysteryland editie in Amerika. Er wordt door de organisatie van Mysteryland goed gebruik gemaakt van het hergebruiken van materialen. Bij de opbouw ontstaat er dus weinig tot geen afvalmateriaal. Voor de mainstage is veel hout, waaronder voornamelijk plaatmateriaal gebruikt. Ondanks dat er weinig nieuw materiaal gebruikt is, is het vershippen van de mainstage naar Nederland geen goedkope en relatief duurzame manier.

Bij de opbouw van de Decibel mainstage wordt veel decormateriaal hergebruikt. De organisatie heeft een opslagruimte waar menig materiaal bewaard wordt, waardoor decormaterialen opnieuw ingezet kunnen worden. Materiaal aan decor dat voornamelijk is gebruikt zijn houten platen en gekleurde stoffen. Vergeleken met de andere mainstages binnen het onderzoek, heeft de Decibel mainstage een technischer ontwerp, waardoor veel decormaterialen relatief makkelijker te hergebruiken zijn.

Zo heeft het plaatmateriaal veelal hetzelfde rechthoekige formaat en dit kan hierdoor op veel events of als terrein decoratie hergebruikt worden.



Figuur 11: opbouw mainstage Decibel en Mysteryland

Meest gebruikte materialen

Om het onderzoek te kaderen is er gekozen voor de meest relevante en gebruikte decormaterialen die worden gebruikt bij het bouwen van een mainstage. Hierbij is gekeken naar de hoeveelheid van materiaalsoorten die worden gebruikt in de mainstage van de betreffende festivals in het onderzoek, de prijs per eenheid en het eindbedrag aan gebruikte materiaalsoorten.

1. Afrokdoek

Afrokdoek is een (wegwerp) stof dat gemaakt is van flanel en meestal éénmalig gebruikt wordt voor afwerking van podia, decors, en steigers. Het materiaal wordt op rol besteld vanwege de grote afname. De stof wordt meestal in de kleur zwart besteld voor professionele uitstraling en om de focus op het stagedesign te leggen. Uit interviews blijkt dat het materiaal relatief goedkoop is, namelijk variërend tussen €1,00 á €2,00 per meter. Relatief gezien omdat het materiaal enorm veel gebruikt wordt.

2. Balk- en plaatmateriaal

Met balkmateriaal wordt er bij de betreffende festivals in het onderzoek vooral gesproken over dunne houten latten (panlatten) en balken. De panlatten worden voornamelijk aan het steigerwerk en afrokdoek gemonteerd. De houten balken worden bevestigd met schroeven aan de achterkant van het plaatmateriaal ter versteviging.

Het decor van de stage wordt vaak voor het grootste deel gefabriceerd met houten platen. De houten platen worden geleverd in de kleuren van het desbetreffende stage ontwerp en wordt bevestigd tegen het steigerwerk. Uit de resultaten blijkt dat de prijs per eenheid voor balk- en plaatmateriaal tussen €5,00 á €8,00 per m² kost.

4. Banners

Banners zijn gedrukte spandoeken gemaakt van PVC-materiaal en worden vooral gebruikt om de stage aan te kleden. De banners zijn in verschillende varianten beschikbaar en kunnen in elk gewenst formaat gedrukt worden in het thema van het betreffende festival. De banners worden bevestigd aan frameonderdelen met elastieken. De prijs voor een PVC-banner kost gemiddeld €10,00 per m².

4.3 Wat gebeurt er met de materialen na het evenement?

Met het onderzoek wordt er bij de betreffende festivals met de afbouw gekeken welke materialen worden meegenomen en opgeslagen voor een volgende keer. Daarnaast wordt er tevens gekeken welke materialen er gescheiden weggegooid kunnen worden en wat er gebeurt met die materialen.

Bij de afbouw van de mainstage van Mysteryland ontstond weinig afvalmateriaal, dit omdat het decoratieve hout wordt opgeslagen voor een eventuele volgende editie ergens. Daarnaast kunnen bepaalde decoronderdelen hergebruikt worden ter decoratie op het festivalterrein. Omdat de mainstage al eerder is gebruikt, is het een relatief duurzame productie. Echter wordt het materiaal afrokdoek wel gescheiden van andere materialen, maar dit wordt niet hergebruikt door de organisatie.

Aan het einde van het festival Decibel is er weinig afvalmateriaal bij de afbouw van de mainstage, omdat het decormateriaal meegenomen wordt naar de opslagruimte. Hier worden de decormaterialen opgeslagen voor een ander event van de organisatie of als opvulling van de looppaden bij Decibel, zo vertelt producent Joost van Straten van organisatie b2s. Hij geeft in het interview aan dat ze als organisatie liever een transport mee terug nemen, dan dat er onnodig veel wordt weggegooid, waardoor er meer kosten gemaakt worden aan de kant van afval. Er wordt dus bewust omgegaan met het materiaalgebruik zodat de materialen herbruikbaar zijn en afvalkosten laag blijven. Daarmee streeft de organisatie van Decibel naar enkele principes binnen het Ellen MacArthur Foundation model. De waarden van de materialen worden behouden door het maximale uit de decormaterialen te halen. Eerst wordt er gekeken of ze nog bruikbaar zijn om ze vervolgens te hergebruiken voor een volgende editie of te recyclen voor andere doeleinden op evenementen. Voor deze editie is gekozen voor gekleurde doeken om de steigers af te rokken zoals te zien in figuur 11. Deze doeken worden volgens van Straten niet bewaard voor hergebruik.

Uit een interview met Guido van den Berk, de producent van het festival Amsterdam Open Air komt naar voren dat er bij de afbouw wel decorstukken worden bewaard. Er wordt ook nagedacht om de decorstukken van de vorige editie te hergebruiken of een nieuw decor te ontwerpen dat mogelijkheden heeft om het volgende jaar weer te gebruiken. Uit de ervaring van de producent blijkt dit echter lastig te zijn.

“Mensen zijn dan gewoon beperkt in hun vrijheid en dan zie je dat dingen toch gewoon weer snel in de kast blijven liggen en dat we weer iets nieuws maken. Op Amsterdam Open Air gaan we volgend jaar weer een andere mainstage bouwen, maar we proberen wel wat breder te kijken. We hebben zoveel evenementen met z’n allen.. kunnen we het decor van Amsterdam Open Air, van een stage, een object, niet op een ander event neerzetten (Van den Berk, 2016)?”



Figuur 12: (restmateriaal) mainstage Amsterdam Open Air

In het interview met van den Berk komt naar voren dat de mainstage wel voor een ander festival gebruikt zou kunnen worden. Echter willen festivalorganisatoren dat vaak niet, omdat ze graag zelf alles willen maken. Daarnaast zijn stages vaak thema gebonden en moet het dan ook weer passen binnen het thema dat de organisatie heeft. De producent vertelt wat er uiteindelijk gebeurt met al het hout van de mainstage als het niet naar een ander festival gaat.

“Dan gaat het gewoon de container in. Ja, ik vind het eeuwig zonde, als je ook kijkt hoeveel materialen er in die berenkop zitten, dat is gewoon echt serieus een vracht hout. Dus we gaan natuurlijk kijken of we dat kunnen recyclen op een of andere manier of een soort inzameling of iets dergelijks (Van den Berk, 2016).”

Bij Amsterdam Open Air zijn er in totaal drie volle containers zoals in figuur 12 naar het bedrijf Afwerking gegaan. Zonder deze samenwerking zouden deze containers naar de afvalverwerker zijn gegaan. Maar hoe komt het dat restmateriaal vaak niet wordt hergebruikt voor een nieuwe stage of een andere oplossing? Volgens de producent van Amsterdam Open Air is het voor onder andere ontwerpers altijd heel lastig om materialen te hergebruiken, omdat ze met een nieuw thema zitten. Daar kan echter beter over nagedacht worden om decormateriaal voor de volgende editie te hergebruiken, aldus van den Berk. Volgens hem is er een achterliggend probleem bij dit onderzoek waardoor materiaalprobleem wordt veroorzaakt.

“Ik denk dat het materialenprobleem vooral te maken heeft met de mindset van het proces binnen de organisatie. Er moet meer worden aangestuurd, zodat we objecten die we dit jaar gebouwd hebben, volgend jaar weer kunnen inzetten. Dan moet iedereen, ID&T overkoepelend, op één lijn zitten en gezamenlijk een soort decor plan maken en kijken wat we kunnen doorschuiven naar andere events (Van den Berk, 2016).”

In figuur 13 is het restmateriaal van de Defqon.1 mainstage te zien dat vrij is gekomen tijdens de afbouw. Uit de afbeelding valt tevens op dat het restmateriaal niet gescheiden wordt. Zowel houten platen en balken als afrokdoek zijn in één container beland. Het hergebruiken van deze materialen wordt op deze werkwijze zeer lastig. Daarnaast kost het een afvalverwerker meer tijd en indirect geld om z'n dergelijke container te scheiden. In paragraaf 4.1.4 wordt dieper ingegaan op deze werkwijze van materiaalgebruik en duidelijkheid van afvalscheiding tijdens op- en afbouw van mainstages. Verder geeft van den Berk in het interview aan wat het achterliggende probleem enkel versterkt: de altijd gigantische grote tijdsdruk.



Figuur 13: (restmateriaal) mainstage Defqon.1 Festival

Elke keer is het creatieve proces te laat opgestart waardoor organisatoren altijd te laat zijn, altijd achter de feiten aan lopen en om dan aan duurzaamheid te denken door restmateriaal te hergebruiken, daar is gewoonweg geen tijd voor. Dan is er enkel één oplossing: nieuwe platen en balken bestellen. Als dat hele proces nu naar voren getrokken kan worden, dan kan er ook veel beter gekeken worden naar de constructie en kan er wellicht wel op een efficiëntere, slimmere of andere manier materiaal bespaard worden of duurzamer materiaal gebruikt worden, aldus van den Berk.

Plaat- en balkmateriaal

Van de betreffende festivals binnen het onderzoek, wordt er bij allen veel gebruikt gemaakt van plaatmateriaal en balkmateriaal. Dit zijn dan ook de meest gebruikte materialen bij festivals.

De grote onderdelen zoals het plaatmateriaal van de Amsterdam Open Air mainstage worden bewaard vertelt Alex Manetti, een van de hoofd decorbouwers. Korte balken, latten en planken zoals te zien op figuur 12 worden weggegooid. Deze materialen worden gebruikt om het grote plaatmateriaal aan elkaar te bevestigen. Volgens Manetti heeft het weinig zin om deze materialen te houden. Het kost hem meer tijd en dus geld om de schroeven en nietjes uit het hout te halen dan nieuwe balken te kopen. Omdat hij zich aan een strikt budget moet houden is de keuze makkelijk gemaakt zegt hij. Daarnaast is volgens hem houtmateriaal dat korter is dan 1 meter niet meer bruikbaar om te hergebruiken voor mainstages.

Banners

Een veel voorkomend materiaal dat vaak na het evenement naar de afvalverwerker wordt gebracht is bannermateriaal. Deze worden dus voornamelijk eenmalig gebruikt voor een festival (Kooi, 2016). Zoals al eerder is benoemd is banner een spandoek dat gemaakt is van PVC-materiaal, waardoor het erg stevig is en dus zeer geschikt voor buitengebruik zoals op festivals. Kijkend naar de huidige edities van betreffende festivals, heeft enkel Amsterdam Open Air banners gebruikt in de mainstage. Banners worden door zowel van der Berk, Kooi, Manetti als Schmidt voornamelijk eenmalig gebruikt.

Volgens Jonas Schmidt, de art director van onder andere Defqon.1, hebben banners twee kanten van het verhaal. Banners zijn relatief duurzaam, maar het is volgens hem wel materiaal dat altijd allemaal wordt weggegooid, omdat het niet nog een keer gebruikt kan worden in de mainstage. Banners zijn vaak thema gerelateerd, waardoor ze niet worden bewaard, tenzij het om stages gaat die wederom ingezet worden in het buitenland. Evelien Wilting van Mysteryland geeft aan dat banners juist goed te hergebruiken zijn. De reden om de banner te hergebruiken is zowel vanuit kostenbesparing als duurzaamheidsoogpunt. Zo laat Wilting namelijk weten in het interview dat zij bezig zijn om banners zowel voor een stage als losse onderdelen afzonderlijk van elkaar nog te kunnen (her)gebruiken.

“Banners kun je gewoon bewaren. Zo hebben we wel eens de banners van de stage laten versnijden zodat we ze op zwarte hekken konden maken. We hebben ook wel eens banners beschikbaar gesteld aan projecten waarbij tassen, tafelkleden etc. van werden gemaakt. We zijn nu ook met een project bezig waarbij we oude hekwerk banners hergebruiken. Die worden nu beschilderd door kunstacademie studenten en die komen dan op de toiletgroepen (Wilting, 2016).”

Afrokdoek

Het materiaal dat na het gebruik bij evenementen direct wordt weggegooid is afrokdoek. Afrokdoek wordt gemaakt van de stof flanel, wat volgens Jake Kooi, een van de hoofd decorbouwers, een van de meest goedkope materialen is. Het wordt gebruikt voor het afrokken van podiumdelen en stagedelen. Afrokdoek wordt voornamelijk eenmalig gebruikt, omdat wanneer het doek nat wordt het niet voldoende brandwerend meer is. Daarnaast wordt het doek ook vies, doordat het meerdere dagen buiten heeft gehangen.

“We gebruiken heel veel stof, zowel ID&T als Q-dance. Dat doen we allemaal om dingen af te rokken en dat wordt gewoon één of meerdere dagen gebruikt en daarna weggegooid. Ik zou dat wel interessant vinden om eens te kijken, hoe we daar nu een andere oplossing voor kunnen bedenken (Wilting, 2016).”

“Er wordt ontzettend veel m2 afrokdoek gebruikt ieder jaar en het gaat allemaal de container in. En dan kun je zeggen, ja we kunnen het bewaren. Meestal is het nat en vies en de volgende keer als je iets af gaat afrokken, dan heb je geen tijd en indirect geld om eens even te gaan kijken welke stukjes er allemaal nog liggen en dat gaan we dat even rustig aan elkaar plakken (Van den Berk, 2016).”

De interesse naar een oplossing voor afrokmateriaal komt doordat het door festivalorganisaties onder een van de meest gebruikte decormaterialen valt. In vergelijking met materialen als hout of banners kan afrokmateriaal niet direct hergebruikt worden voor hetzelfde doeleinde.

Impact van materialen op het milieu

Zoals in de probleemanalyse is beschreven zijn festivals milieubelastend voor de omgeving. De materialen die gebruikt worden om mainstages te bouwen en het afval dat ontstaat hierdoor hebben invloed op de sociale, ecologische en economische aspecten van duurzaamheid. Afgeleid uit het theoretisch kader wordt het materiaalprobleem beschreven met de relevantie van de drie pijlers. Volgens de theorie van Elkington is het belangrijk dat er gestreefd wordt naar een balans binnen de drie aspecten om een duurzame ontwikkeling te garanderen voor toekomstige generaties. Uit de observaties en interviews blijkt het evenwicht binnen het model nog niet volledig gevonden te zijn. Veel van de gebruikte materialen eindigen nog bij de afvalverwerker, wat zorgt voor een negatief effect op de ecologische pijler. Dit wordt veelal veroorzaakt door de invloed van de economische pijler. Zo wordt er door experts aangegeven in interviews dat het budget beperkingen oplegt in de materiaalkeuze. Hieruit kan opgemaakt worden dat er vaak gekozen moet worden voor goedkope materialen.

Ondanks de gemaakte keuzes uit de ecologische en economische pijlers, blijft de sociale pijler uit het model op de achtergrond. Sociale projecten, door decormaterialen van mainstages te doneren of te verkopen zodat het materiaal een tweede leven krijgt, worden nog te weinig gerealiseerd.

Hout

Het materiaal hout is op zichzelf staand niet milieubelastend, omdat het een natuurlijk product is en hierdoor biologisch afbreekbaar. Echter om hout te gebruiken worden er vele bossen gekapt. Gezien over de hele wereld is al bijna de helft van oorspronkelijke bossen verdwenen. Van dit overgebleven bos wordt een klein deel (10%) beschermd. Bijna 8,8 miljoen hectare aan natuurlijk bos verdwijnt per jaar. Dit kan vergeleken worden met ruim twee keer Nederland (WNF). 15% van de wereldwijde CO₂-uitstoot wordt veroorzaakt door ontbossing en speelt hiermee een enorme rol in klimaatverandering (FSC Nederland).

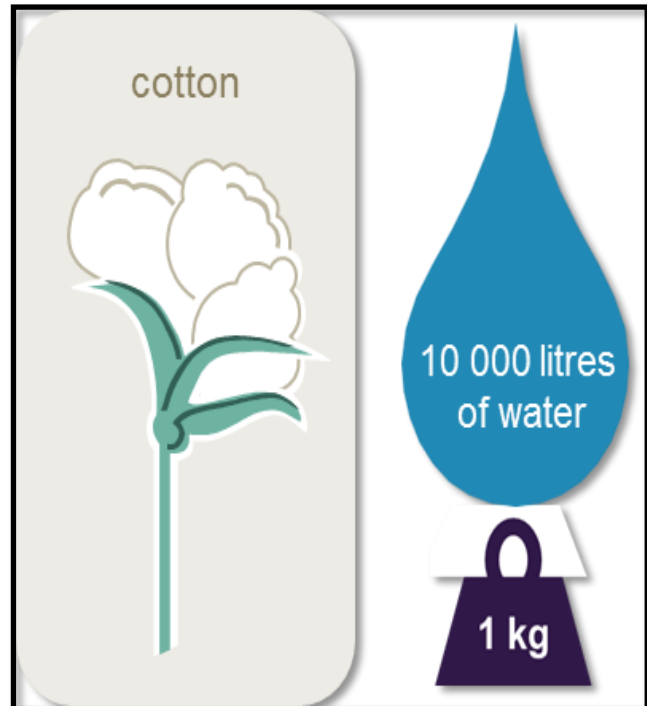
Om verantwoord om te gaan met hout, wordt er bij de betreffende festivals in het onderzoek gebruik gemaakt van FSC-gecertificeerd hout. De Forest Stewardship Council (FSC) is een internationale organisatie die zich inzet voor behoud en verantwoord bosbeheer wereldwijd. Volgens FSC wordt er van een verantwoord bosbeheer gesproken als de ecologische, economische en sociale aspecten van het bosbeheer gelijkmatig op elkaar afgestemd zijn. Hierbij wordt er gedoeld op de bescherming van planten, dieren en de rechten van de lokale bevolking en bosarbeiders. Tevens het oogsten van hout waarbij geld wordt verdiend mét behoud van het bos.

Liesbeth Gort, directeur van FSC Nederland: “Het staat buiten kijf dat FSC-bosbeheer een middel is om ontbossing tegen te gaan en daarmee ook een instrument is tegen klimaatverandering.”

Door hout te gebruiken dat FSC-gecertificeerd is, wordt er bijgedragen aan de bescherming van bossen en aan een gezonde omgeving voor mens en dier wereldwijd. Daarnaast is de Forest Stewardship Council als enige boscertificeringssysteem lid van ISEAL Alliance, de wereldwijde vereniging voor duurzaamheidsstandaarden (FSC Nederland).

Katoen

Dat afrokdoek bekend staat bij buitenevenementen als wegwerp stof is bekend. De stof flanel kan bijvoorbeeld gemaakt zijn van wol, katoen of iets synthetisch. Het materiaal wat voornamelijk wordt gebruikt om stages af te rokken is gemaakt van 100% katoen en wordt bij festivals gebruikt als tijdelijke decoratieve oplossing. Dat afrokdoek als wegwerpmateriaal wordt gebruikt komt grotendeels door de goedkope prijs. Daarnaast kan het materiaal vaak niet hergebruikt worden vanwege veiligheidseisen. Het materiaal wordt namelijk brandvertragend behandeld zodat het voldoet aan de normen brandveiligheid en brandvertragend materiaal volgens B1 certificering (DIN, 2016). Deze certificering is een strenge EU normering waarin brandwering van materialen is bepaald. Door te voldoen aan deze normen kan het ontstaan en uitbreiden van brand voorkomen worden.



Figuur 14: waterverbruik bij katoenteelt

“Je zit natuurlijk ook met veiligheidseisen. Op het moment dat het uit de verpakking komt is het brandvertragend, maar als er een keer echt een goede regenbui overeen is geweest, dan is het al veel minder brandvertragend. Je kunt je voorstellen, na een festival als Mysteryland, daar hangt het ruim 1,5 week buiten. Dan is wel het verstandigste om dat weg te gooien (Van den Houdt, 2016).”

Voor de productie en verwerking van katoen is een grote hoeveelheid water nodig. Het WFN (Water Footprint Network, 2016) geeft aan dat de teelt van een kilo katoen gemiddeld 10.000 liter water kost. Dat staat ongeveer gelijk aan de productie van één spijkerbroek en T-shirt. De hoeveelheid water die wordt gebruikt bij de productie van katoen verschilt sterk per gebied. Veel katoenplantages liggen in gebieden waar water schaars is, waardoor daar tekorten aan schoon drinkwater ontstaan. In onderstaande grafiek van Milieu Centraal wordt een vergelijking gemaakt van de milieu-impact van alle processen per type materiaal. In de tabel wordt bevestigd dat bij de productie van katoen veel land en water nodig is. Bij het produceren van een kilo katoen waarbij enorm veel water wordt gebruikt, zijn tevens pesticiden en kunstmest nodig. Dit zijn bestrijdingsmiddelen waardoor planten en bomen worden beschermd tegen bijvoorbeeld ziekten en plagen. De chemische of biologische bestrijdingsmiddelen zorgen voor een hogere opbrengt en kwaliteit. Echter zorgt een overmatig gebruik aan chemische bestrijdingsmiddelen voor zwaar verontreinigd drinkwater en voedsel. Zo bestaat de kunstmest voornamelijk uit synthetische stikstof. Stikstofmonoxide heeft een factor van 300 keer krachtiger broeikas effect dan CO₂. Tevens ontstaan door de bestrijdingsmiddelen diverse gezondheidsproblemen bij de plaatselijke bevolking.

PVC

Bannermateriaal bevat PVC (polyvinylchloride) wat een van de meest milieuvriendelijkste plasticsoorten is. Het heeft een negatieve invloed op het milieu en het is schadelijk voor de gezondheid. DEHP (di 2-ethylhexyl phthalate) is het belangrijkste ftalaat en wordt gebruikt als weekmaker bij de productie van PVC. Het is bewezen dat DEHP kankerverwekkend materiaal is en een negatieve invloed heeft op de fertiliteit (Lithner, 2011). Daarnaast is PVC zeer lastig te recyclen en veroorzaakt het dus een probleem met zowel afval als recycling. Naast dat het schadelijk is voor de gezondheid, zijn materialen met PVC zwaar tijdens productie en gebruik en geeft het hogere transport- en montagekosten dan duurzamere alternatieven. (Exposure Company, Flyer Neomesh, 2015).

4.4 Duurzame mogelijkheden omtrent materialen

Voor materialen die een grote impact hebben op het milieu, is gekeken naar de duurzame mogelijkheden. De duurzame alternatieven zijn verdeeld over de materiaalkeuze en het materiaalgebruik na het event.

Duurzamere alternatieven qua materiaalkeuze

Gerecycled katoen en biologische katoen

Uit de tabel blijkt gerecycled katoen een duurzaam alternatief te zijn. Ondanks dat het recyclingproces energie kost, het klimaat belast en water verbruikt, ligt de totale impact op het milieu bij het produceren van stoffen van gerecyclede vezels over het algemeen veel lager dan bij het produceren van stoffen uit nieuw materiaal.

Er kan tevens gekozen worden voor biologische katoen, alleen is de milieu impact hiervan sterk afhankelijk van waar de katoen verbouwd wordt. Hierbij geldt dan ook dat de afkomst belangrijker is dan het feit of de katoen wel of niet biologisch geteeld is. Gezien de gegevens uit de tabel, speelt waterschaarste een grotere rol bij conventionele katoenteelt dan in de biologische katoenteelt. Daarnaast wordt er bij de productie van biokatoen geprobeerd om waterverspilling te voorkomen en worden er geen bestrijdingsmiddelen gebruikt. Hierdoor is de opbrengst per hectare ook een stuk lager, waardoor er meer land nodig is ten opzichte van gewone katoenteelt (Milieu Centraal, 2015).



Figuur 15: impact productie van stoffen

Om niet afhankelijk te moeten zijn van de herkomst waar de katoen geteeld wordt, kan er gekozen worden voor biologische katoen dat G.O.T.S. gecertificeerd is. Deze certificering staat voor Global Organic Textile Standard en is toepasbaar op het Triple Bottom Line model. De 100% biologische katoen wordt namelijk op een ecologische, economische en sociaal duurzame wijze geproduceerd. De standaard stelt hoge eisen als het gaat om schadelijke chemicaliën. Enkel biologische bemesting van plantaardig en dierlijk afval mag worden gebruikt. Daarnaast zijn fabrieken verplicht om een duurzaam afvalwatersysteem te gebruiken zodat er zuinig met water en energie omgegaan wordt. Binnen de G.O.T.S. certificering worden tevens eisen gesteld aan de arbeidsomstandigheden, waaronder een veilige en gezonde werkomgeving. Door op deze ecologische wijze de katoen te produceren, ontstaat er een economisch voordeel voor het milieu en de gezondheid van arbeiders (Global Organic Textile Standard, 2011).

Neomesh

Het eerste echte alternatief voor het standaard PVC spandoek is Neomesh. Het is gemaakt van 100% polyester wat vergelijkbaar is met het stof dat voor kleding wordt gebruikt (zonder PVC) en kan bijna volledig gerecycled worden (Exposure Company, Neomesh, 2016). Zo vertelt Arjan Maas, oprichter van Exposure Company, dat tevens de inkt een stuk milieuvriendelijker is omdat deze op waterbasis is. Het gewicht van Neomesh spandoek is lager wat in principe betekent dat het ook minder CO2 uitstoot. Mensen werken met een milieuvriendelijker product en gezien het lichter is dan een PVC spandoek, heeft het montage technisch ook voordelen. Hieronder wordt een vergelijking gegeven met het standaard PVC spandoek.

NEOMESH® (100% PVC-vrij)	PVC/MESH
<ul style="list-style-type: none">• Ecovriendelijke sublimatie print met water based inkt; eco-certified (geen huidproblemen)• Het materiaal wordt door en door gekleurd tijdens de print. Hierdoor ontstaat een zeer duurzame print met lange kleurechtheid.• Het materiaal is zachter en flexibeler dan PVC, hierdoor is het beter te vouwen.• Het is lichter dan PVC, hierdoor zijn er lagere transport en montagekosten.• Het is kras en veegbestendig.• Mogelijke upcycling kansen, zodat het materiaal een nieuw leven krijgt.	<ul style="list-style-type: none">• Aggresieve print technologie met solvent-gebaseerde inkten.• Solvent en UV print leggen de inkt op het materiaal. Hierdoor ontstaan eerder beschadigingen en kleurverlies.• Materiaal is minder flexibel. Hierdoor kan bij het vouwen of transport schade ontstaan.• Het is zwaarder dan NEOMESH.• Het is niet bestand tegen krassen of vegen.• Zeer lastig te recyclen.

Figuur 16: Neomesh vs. pvc banner

(Exposure Company, Flyer Neomesh, 2015)

Het enige nadeel van Neomesh, in vergelijking met het standaard PVC spandoek (Frontlit), is dat Neomesh bijna dubbel zo duur is. Bij Frontlit is de prijs per m2 gemiddeld €9,00 en bij Neomesh is dit €16,00. Dat is een verschil van ruim 77%. Deze prijs ligt op dit moment zo hoog, omdat het nieuw is en daarom nog geen markt is voor dit materiaalsoort. Naast Neomesh zijn er volgens Maas nog wel andere duurzamere alternatieven die gekozen kunnen worden. Zo zou er volgens hem gekozen kunnen worden voor een dunnere banner. Dat scheelt in het gewicht waardoor er 20% gewonnen kan worden in gewicht en afval. Een andere keuze die gemaakt kan worden is wel duurzamer, maar operationeel niet geheel handig volgens de oprichter van Exposure Company.

“Wat je ook kunt gebruiken is de banner BLOCKOUT en dat is dubbelzijdig geprint. Wat je natuurlijk zou kunnen doen als je twee verschillende doeken hebt die je op verschillende momenten gebruikt. Het materiaal schijnt totaal niet door, het is echt gewoon lichtdicht en dan kun je hem op twee kanten printen. Dat is ook niet duurder dan twee doeken van Frontlit, maar je gooit wel maar één doek weg bij wijze van (Maas, 2016).”

Niet alleen Arjan Maas van Exposure Company geeft andere opties op het gebied van banners aan. Dirk Mandaat is werkzaam bij M2 Printing, een bannerleverancier die al bijna 10 jaar een samenwerking heeft met ID&T en Q-dance. Ook Mandaat laat in het interview weten dat er verschillende mogelijkheden zijn om duurzamere banners te kiezen.

“Je hebt ook veel goedkopere banner materialen, maar dat leveren wij in principe niet. We hebben er wel eens over nagedacht om dat te leveren voor organisaties als ID&T, want dat is best interessant. De printkwaliteit wordt alleen iets minder mooi, daar zakt de inkt heel erg in weg, dus dan krijg je wat minder mooi beeld (Mandaat, 2016).”

Welke andere duurzame alternatieven kunnen worden gekozen om milieubewuster te zijn als organisatie? Als het aan Mandaat ligt, kan er ook nagedacht worden over het ontwerp van de mainstage. Het probleem ligt volgens hem niet dat er vaak banners worden weggegooid.

“Als je naar duurzaamheid kijkt, dan moet er ook nagedacht worden als ID&T zijnde dat er niet elke keer nieuwe banners worden besteld. Als je dat wilt aanpakken, dan moet je dus kijken hoe je banners opnieuw kunt gebruiken, dat is je grote uitdaging (Mandaat, 2016).”

Randvoorwaarden

Dat er nog steeds decormaterialen na afloop van een festival zijn die niet kunnen worden hergebruikt weet ook Tom van Houdt. Echter vindt hij het ook een gegeven dat dit bij de branche hoort, omdat bezoekers elk jaar voor een ander podium willen staan. Volgens hem is het hergebruiken van decormaterialen in een volgende editie daarom ook zeer lastig. Om bij te dragen aan een duurzamere toekomst met betrekking tot het hergebruik en recyclen van decormaterialen, werkt dat volgens de producent maar op één manier.

“Het management van ID&T moet een standpunt innemen en dus zeggen dat alle banners 30%/ 40% duurzamer worden, omdat we op andere banners gaan printen die beter voor het milieu zijn. Op het moment dat zij dat doen, dan is het een randvoorwaarden die je stelt of niet stelt bij het maken van een evenement, bij het produceren van een podium etc. De enige manier waarop het werkt in een bedrijf als ID&T is als het van bovenaf komt (Van den Houdt, 2016).”

Duurzamer alternatief voor materialen na het event

Afwerking

Al eerder werd beschreven dat er een samenwerking is aangegaan met Jaime de Zwart van Afwerking. De activiteiten die de Zwart verricht met zijn bedrijf zorgen voor een duurzamer alternatief voor de materialen. Voordelen van deze samenwerking zijn dat het materiaal niet naar de afvalverwerker gaat, maar dat het materiaal een nieuw leven krijgt en wederom gebruikt wordt. De drie pijlers van Elkington die staan voor duurzaamheid en tevens het duurzaamheidsbeleid van ID&T die eerder in het onderzoek zijn benoemd sluiten goed aan bij deze samenwerking.

De sociale werkplaats van Afwerking zorgt er niet alleen voor dat allerlei jongeren met een afstand tot de arbeidsmarkt aan het werk kunnen, maar door het bieden van een luisterend oor voor hun problemen en persoonlijke begeleiding wordt er een informele werksfeer gecreëerd. De manier waarop Jaime de Zwart van Afwerking te werk gaat en in contact staat met jongeren en jongvolwassenen sluit goed aan bij de sociale pijler ‘We Celebrate Unity’ (people). Daarnaast begeleidt en stimuleert hij jongeren bij het ontwikkelen van hun talenten. Zo biedt ID&T met ‘We Celebrate Talent’ jonge en onbekende artiesten een podium om zich te kunnen ontwikkelen en bij te kunnen dragen aan een muzikaal rijke toekomst. Afwerking werkt met (afval)hout dat wordt verzameld bij verschillende bedrijven, waaronder ook festivals. Het bedrijf van de Zwart verwerkt dit hout voor verschillende opdrachtgevers tot handgemaakte kwaliteitsproducten. Hierdoor wordt er een tweede leven gegeven aan het hout en draagt het bij aan een vermindering van de CO₂-uitstoot.

De wijze waarop Afwerking omgaat met materialen sluit tevens goed aan bij de ecologische pijler 'We Celebrate Nature' (planet). Zo is ID&T continue op zoek naar nieuwe ontwikkelingen die zorgen voor innovatieve oplossingen op het gebied van duurzaamheid. Er wordt nagedacht over het hergebruik van alle gebruikte materialen in hun evenementen zodat het organiseren van events enkel bijdragen aan het milieu en de omgeving. In deze context heeft de economische pijler (profit) vooral betrekking op de sociale pijler 'We Celebrate Unity' (people) en de ecologische pijler 'We Celebrate Nature' (planet). Door te investeren in de twee bovengenoemde pijlers kan er bijvoorbeeld gekozen worden voor duurzamere materialen die milieuvriendelijker zijn en bijdragen aan een duurzamere toekomst. Door met de juiste mensen in contact te komen kunnen ambitieuze doelstellingen nagestreefd worden.

BNNR Care

BNNR Care wil banners en spandoeken een tweede leven geven, waarbij het materiaal van grote banners wordt gebruikt om tenten voor vluchtelingen (onderdak) te maken. De kleinere spandoeken worden gebruikt om heup- en schouder tassen van te maken in samenwerking met ontwerpers en werkplaatsen. BNNR Care werkt samen met Because We Carry om hun projecten met vluchtelingen op Lesbos in Griekenland te steunen. De hulp van deze stichting is hands-on en praktisch: ter plekke wordt gekeken waar behoefte aan is.

De spandoeken en banners die na een event niet meer worden gebruikt, komt BNNR Care ophalen om vervolgens te verwerken tot tenten en tassen. Op deze manier wordt er gebruik gemaakt van het 3 R-model en de drie pijlers van duurzaamheid. Het afval dat normaal ontstaat van banners wordt gereduceerd door ze te laten recycleren door BNNR Care. Zo wordt tevens de zorg uit handen genomen om de banners onnodig op te slaan of naar de afvalverwerker te brengen, waardoor er ook kosten worden bespaard en de CO₂-uitstoot in vermindering wordt gebracht. Tevens wordt er bijgedragen aan duurzame producten en sociale projecten.

Bekendheid bij leveranciers van duurzame mainstages

Uit de resultaten van de observaties en interviews kan opgemaakt worden dat het bij leveranciers bekend is dat ID&T streeft naar duurzamere festivals. Ondanks dat leveranciers weten dat duurzaamheid bij ID&T hoog in het vaandel staat en dat het bedrijf op dit gebied probeert te innoveren, houden zij zich vaak enkel bezig met de wens van de opdrachtgever, in dit geval ID&T.

“Wij kunnen veel producten leveren die milieuvriendelijker zijn, PVC-vrij bijvoorbeeld wat duurder is. Mijn ervaring over het algemeen is dat het milieu altijd heel belangrijk is, maar op het moment dat het duur wordt, dan gaan alle principes weg en is dan niet meer nodig. Ik heb nog nooit een vraag gekregen voor een milieuvriendelijker product (Mandaat, 2016).”

4.5 Duidelijkheid van afvalscheiding tijdens op- en afbouw van mainstages

Tijdens het afbouwen van (main)stages is het voor de bouwers in dusverre duidelijk hoe en waar ze materialen gescheiden kunnen weggoien. Zo is er bij elke stage een hoofd decorbouwer die aanspreekpunt is voor de rest van de bouwers. Als er gekeken wordt naar de festivals binnen het onderzoek, dan is er een overeenkomst en verschil te benoemen over de duidelijkheid bij het afbouwen van de mainstages. De overeenkomst bij het afbouwen van de mainstages is dat de werkwijze hetzelfde verloopt. Voorafgaand de afbouw wordt er besproken tussen de leidinggevende binnen decorbouw en de bouwers welke materialen behouden worden en welke weggegooid worden. Het verschil bij het afbouwen van mainstages is dat dit niet overal goed gecommuniceerd wordt en weten de bouwers niet welke materialen gescheiden moeten worden. Om zichtbaar te maken welke materialen in welke container horen, zijn twee banners ontworpen voor bij het afbouwen van een (main)stage.



Figuur 17: banners voor het scheiden van (rest)materialen

Echter waren er bij de afbouw van de Defqon.1 mainstage geen twee containers aanwezig. Gebleken is dat het hierdoor voor decorbouwers niet duidelijk was hoe en waar zij de materialen konden scheiden. In een interview met Jonas Schmidt wordt duidelijk waardoor onduidelijkheden ontstaan.

“Een fout is heel gemakkelijk gemaakt en dat gebeurt op allerlei niveaus continue. We zijn soms twee weken aan het bouwen en in vier dagen wordt het afgebroken, dus dan weet je al dat wat de echte aandacht heeft en wat minder. Stel dat we het geld hebben om niet vier dagen, maar acht dagen af te bouwen, dan wordt het een stuk zorgvuldiger gedaan en dat is nu het probleem/dilemma, dat we van festival naar festival gaan (Schmidt, 2016).”

De gevolgen hiervan zijn dat alle decormaterialen bij de afvalverwerker terecht komen. Bij figuur 12 in paragraaf 4.3 is te zien dat er veel houtmateriaal zoals balken en platen hergebruikt hadden kunnen worden. Dit resultaat geeft aan welke prioriteiten bij decorbouwers en festivalorganisaties het belangrijkste zijn bij het afbouwen van stages. Daarbij geven de observaties en interviews met experts aan dat communicatie enorm van belang is te allen tijde en vooral wanneer er weinig tijd en/of geld is bij een productie van een festival. Bij grote organisaties waar veel disciplines werkzaam zijn is communicatie enorm belangrijk, omdat miscommunicatie al snel ontstaat.

4.6 Conclusie

Omdat de nadruk van het onderzoeksrapport ligt op verduurzaming binnen mainstages, wil het niet zeggen dat de festivalorganisaties uit het onderzoek niet duurzaam ondernemend zijn. Het doel is om innovatieve duurzame oplossingen te vinden omtrent het materialenprobleem, door een positieve bijdrage te leveren aan festivals en het behouden van het milieu en omgeving. Net zoals bezoekers zijn events uniek van elkaar en heeft elke organisatie een eigen werkwijze en identiteit waardoor ze zich onderscheiden van elkaar. Echter zijn er ook overeenkomsten te benoemen van festivals. Uit de bevindingen vanuit de aanbodzijde kan worden geconcludeerd dat er door de festivalorganisaties bij het ontwerpen en gebruiken van mainstages, materialen worden gekozen die niet hergebruikt kunnen worden. De interviews met de experts wijzen erop dat het hergebruiken van decormateriaal zo veel mogelijk wordt gedaan, maar uit de resultaten blijkt dat hier vaak geen tijd voor is. De voornaamste oorzaak hiervan is dat niet de gehele organisatie hier prioriteit voor heeft.

De decormaterialen die veelal worden gebruikt zijn weergegeven in paragraaf 4.2. Vooralsnog zijn hier weinig tot geen duurzame alternatieven voor gevonden door de organisatie wegens bovengenoemde oorzaak. Daarnaast moet worden toegelicht dat er geen cijfers van de meest gebruikte materialen in kaart zijn gebracht in verband met dat iedere editie enorm verschilt, zo blijkt uit de observaties. Hierdoor kan er geen concrete conclusie getrokken worden. Daarentegen kan er geconcludeerd worden dat er relatief veel geld wordt uitgegeven aan eenmalige materialen zoals afrokdoek en banners. In de resultaten van de aanbodzijde is inzicht gegeven in verscheidene duurzame mogelijkheden omtrent van materialen na afloop van een festival en materiaalkeuze. Hierbij wordt geconstateerd dat er voor bepaalde materialen wordt gekozen vanwege meerdere factoren zoals prijs, kwaliteit en (montage)tijd.

Kijkend naar de huidige werkwijze aangaande het ontwerpen en gebruiken van mainstages, zijn er wat verschillen te benoemen tussen de betreffende festivals. Zo wordt de mainstage van Mysteryland vaker ingezet vanwege een internationale editie in Amerika. Hierdoor worden de materialen hergebruikt en is het een relatief duurzame productie gezien de transportkosten. Daarentegen wordt bij het festival Defqon.1, waar tevens meerdere internationale edities van plaatsvinden, niet dezelfde mainstage gebruikt. De gevolgen hiervan zijn dat decormaterialen in de afvalcontainer belanden en niet worden hergebruikt op welke manier dan ook. Dit wordt mede veroorzaakt doordat het hergebruiken van decormaterialen geen hoge prioriteit heeft voor alle disciplines en externe organisaties die werkzaam zijn bij de afbouw. Uit de bovenstaande conclusies kan worden opgemaakt dat er veranderingen binnen de organisatie moeten worden ondergaan om bij te dragen aan een duurzamere toekomst.

“ The capacity to learn is a gift; the ability to learn is a skill; the willingness to learn is a choice. ”

Brian Herbert

Onderzoeksresultaten vanuit vraagzijde

05

62	5.1 Diepte-interviews bezoekers
77	5.2 Conclusie

Onderzoekresultaten vanuit vraagzijde

In dit hoofdstuk worden de resultaten vanuit de vraagzijde toegelicht aan de hand van bezoekersinterviews. In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de verwachtingen en meningen van bezoekers. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een algehele conclusie.

5.1 Diepte-interviews bezoekers

Voor de verklaring van meningen, achterliggende motivaties en verwachtingen van bezoekers over mainstages zijn zestien bezoekers geïnterviewd. Hierbij is tevens gekeken of bezoekers interesse hebben om merchandise te kopen dat gemaakt is van materialen van een mainstage. Om de verwachtingen en meningen van bezoekers beter in kaart te brengen is gebruikt gemaakt van een protocolanalyse. De protocolanalyse is terug te vinden als bijlage in paragraaf 9.2. De bezoekers zijn geselecteerd op basis van de criteria van de onderzoekspopulatie zoals beschreven staat in paragraaf 3.3. De interviews zijn uitgewerkt tot transcripties en zijn bijgevoegd als bijlage in paragraaf 9.5.

Een overzicht van de festivalbezoekers die zijn geïnterviewd verdeeld over de festivals uit het onderzoek.

Amsterdam Open Air	Defqon.1	Decibel	Mysteryland
Aniek van de Weijer	Niek Aarts	Nick de Laat	Niels Blonk
Danny Welters	Susan van de Weijer	Lieke van Rixtel	Renske Pashouwers
Joshua Kamstra	Ton Verhoeven	Jens Timmermans	Debbie van Vliet
Karen Reesink	Rias Ketwaru	Niels van Engelen	Lisa van Vliet

Om de meningen en verwachtingen van bezoekers in kaart te brengen, zijn er diepte-interviews afgenomen. Omdat het onderzoek kwalitatief gericht is, zijn de diepte-interviews mede als doel om het 'waarom' achter verwachtingen en inzichten van de bezoekers te achterhalen. Het aantal antwoorden zijn binnen dit onderzoek daarom niet relevant, maar vooral indicaties en het totaalbeeld van welke meningen er allemaal zijn. De diepte-interviews zijn gebaseerd op theorieën met betrekking tot de verwachtingen en de belevingswereld van bezoekers. De theoretische perspectieven zijn in de context van het onderzoeksprobleem vertaald om een beter beeld te schetsen voor de bezoeker.

Zoals in het theoretisch kader beschreven staat, heeft elke bezoeker unieke motieven en verwachtingen en verschillen daarom van elkaar. Deze verschillen worden veroorzaakt door eerdere ervaringen met het bezoeken van een festival en/of het bekijken van een (main)stage. Over het algemeen moet een mainstage volgens de respondenten groot zijn. Verder moet de aandacht van de bezoeker getrokken worden doormiddel van een passend thema, uitstraling en een spectaculaire eindshow met vuurwerk, lasers en licht. De verwachtingen van de bezoeker zijn enorm relevant voor dit onderzoek, waarbij tevens dieper ingegaan wordt op de betekenis van een mainstage voor de bezoeker. Hier wordt vooral de focus gericht op de kennis die een bezoeker heeft van het materiaalgebruik bij mainstages en wat de bezoeker vindt van het hergebruiken en recyclen van decormateriaal.

Overigens blijkt uit de interviews met de experts dat bannermateriaal vaak eenmalig gebruikt worden. Het hergebruiken van banners wordt vaak als lastig ervaren door festivalorganisaties, omdat zij elk jaar graag hun bezoekers willen verrassen met een nieuwe mainstage. Tijdens de festivals binnen het onderzoek valt op dat merchandise stores goed bezocht worden door bezoekers, voornamelijk bij Defqon.1, Decibel en Mysteryland. Het gegeven dat merchandise een belangrijk onderdeel binnen de dance-industrie is voor festivalbezoekers, geeft aan dat er kansen liggen om banners te recyclen tot merchandise producten.

De respondenten uit de diepte-interviews van betreffende festivals geven aan het een interessant en leuk idee te vinden als er merchandise wordt verkocht dat gemaakt is van materiaal dat afkomstig is van een mainstage. Echter verschillen de antwoorden bij de vraag of de ondervraagden daadwerkelijk interesse hebben om merchandise van een mainstage te kopen.

5.1.1 Verwachtingen

Aangezien het onderzoek zich richt op de festivalorganisaties Amsterdam Open Air, Defqon.1, Decibel en Mysteryland, worden de verwachtingen en meningen van de bezoekers uitgelicht aan de hand van deze festivals. Hierdoor kunnen tevens verschillen en overeenkomsten worden ontdekt.

Amsterdam Open Air

Bij Amsterdam Open Air werden geen hoge verwachtingen gesteld door de bezoekers.

Het belangrijkste gevonden door de respondenten is voornamelijk gerelateerd aan het belevingsdomein amusement van Pine & Gilmore en de sociale en fysieke context van Falk & Dierking.

“Een mainstage moet gewoon de aandacht trekken, mooie lichten. Ja, je moet er gewoon naar kunnen blijven kijken vind ik. Het belangrijkste van z’n feest natuurlijk is dat er gewoon goeie muziek is, gezellig is en dat je met je vrienden bent (Welters, 2016).”

“Ik verwacht bij een mainstage dat die mooi ontworpen is qua uitstraling, licht, geluid en beleving. Een mainstage hoeft voor mij niet heel erg groot te zijn. Als er maar genoeg plek is voor het aantal mensen wat er is en bij Amsterdam Open Air vond ik dat heel relaxt (Kamstra, 2016).”

“Een mainstage is over het algemeen altijd groot, als je ergens komt op een festival en je ziet de mainstage, het valt wel op, je loopt er niet zomaar voorbij. En omdat het al groot wordt opgezet, verwacht je ook de volgende keer nog groter en nog uitgebreider, nog meer eromheen (Reesink, 2016).”

“Ik was wel nieuwsgierig hoe de mainstage eruit zou gaan zien. Ik weet niet precies wat het thema van het festival was, maar ik vond dat de stage wel goed bij de sfeer van het festival paste. Net zoals de stage waren de mensen ook heel kleurrijk, echt diverse mensen en daar paste de mainstage wel heel goed bij (Van de Weijer A. , 2016).”

Ondanks dat de sfeer van het festival en gezelligheid met vrienden voorop staan, hoort volgens de bezoekers van Amsterdam Open Air een mainstage er wel bij. Voor Josha Kamstra hoeft een mainstage niet perse heel groot te zijn, als de verhouding tussen het aantal bezoekers en mainstage maar in balans is. Zo omschrijft de sociale context uit het Interactive Experience Model dat een te drukke mainstage niet gezellig is, maar een slecht bezochte mainstage evenals niet. Hiermee geeft Kamstra aan dat de juiste hoeveelheid aan bezoekers bij de mainstage voor de maximale beleving zorgt.

Daarentegen geeft Karen Reesink aan dat haar verwachtingen verwant zijn aan de fysieke context. Een mainstage moet volgens haar juist herkend worden aan zijn grootte. Het feit dat ze aangeeft dat ze verwacht dat de mainstage volgende keer nog groter en uitgebreider is, wordt er indirect een hoog verwachtingspatroon gecreëerd bij de organisatie. Hierdoor zijn organisaties bijna genooddaakt om bezoekers elk jaar te voorzien en verrassen met een nieuwe mainstage.

Wanneer de respondenten van Amsterdam Open Air in het algemeen spreken over wat hun verwachtingen zijn van een mainstage, dan wordt er voornamelijk gesproken over een grote stage met een lichtshow. Hierbij worden de kenmerken van de fysieke context van Falk & Dierking, zoals de vormgeving van een mainstage niet weinig tot niet benoemd. Daarentegen willen ze wel een aantrekkelijke stage voor het geld dat ze betaald hebben voor het festival, zo blijkt uit de resultaten.

In het interview met Aniek van de Weijer komt naar voren dat de verwachtingen van een mainstage tevens afhankelijk zijn van het festival dat wordt bezocht. Deze verwachtingen worden voornamelijk gecreëerd door de persoonlijke context. Door vaker naar festivals te gaan, heeft van de Weijer, A. ervaring opgedaan en kunnen haar verwachtingen anders zijn dan de verwachtingen van de andere bezoekers. Daarnaast wordt een gethematiseerde mainstage als belangrijk ervaren door haar, omdat het beleving toevoegt aan het festival. Uit de interviews met de respondenten is op te maken dat de beleving bij de mainstage van Amsterdam Open Air wordt gecreëerd door amuserende belevenissen uit het model van Pine & Gilmore in samenhang met de sociale context van Falk & Dierking.

Defqon.1

Bij het festival Defqon.1 zijn zowel hoge verwachtingen gesteld als weinig verwachtingen door de respondenten. Bij de hoge verwachtingen is vooral de fysieke context van Falk & Dierking aanwezig.

“Je verwacht wel een spectaculaire mainstage bij Defqon.1. Dat je er stil van bent en echt goed moet gaan kijken, echt dat WOW moment. Het moet eruit springen en creatief zijn en dat vond ik hem dit jaar sowieso, heel erg creatief. Ik vind het ook vet als een stage weer een andere uitstraling krijgt op moment dat het donker wordt. Ik vond hem in het donker veel vetter met al die lichteffecten etc. (Aarts, 2016).”

“Ja, ik vind dat een mainstage echt thema gebonden moet zijn. Iets waar ik echt WOW van zeg, dat vind ik vet! Als het aan het thema gekoppeld is, dan zorgt de mainstage ervoor dat de beleving compleet wordt. Ik vind het ook wel mooi als het echt een figuur is, wat je dan ook duidelijk ziet (Van de Weijer S. , 2016).”

“Ik verwacht wel veel. Vooral groot en gezellig, maar het is niet waar het feestje om draait. Als de mainstage misschien qua looks er misschien minder uit ziet dan ik had verwacht, minder groot, dan kan ik nog steeds een gaaf feest hebben, omdat de line-up goed is, DJ's goed zijn, de sfeer echt top is (Ketwaru, 2016).”

“Ik moet zeggen dat ik zelf eigenlijk nooit heel veel verwachtingen heb. Ook met de line-up, ik geloof wel dat er goede artiesten komen en aan de reputatie van Q-dance bijvoorbeeld, weet ik wel dat er wel een vette mainstage wordt gebouwd (Verhoeven, 2016).”

Uit de resultaten van de interviews blijkt dat het verwachtingspatroon bij Defqon.1 hoger ligt dan de overige festivals uit het onderzoek. De mainstage moet volgens de respondenten een ‘wow-effect’ geven, creatief zijn en eruit springen, zowel qua vorm als grootte. De reden hiervoor komt naar voren in een interview met bezoeker Ton Verhoeven. Ondanks dat het verwachtingspatroon van een mainstage bij Defqon.1 hoger ligt dan bij de andere festivals, laat Verhoeven weten dat hij niet zoveel verwachtingen heeft, omdat hij wel in de reputatie van de organisatie gelooft. Vanwege zijn kennis en ervaringen van eerdere edities weet hij dat er een mainstage wordt gebouwd die aan zijn unieke verwachtingen voldoet. Iemand die ook al meerdere edities van Defqon.1 heeft bezocht is Niek Aarts. Zijn verwachtingen geven onder andere aan dat de mainstage van Defqon.1 een esthetische beleving is. Volgens hem is het de kracht van een mainstage dat je er stil van bent en er naar kunt blijven kijken, waardoor hij passief ondergedompeld wordt door de omgeving. Begrippen zoals ontwerp, vormgeving en schoonheid van een mainstage zijn hierbij van belang en sluiten aan op het domein esthetiek van het Experience model. Afgezien van dat de mainstage een belangrijke rol speelt voor de bezoeker, geven de respondenten aan dat het festival niet enkel draait om een mainstage, maar meer om het totaalplaatje zoals de muziek, artiesten en sfeer. Verder wordt er door alle ondervraagden van Defqon.1 aangegeven dat een thema een belangrijke factor is bij de beleving van een mainstage. Volgens Pine & Gilmore brengen thema's je in een andere wereld, waardoor het belevingsdomein escapisme benut wordt.

Naast dat thema's je uit je dagelijkse bezigheden kunnen slepen, geeft Rias Ketwaru aan in het interview dat gethematiseerde mainstages zich onderscheiden van andere edities en festivals. Zo vertelt Ketwaru dat hij zich ongeveer elke editie van Defqon.1 kan herinneren waar hij is geweest, enkel gerelateerd aan het jaar en thema. De verwachtingen die aan een mainstage worden gesteld, zijn vaak gerelateerd aan thema's. Hieruit kan worden opgemaakt dat het creëren van een belevenisvolle experience kan zorgen voor een positieve disconfirmatie bij de bezoeker. In het belevingsmodel van Goossens en Mazursky wordt gesproken van een positieve disconfirmatie wanneer een belevingswaarde de verwachtingen overtreft en een negatieve disconfirmatie wanneer het tegenvalt. Als bezoekers de beleving precies hebben beleefd als verwacht, dan wordt er gesproken van confirmatie. Bij confirmatie of positieve disconfirmatie is er sprake van satisfactie en zal de intentie tot een herhalingsbezoek groter zijn.

Decibel

De respondenten van Decibel hebben verschillende verwachtingen. Veel van deze verwachtingen kunnen gerelateerd worden aan de persoonlijke context. Decibel voor het eerst het gehele weekend bezoeken of überhaupt het festival voor het eerst bezoeken geeft andere verwachtingen door de ervaring en kennis van respondenten.

“Een mainstage moet vooral groot zijn, verder maakt het mij eigenlijk niet zoveel uit. Dat maakt wel meer indruk op mij, omdat het zo overweldigend overkomt. Het was ook mijn eerste keer, dus dan is natuurlijk alles ook nieuw en dan heb je veel te bewonderen (Van Rixtel, 2016).”

“Van een mainstage verwacht ik, en zeker als er een thema is bij een feest, dat dat zeker er helemaal in verwerkt is. Ik verwacht ook een hoog afwerkingsniveau, als je kijkt naar de Mandrill van Q-dance op Mysteryland, dat is echt van een bizar hoog afwerkingsniveau. Hoogte, grootte, breedte is niet relevant voor mij. Het moet passen in de sfeer van het festival en het moet een wow-factor hebben en dat is het allerbelangrijkste (De Laat, 2016).”

“Mij persoonlijk maakt het niet heel veel uit, het moet wel leuk aangekleed zijn. Het is niet voor mij zo dat een mainstage het feestje maakt zeg maar (Timmermans, 2016).”

“Moet er mooi uitzien natuurlijk, groot, mooi aangekleed. De muziek moet goed zijn, dat is ook niet altijd even goed overall. Het moet er gewoon uitspringen zeg maar. Verder verlichting vind ik ook wel belangrijk, dat er een mooie show weg kunnen geven (Van Engelen, 2016).”

Wat op viel uit de interviews, is dat de alle vier respondenten lieten weten dat de sfeer op Decibel de meeste indruk op hen heeft gemaakt. De fase waarin dit wordt besloten vindt plaats in de post-exposure. Na het festival worden de verwachtingen die de bezoeker vooraf (pre-exposure) had, vergeleken met de werkelijke beleving. De verwachtingen van de respondenten van Decibel komen nauw overeen met de verwachtingen van de respondenten van Defqon.1. Zo heeft Jens Timmermans net zoals Defqon.1 bezoeker Ton Verhoeven weinig tot geen verwachtingen van een mainstage. Voor Timmermans gaat het naast de muziek voornamelijk om de sociale context, waarbij de sfeer en gezelligheid met vrienden en onbekenden het belangrijkste zijn. Bezoeker Nick de Laat had bij Decibel weinig verwachtingen vooraf van de mainstage. Uit het interview blijkt dat er bij de afgelopen edities van Decibel een negatieve disconfirmatie is ontstaan, omdat de voorheen gaande mainstages hem tegen vielen aan de hand van zijn ervaring, kennis en verwachtingen. De literatuur van Goossens en Mazursky wijst uit dat een negatieve disconfirmatie zal leiden tot dissatisfactie, maar voor de Laat zal het weinig tot geen effect hebben om Decibel volgend jaar niet meer te bezoeken. De reden dat hij de mainstage van Decibel bezoekt, heeft namelijk te maken met de artiesten die er staan. Voor hem gaat het puur om het amusement, waarbij de belevenissen actief worden opgenomen. Ondanks dat de Laat geen verwachtingen heeft bij Decibel, heeft hij deze wel van een mainstage in het algemeen.

Hierin benoemt hij vooral fysieke kenmerken van Falk & Dierking zoals dat de mainstage moet passen binnen het festival, de architectuur en thematisering. Voor Lieke van Rixtel werd haar beleving vooral bepaald door de persoonlijke en fysieke context uit het Interactive Experience Model. Ze was nog nooit eerder bij Decibel geweest, waardoor ze veel nieuwe indrukken binnen kreeg. Uit het interview kwam naar voren dat ze eigenlijk maar één verwachting had van een mainstage: groot. Een verwachting van een mainstage die veel voorkomt bij de festivalbezoeker. Een grote mainstage komt volgens van Rixtel overweldigend over, waardoor de mainstage direct de aandacht heeft van de bezoeker. Zo blijkt in het interview met Niels van Engelen ook dat hij vindt dat een mainstage groot moet zijn. De voorafgaande verwachtingen werden overtroffen met zijn werkelijke beleving, omdat volgens hem het terrein rondom de mainstage dit jaar dicht was gemaakt, waardoor de mainstage nog groter leek. Hierdoor werd een belevingsvolle omgeving gecreëerd waar volledig in opgegaan kon worden.

Mysteryland

De interviews die zijn afgenomen bij de bezoekers van Mysteryland geven verscheidene verwachtingen. Er zijn zowel hoge als lage verwachtingen ontstaan door meerdere factoren.

“Ik moet heel eerlijk zeggen, dat ik niet hele hoge verwachtingen heb. Ik hecht daar niet zo heel veel waarde aan. Maar ik vind het wel gaaf als het gewoon een groot podium is met veel, ja ik vind lichten altijd heel mooi, verschillende kleuren en ook dat je er een soort van thema in ziet of dat het niet zo maar iets is. Dit jaar was het met die vogels en het jaar daarvoor vond ik het niet pakkend (Van Vliet D. , 2016).”

“Het is een wereldconcept, wereldwijd bekend. Ik had redelijk hoge verwachtingen bij de mainstage en het viel mij eigenlijk wel tegen. Vergeleken met andere festivals, dat de mainstage toch breder is uitgepakt, meer in is geïnvesteerd (Blonk, 2016).”

“Ja toch dat het er vet uit ziet. Ja groot, het moet opvallen, eruit springen zeg maar (Van Vliet L. , 2016).”

“Ik had verwacht dat die in het midden zou zijn en dat alles daar omheen gecentreerd zou zijn. En dat het ook de mooiste stage is, dat daar ook de meeste mensen zouden zijn. Ik had verwacht dat het podium groter zou zijn, want de Jeugd van Tegenwoordig stond echt in z'n koepeltje stonden ze hun act te doen. Ik had verwacht dat 't podium ook meer zichtbaar zou zijn, omdat het ook zo breed is met allemaal mensen. Ik verwacht dat een mainstage groots is, kleurrijk, vuurwerk, hoog, breed (Pashouwers, 2016).”

De resultaten van de interviews geven weer dat de respondenten van Mysteryland allemaal verwachten dat een mainstage groot is. De reden dat Niels Blonk hoge verwachtingen van de mainstage had, is omdat hij uit gaat van de bekendheid van het festival. Omdat hij meerdere festivals heeft bezocht, heeft hij ervaring opgedaan en vergelijkt hij festivals met elkaar, waardoor zijn verwachtingen hoog zijn. Teleurstellingen zorgen voor een negatieve disconfirmatie en kunnen er tevens voor zorgen dat een herhaalbezoek aan hetzelfde festival gering is. Daarentegen heeft Debbie van Vliet weinig hoge verwachtingen omdat zij hier geen belang bij heeft. In het interview geeft ze aan dat ze lichten zoals mooie special effects heel belangrijk vindt. Van Vliet, D. wordt sterk beïnvloedt door amuserende belevenissen en fysieke aspecten als lichten, lasers en een eindshow met vuurwerk. Uit de resultaten van het interview met Renske Pashouwers is af te leiden dat zij nog nooit eerder bij Mysteryland is geweest. De voorafgaande verwachtingen die zij had gesteld kwamen volgens haar niet overeen met de feitelijke beleving. In het interview blijkt dat zij het amuserende aspect net zoals Debbie voornamelijk belangrijk vindt. Hierbij gaat het voor Pashouwers om dat een mainstage zo wordt ontworpen dat de artiesten beter zichtbaar zijn voor iedereen. Evenals Debbie van Vliet, heeft Lisa van Vliet ook geen hoge verwachtingen van de mainstage bij Mysteryland. Ze geeft in het interview aan dat ze had verwacht dat het podium er hetzelfde uit zou zien. Voor haar is de sfeer essentieel bij het bezoeken van een festival. Een mainstage kan aan haar verwachtingen voldoen zoals groot en opvallend, maar zodra er geen sfeer hangt, dan ontstaat er geen beleving volgens haar.

5.1.2 Betekenis mainstage voor de bezoeker

Bij het afnemen van de diepte-interviews bij de bezoekers, zijn er tevens vragen gesteld met betrekking tot de bezoekersbeleving. Wat is het belang van een mainstage voor een bezoeker, waarbij gekeken is naar de invloed en het gevoel van een mainstage. Bij laatstgenoemde moet worden toegelicht dat een mainstage voornamelijk een grote capaciteit bevat wat emoties bij de bezoeker kan oproepen. Er is hierbij gevraagd aan de respondenten of het in deze situatie nog relevant is hoe een mainstage eruit ziet. Verder wordt er gevraagd naar de waarde van muziek, show en decor en in hoeverre het belangrijk is dat deze elementen één geheel vormen. Tot slot wordt naar de mening gevraagd over het gebruik van een gedeeltelijk dezelfde stage en welke associaties worden gemaakt met een mainstage.

Amsterdam Open Air

Invloed van een mainstage

Uit de resultaten van de interviews met de respondenten van Amsterdam Open Air blijkt dat een mainstage over het algemeen weinig tot geen invloed heeft op de volgende editie. Aniek van de Weijer geeft aan dat het er wel aan bijdraagt of zij een tof feest heeft gehad, maar in eerste instantie spelen factoren als muziek en vrienden een grotere rol. Bij van de Weijer, A. speelt de sociale context een grote rol, waarbij belevenissen meestal in een groep plaatsvinden. Zo geeft ze aan al meerdere malen van groep is overgestapt, omdat andere vrienden geen behoeften aan festivals meer hadden. In het interview met Danny Welters blijkt dat een mainstage hem normaliter niet beïnvloedt voor herhaalbezoeken, maar toch zou hij graag een keer naar Tomorrowland willen aangezien hij is overrompeld door een online filmpje van de mainstage. Voor dit festival bevindt Welters zich in de pre-exposure fase van het belevingsmodel van Goossens en Mazursky. Door het filmpje te hebben gezien volgen hieruit zijn verwachtingen.

Gevoel van een mainstage

Voor een mainstage staan vaak duizenden bezoekers tegelijk. De respondenten van Amsterdam Open Air geven aan dat het zorgt voor sfeer wanneer enorm veel en verschillende bezoekers uit hun dak gaan op dezelfde muziek. Welters laat in het interview weten dat dit vooral ontstaat als het donker wordt en de bezoekers geamuseerd worden door de licht- en vuurwerkshow. Hierdoor ontstaat volgens hem een soort samenhangsgevoel. In deze situatie maakt het voor Karen Reesink niet uit hoe de mainstage er dan uitziet. Ze geeft wel aan dat het een intens gevoel geeft als duizenden mensen voor dezelfde stage staan. Het voegt niet direct iets toe aan de beleving voor de respondenten van Amsterdam Open Air en dat heeft voornamelijk te maken dat de verwachtingen van een mainstage niet van belang zijn voor de beleving van het festival.

Muziek, show en decor

Volgens de respondenten is het van belang dat de elementen zoals muziek, show en het decor van een mainstage één geheel moeten vormen. Als het niet correspondeert met elkaar, dan maakt het geen indruk op de bezoekers en wordt er geen betekenisvolle beleving gecreëerd. Zo laat van de Weijer, A. weten dat zij veel waarde hecht aan wanneer het vuurwerk op de maat van de muziek wordt geprogrammeerd. Volgens haar geeft dit tevens aan dat de organisatie veel moeite heeft gedaan en gedetailleerd te werk is gegaan om de bezoeker de ultieme beleving te bezorgen.

Gedeeltelijk dezelfde stage

Uit de resultaten van de interviews blijkt dat er weinig waarde wordt gehecht aan welke mainstage er wordt gebouwd bij Amsterdam Open Air. Zowel Reesink als Welters geven aan dat zij de mainstage wellicht niet zouden herkennen als het decor een totaal andere kleur zou krijgen en eventueel kleine aanpassingen zou ondergaan. Hiermee wordt duidelijk dat zij weinig tot geen belang hebben wat voor een mainstage er wordt gebouwd door de organisatie. Voor van de Weijer, A. voelt gedeeltelijk dezelfde stage als een tegenvaller.

Volgens haar heeft dit vooral te maken met dat bezoekers redelijk verwend zijn met de mainstages die tegenwoordig gebouwd worden. Elk jaar worden bezoekers verrast met mooiere en nog grotere mainstages, waardoor het verwachtingspatroon van de bezoeker zowel onbewust als bewust hoger wordt. Ze geeft tevens aan dat ze het hergebruiken van materialen heel goed vindt, maar wanneer een stage tweemaal gebruikt zou worden, zou dit voor haar afdoen aan de kwaliteit en beleving van het festival.

Associaties mainstage

Aan het begin van het interview werd gevraagd aan de respondenten welke associaties zij hebben bij een mainstage. Volgens de bezoekers van Amsterdam Open Air wordt een mainstage geassocieerd met groot, mooie uitstraling qua ontwerp, thema en lichten en waar de belangrijkste artiesten staan. Deze associaties zijn deels te vergelijken met de verwachtingen die de respondenten hebben van een mainstage. Het verschil heeft te maken met dat bezoekers bij ieder festival andere verwachtingen hebben. Aan het einde van het interview werd nogmaals dezelfde vraag gesteld. Over het algemeen werden dezelfde associaties gemaakt als bij de eerste vraag. Echter geeft van de Weijer, A. aan dat de materiaalkeuze van een mainstage niet zo relevant is voor haar, zolang het maar groot, passend bij het thema is en sfeer uitstraalt. Reesink gaf tevens aan in het begin van het interview dat zij een mainstage onder andere associeerde met groot. Aan het einde van het interview gaf zij nog steeds groot als antwoord, maar daarnaast vond zij het ook belangrijk dat een stage recyclebaar is. Het feit dat dezelfde vraag verschillende antwoorden oplevert, geeft aan dat de bezoekers bewust worden van het materialenprobleem en de negatieve impact hiervan op de wereld.

Defqon.1

Invloed van een mainstage

De respondenten van Defqon.1 geven aan dat een mainstage niet bepalend is, maar wel degelijk motiverend kan zijn om de volgende editie weer te gaan. Voor Niek Aarts zijn vooral amuserende belevenissen zoals de muziek en sfeer van belang. Daarbij geeft hij aan wanneer een mainstage indruk op hem heeft gemaakt, en hij zou twijfelen om de volgende editie te gaan, dat een mainstage doorslaggevend kan zijn om weer te gaan. Volgens hem heeft dat te maken met dat hij benieuwd is naar hoe de mainstage eruit ziet, waarbij hij teleurgesteld zou zijn als hij achteraf ziet dat de mainstage indrukwekkend was en hij niet is geweest. Deze resultaten zijn met name interessant voor organisaties en zijn te vergelijken met het belevingsmodel van Goossens en Mazursky. De reden waarom Aarts teleurgesteld is als hij een editie van Defqon.1 zou missen komt, doordat er meerdere malen sprake was van een positieve disconfirmatie, waardoor herhalingsbezoeken groter zijn. De belevenissen die Aarts heeft ervaren bij de Defqon.1 mainstages worden een ervaring. Wanneer Aarts twijfelt om de volgende editie van Defqon.1 te bezoeken, kan diezelfde ervaring doorslaggevend zijn om wederom te gaan.

Rias Ketwaru deelt de mening van Aarts en geeft tevens aan dat wanneer de mainstage er minder mooi uitziet, maar hij het wel gezellig heeft gehad en de muziek goed vond, dat hij de volgende editie gewoon weer gaat. Volgens hem maakt een mooie mainstage het festival ook mooier, maar hiermee geeft hij tevens aan dat het niet bepalend is. Voor Ton Verhoeven komt de doorslaggevende factor uit de sociale context van Falk & Dierking. De motivatie om naar een festival te gaan is afhankelijk wie van zijn vrienden gaan.

Gevoel van een mainstage

Voor een mainstage van Defqon.1 staan z'n ruim 25.000 bezoekers uit een dak te gaan. In het interview met Aniek van de Weijer spreekt zij over een machtig gevoel om met zo veel bezoekers voor een mainstage te staan. Ze geeft aan dat iedereen onder de indruk is van de muziek, de sfeer en vooral van de stage. Elke Defqon.1 bezoeker komt voor hetzelfde en dat is volgens haar met name bij hard-dance events meer dan op andere festivals. Hardstyle is één grote familie of bezoekers elkaar nu wel of niet kennen. Het geeft voor haar een gevoel van verbondenheid, een gevoel wat zij omschrijft als "on top of the world".

Van de Weijer, A. vertelt dat het eigenlijk niets uit zou moeten maken hoe de mainstage eruit ziet als je met duizenden ervoor staat, omdat op het moment dat er gefeest wordt er niet constant naar de mainstage wordt gekeken. Anderzijds draagt een mooie mainstage volgens van de Weijer, A. wel bij aan de sfeer en dat is vaak terug te lezen op social media, wat betekent dat het belangrijk is voor bezoekers. Uit de interviews blijkt voornamelijk het samenhorigheidsgevoel en verbroedering door de respondenten van Defqon.1 benoemd te worden. Een gevoel wat volgens Rias Ketwaru moeilijk te omschrijven valt, maar wel iedere Defqon-ganger wel weet. Daarbij laten Ton Verhoeven en Susan van de Weijer in het interview weten dat de grootte van de mainstage wel invloed heeft op de beleving, maar uiteindelijk gaat het voor de respondenten om het totaalplaatje.

Muziek, show en decor

Een unaniem antwoord is op te merken in het interview door de respondenten van Defqon.1. Volgens hen is het enorm belangrijk dat de elementen muziek, show en decor op elkaar zijn afgestemd en één geheel vormen. Zo wordt er nadrukkelijk door de respondenten gesproken over de eindshow van Defqon.1, waarbij voornamelijk de belevingsdomeinen amusement, escapisme en esthetiek te benoemen zijn. Volgens de respondenten was er een theaterachtige show met mensen verkleed als draken met een zangeres, toepasselijke geluidseffecten met muziek en het decor van de stage die het thema 'Dragonblood' uitstraalt. In het theoretisch kader wordt beschreven dat ondanks amusement het tegenovergestelde van escapisme is, ze bij festivals veel op elkaar lijken. Dat blijkt doordat de combinatie van muziek, het decor met het thema en de show een ontsnapping geven aan de werkelijkheid. De eindshow in zijn totaliteit waardoor de muziek, show en het decor één geheel met elkaar vormen, zorgt voor een esthetische belevenis bij de bezoeker.

Gedeeltelijk dezelfde stage

Een mainstage die bij Defqon.1 de volgende editie gedeeltelijk hetzelfde zou zijn als de vorige editie wordt volgens de respondenten van Defqon.1 als jammer ervaren en niet acceptabel. In de interviews met Verhoeven en van de Weijer, S. komt naar voren dat dit vooral te maken heeft met de reputatie die Q-dance en ID&T in de loop der jaren hebben opgebouwd en daarmee hoge verwachtingen wekken bij bezoekers. Volgens Verhoeven weten bezoekers daarom dat er een indrukwekkende stage te bewonderen valt bij Defqon.1, wereldwijd komen mensen naar het festival toe. Ketwaru laat ook weten dat hij het niet onderscheidend genoeg zou vinden van de vorige edities. Echter blijft hij positief en zou hij niet de meteen de bus terug naar huis pakken, maar het zou volgens hem wel een teleurstelling zijn. De literatuur van Goossen en Mazursky wijst erop dat negatieve ervaringen op een veel prominentere plaats worden opgeslagen in het geheugen dan een positieve ervaring, waardoor de kans op herhaalbezoeken kleiner kunnen worden.

Associaties mainstage

De associaties die de respondenten van Defqon.1 hebben bij een mainstage zijn groot, waarbij de mainstage gekoppeld moet zijn aan een thema en indrukwekkend. De verwachtingen van de mainstage komen overeen met de associaties die de respondenten hebben. Aan het einde van het interview is opnieuw de vraag gesteld aan de respondenten welke associaties zij krijgen bij een mainstage. Uit de resultaten blijkt dat er weinig verschil zit tussen beide antwoorden. Associaties zoals uitdagend en verrassend worden toegevoegd door de respondenten. Ondanks dat Verhoeven weinig verwachtingen heeft van een mainstage, vindt hij dat een mainstage wel spectaculair moet zijn. Het is volgens hem het visitekaartje van het festival. Hieruit blijkt wederom dat er een hoog verwachtingspatroon is bij Defqon.1. Daarnaast geeft van de Weijer, S. aan dat zij na het interview bewuster naar een mainstage gaat kijken. Ze is vooral benieuwd welke materialen er worden gebruikt in een mainstage. Daarbij vindt ze het een meerwaarde als mainstages duurzamer gebouwd kunnen worden, maar geeft tegelijkertijd aan dat zij snapt dat het niet de prioriteit heeft van festivalorganisaties.

Decibel

Invloed van een mainstage

De mainstage heeft voor de respondenten van Decibel over het algemeen weinig invloed op herhaalbezoeken. Het zijn voornamelijk de amuserende kenmerken die doorslaggevend zijn: muziek en de sfeer van het festival. Daarnaast speelt het sociale kenmerk gezelligheid voor Nick de Laat en Jens Timmermans tevens een grote rol. Lieke van Rixtel geeft aan dat een mainstage haar in eerste instantie niet kan (de)motiveren voor de volgende editie. Ze geeft aan als het tegen zou vallen dat het invloed heeft, maar dat heeft ze tot op heden nog niet ervaren. De beschrijving van van Rixtel is te vergelijken met de literatuur van Goossens en Mazursky, waarbij haar herhaalbezoek afhankelijk is van de (dis)satisfactie. Omdat bij van Rixtel tot nu toe haar verwachtingen zijn waar gemaakt, heeft zij enkel nog positieve ervaringen opgedaan. Hierdoor is het belangrijk voor festivalorganisaties dat zij niet alleen de nadruk leggen op de direct-exposure, maar tevens op de pre- en post-exposure. Voor Niels van Engelen kan een mainstage wel motiverend werken, waarbij volgens hem een eindshow van belang is. De meest effectieve bezoekersbeleving wordt voor van Engelen gecreëerd door een combinatie van de fysieke context volgens het Interactive Experience Model en het belevingsdomein esthetiek van het Experience model. Een eindshow van een festival is bijvoorbeeld een esthetische belevenis waar volledig in opgegaan kan worden.

Gevoel van een mainstage

Het gevoel dat een mainstage kan geven waarbij duizenden bezoekers uit hun dak gaan op de muziek, wordt door de respondenten van Decibel omschreven als onbeschrijfelijk. Voor de Laat is het een van de redenen waarom hij een festival bezoekt. Al eerder gaf hij aan dat sfeer en gezelligheid voor hem het belangrijkste zijn, echter wanneer er gesproken wordt over de ultieme beleving waar duizenden mensen uit hun dak gaan, hoort daar volgens hem een vette mainstage bij. Van Engelen laat weten dat het voor hem vooral een combinatie van de beleving en de mainstage is. Als er volgens hem geen sfeer is, dan kan een mainstage nog wel zo mooi zijn, maar dan komt de beleving niet over. Voor van Rixtel is vooral in het donker bepalend hoe de mainstage eruit ziet. Ze vindt dat een lichtshow voor de sfeer van het festival kan zorgen. Evenals een eindshow behoort een lichtshow tot een esthetische belevenis.

Muziek, show en decor

Voor de bezoekers van Decibel is het belangrijk dat muziek, show en decor één geheel met elkaar vormen. Uit de resultaten blijkt dat met name van Rixtel en de Laat het essentieel vinden wanneer het donker wordt dat de drie elementen op elkaar afgestemd zijn. Zo geeft de Laat ook aan dat het een extra dimensie geeft als precies op de juiste melodie iets gebeurt. Van Engelen vertelt in het interview dat er wel steigers met lichten opgehangen kunnen worden waarbij een vuurwerkshow wordt gegeven, maar de beleving is pas compleet wanneer de stage mooi aangekleed wordt.

Gedeeltelijk dezelfde stage

Uit de resultaten met betrekking tot de vraag wat de respondenten vinden van een gedeeltelijk dezelfde stage, zijn er verschillende antwoorden te benoemen. Zo geeft de Laat aan dat het hem niet veel uit zou maken, omdat hij bij Decibel weinig verwachtingen heeft van de mainstage en zijn beweegredenen om naar een festival te gaan de muziek is. Echter voor de prijs van een ticket verwacht hij wel weer iets nieuws. Timmermans en van Rixtel vinden het geen probleem wanneer de mainstage deels hetzelfde is. Van Rixtel geeft aan dat zij het vooral belangrijk vindt dat aan haar verwachtingen worden voldaan met betrekking tot de grootte van de mainstage. Daarnaast is volgens haar een stage bij Decibel anders dan bij een festival als Mysteryland, waar zij echt een uitgebreid en gedetailleerd thema stage verwacht. Een gedeeltelijk dezelfde stage wordt door van Engelen als jammer ervaren, omdat hij dan al weet wat er te verwachten valt. Hierdoor worden zowel de pre-, direct- als post-exposure negatief beïnvloed.

Associaties mainstage

'Mainstage' wordt door de respondenten van Decibel aan het begin van het interview omschreven in kernwoorden als: buiten, uitstraling en goede muziek. Uit deze resultaten blijkt dat voor de respondenten voornamelijk het belevingsdomein amusement van belang is bij een festival. Voor van Engelen draait een festival wel om een mainstage. Zo geeft hij aan dat een mainstage het hoogtepunt is van het festival en waar je moet zijn bij de afsluiting van het festival. Aan de respondenten wordt dezelfde vraag aan het einde van het interview opnieuw gevraagd, waarbij voornamelijk hetzelfde wordt gezegd als aan het begin. Naast de sfeer en gezelligheid die Jens het belangrijkste vindt, voegt hij duurzaamheid toe aan zijn associaties bij een mainstage. Voor hem is elk jaar een nieuwe mainstage niet relevant.

Mysteryland

Invloed van een mainstage

Voor de respondenten van Mysteryland heeft een mainstage weinig tot geen invloed om wel of niet een volgende editie te bezoeken. Beweegredenen om te gaan zijn zowel muziek als artiesten, sfeer en gezelligheid met vrienden. Renske Pashouwers bezoekt Mysteryland voor het eerst en ging meer voor de type muziek en sfeer naar het festival toe. In het interview vertelt Pashouwers wat de mainstage voor een invloed op haar heeft gehad. Deze omschrijving heeft vele raakvlakken met het belevingsmodel van Goossens en Mazursky, maar dan in omgedraaide richting. Pashouwers heeft de eindshow van de mainstage terug gekeken op het internet (post-exposure), omdat ze deze gemist had. Hierdoor heeft zij alsnog de beleving (exposure) ervaren van een eindshow bij een mainstage en heeft daarbij geconstateerd dat een mainstage wel degelijk belangrijk voor haar is. De belevenis wordt een ervaring waarbij Pashouwers kennis heeft opgedaan en bij een volgende editie haar verwachtingen zal bijstellen (pre-exposure). Voor Debbie van Vliet zijn in eerste instantie artiesten en muziek de motiverende factoren om een festival te bezoeken. Echter bedenkt ze dat ze de artiesten en de eindshow op zondag bij Mysteryland tegen vond vallen, waardoor er een negatieve disconfirmatie van haar verwachtingen ontstaat die leidt tot ontevredenheid. Hierbij geeft ze aan dat een mainstage toch wel degelijk kan (de)motiveren om wel of niet gaat.

Gevoel van een mainstage

Aan de respondenten is gevraagd hoe zij zich voelen op het moment dat zij samen met duizenden voor een mainstage staan. Voor Lisa van Vliet spreekt de sociale context enorm aan, waarbij zij het vooral gezellig vindt om de gekste mensen tegen te komen en daarmee in contact te raken. Volgens haar maakt het aan de ene kant niet uit hoe de mainstage er dan nog uitziet, aan de andere kant wel omdat de fysieke context zoals de sfeer wordt gecreëerd door de mainstage. Uit de interviews is op te maken dat de respondenten van Mysteryland de link leggen tussen het wij-gevoel met duizenden bezoekers en de eindshow met lichteffecten en vuurwerk. Vooral de show in een mainstage wordt dus als belangrijk ervaren voor de respondenten.

Muziek, show en decor

De drie componenten muziek, show en decor moeten volgens de respondenten op elkaar afgestemd zijn. Volgens de respondenten van Mysteryland maakt dat de beleving compleet van een festival. Van Vliet, D. geeft in het interview aan dat hierdoor meerdere zintuigen worden geactiveerd. Niet alleen het horen van de muziek, maar ook het waarnemen van de licht- en lasershow met de mainstage. Hierdoor kan er een esthetische belevingswereld gecreëerd worden, waarbij de bezoeker wordt ondergedompeld door muziek, show en decor. Echter laat Pashouwers weten in het interview dat het ontzettend lastig is om dit te bewerkstelligen. Ze geeft aan wanneer er een indrukwekkende mainstage gebouwd is, maar het geluid niet overgebracht kan worden op de bezoekers, het dan afbreuk doet aan de beleving van de stage. Volgens haar is het holistische nodig voor het creëren van betekenisvolle experience.

Gedeeltelijk dezelfde stage

Als een festivalorganisatie gedeeltelijke dezelfde mainstage zou gebruiken, maar wel andere kleuren gebruiken en een nieuwe show zou verzorgen, dan hebben de respondenten van Mysteryland daar over het algemeen geen problemen mee. Uit eerdere resultaten is gebleken dat zij voornamelijk voor de sfeer en gezelligheid komen naar een festival. Niels Blonk geeft aan dat hij wel vaker op kleinere festivals is geweest waar dezelfde stage staat. Hij vergelijkt het met een discotheek of club waar altijd dezelfde aankleding is. Bezoekers weten dat het altijd hetzelfde is en verwachten daarom ook niets meer. Daarnaast hebben de respondenten zelfs weinig tot geen hoge verwachtingen van een mainstage, waaruit opgemaakt kan worden dat zij het wel kunnen waarderen als er een mooie mainstage staat, maar dat het bij Mysteryland geen grote rol speelt. Pashouwers laat daarentegen weten dat zij niet naar een festival komt om dezelfde stage te bekijken. Ze zou het wel knap vinden als de materialen hergebruikt kunnen worden en er totaal iets anders van gemaakt wordt.

Associaties mainstage

De associaties die de respondenten aan het begin van het interview maken met een mainstage zijn voornamelijk: groot en het meest uitgerust qua artiesten, show en stage. De associaties komen bij de respondenten van Mysteryland met name uit de ervaring en kennis die zij hebben opgedaan bij het bezoeken van festivals, waarbij factoren als sfeer en muziek het belangrijkste voor hen zijn. Dit wordt bevestigd wanneer dezelfde vraag aan het einde van het interview wordt gesteld. Hier wordt aangegeven dat zij dezelfde associaties hebben zoals groot en dat een mainstage de sfeer van het festival moet uitdragen met licht en muziek.

5.1.3 Materialen

Een stage bestaat grotendeels uit verschillende decormaterialen. Aan de respondenten is gevraagd of zij weten welke materialen veel gebruikt worden door festivalorganisaties. Daarnaast is ook de vraag gesteld in hoeverre de materiaalkeuze de beleving beïnvloedt die wordt ervaren bij een mainstage. Tot slot hebben de respondenten inzicht gegeven hoe zij tegen het hergebruiken en recyclen van decormateriaal aankijken.

Amsterdam Open Air

Decormateriaal

De respondenten van Amsterdam Open Air geven aan dat zij weinig tot geen beeld hebben van welke materialen een mainstage gebouwd is. De respondenten geven aan dat ze verwachten dat een mainstage is gebouwd van materialen zoals plastic, staal en hout. Dat de respondenten in eerste instantie laten weten geen idee te hebben van welke materialen een mainstage gebouwd is, geeft aan dat zij de relevantie hiervan niet belangrijk vinden. In de interviews geven respondenten tevens aan dat zij het niet zozeer belangrijk vinden van welke materialen een mainstage gebouwd is. Zo vertelt Josha Kamstra in het interview dat hij juist het gebruik van hergebruikte materialen stimuleert, omdat hij denkt dat het veel bezoekers niet opvalt of er nieuw of hergebruikt materiaal gebruikt wordt. Daarnaast geeft hij aan dat het beter is om meer te hergebruiken, omdat het bovendien duurzaam is. Karen Reesink laat weten dat ze vindt dat festivals rekening kunnen houden met afbreekbare materialen of materialen die hergebruikt kunnen worden door verschillende festivals. Daarbij vindt ze dat als er materialen zijn die niet door de organisator kunnen worden hergebruikt, dat er een samenwerking met diverse partijen moet worden gestart, zodat het materiaal niet naar de afvalverwerker gebracht wordt. Uit de resultaten blijkt dan ook dat een geheel hergebruikte / gerecyclede stage wordt aangemoedigd door de respondenten van Amsterdam Open Air. Echter moet de kwaliteit van de stage wel gewaarborgd worden, zodat de beleving niet negatief wordt beïnvloed.

De beleving van bezoekers kan op meerdere manieren beïnvloedt worden. In de interviews is gevraagd of de materiaalkeuze de beleving kan beïnvloeden die wordt ervaren bij een mainstage. De respondenten van Amsterdam Open Air denken dat het geen invloed heeft op hun beleving.

Bij het festival wordt de bezoekersbeleving vooral gecreëerd door amuserende belevissen. Echter laat Aniek van de Weijer weten dat het haar beleving enorm beïnvloedt, waarbij ze voorbeelden geeft van het festival Defqon.1 die aansluiten bij esthetische en educatieve belevissen van Pine & Gilmore. Zo vertelt van de Weijer, A. dat zij het knap vindt dat er met veel verschillende gebruiksmaterialen een mainstage gebouwd kan worden. Materialen die volgens haar in eerste instantie naar de stort worden gebracht, maar toch op een dergelijke manier worden gebruikt dat het indruk op iedereen weet te maken. Door de architectuur en vormgeving van de mainstage zoals van de Weijer, A. dat noemt wordt zij ondergedompeld, waardoor haar beleving wordt beïnvloedt. De lerende beleving zit in de identiteit van de organisatie van Defqon.1. Er wordt onbewust een boodschap overgebracht naar bezoekers met betrekking tot duurzaamheid door expliciet hergebruikte materialen te gebruiken in de mainstage.

Merchandise van een mainstage

De resultaten van het interview met betrekking tot het kopen van merchandise dat afkomstig is van een mainstage wijzen erop dat de respondenten van Amsterdam Open Air interesse hebben in het idee en bereid zijn tot kopen.

“Ja, dat zou ik heel vet vinden! Als ze daar een leuke tas of iets dergelijks van maken. Een shirt, een rok of een top of weet ik het. Ja dat vind ik heel vet (Reesink, 2016).”

“Het is natuurlijk gaaf omdat je dan dat jaar bent geweest zeg maar, aan de andere kant zou ik liever iets kopen wat niet aan een jaar verbonden zit. Als het anders toch wordt weggegooid, waarom zou je het dan niet doen? Het zal toch wel verkocht worden (Kamstra, 2016).”

“Ja ik vind dat wel een cool idee, ik weet niet of ik het zelf zou kopen. Ik ben sowieso niet zo van het kopen van merchandise spulletjes. Maar als ik zie wat voor een enorme rijen daarvoor staan en dat een heleboel mensen dat dus wel doen, dan denk ik zeker wel dat het aan zal slaan. Vooral als je dat goed promoot en mensen heel duidelijk kunt maken dat het dus materiaal is wat verwerkt is geweest is in een mainstage (Van de Weijer A. , 2016).”

“Ik koop zelf niet echt merchandise, hooguit een petje, maar ik denk wel dat het een goed idee is. Het is echt zonde als zoiets eenmalig wordt gebruikt en vervolgens ergens opgeslagen ligt en dan nooit meer iets mee wordt gedaan. Dat vind ik echt zonde! En ik denk dat je op deze manier heel goed dat materiaal nog een keer kunt gebruiken (Welters, 2016).”

Naast dat de respondenten enthousiast zijn over het idee, is tevens op te merken uit bovenstaande citaten dat zij bewust worden van het feit dat er materialen eenmalig gebruikt worden en na het festival worden weggegooid.

Defqon.1

Decor materiaal

De respondenten van Defqon.1 geven aan dat mainstages bestaan uit voornamelijk hout waaronder veel plaatwerk. Daarnaast laat Susan van de Weijer in het interview weten dat het verschilt per thema van een stage. Hierbij noemt zij als voorbeeld de mainstage van Defqon.1 2011 waarbij veel praktische bruikbare materialen werden gebruikt zoals rubberen bootjes, autobanden en discoballen. Rias Ketwaru herkent vooral veel van materialen terug van andere festivals van de organisator, waaronder de stalen messen frames. Uit de resultaten blijkt dat de respondenten van Defqon.1 een goed beeld hebben welke materialen vaak verwerkt worden in een mainstage. In de interviews met de respondenten geven zij tevens aan het belangrijk te vinden dat een mainstage op een duurzame wijze geproduceerd wordt. Zo weten de respondenten dat de mainstage van Defqon.1 al uit veel hergebruikte materialen bestaat.

Niek Aarts vindt echter dat het niet de prioriteit van de organisator moet worden, zodat het ten koste gaat van de beleving en de kwaliteit van de mainstage. Van de Weijer, S. geeft aan dat zij het vooral belangrijk vindt dat het één geheel vormt met het festival op welke manier dan ook. Een geheel hergebruikte/ gerecyclede stage zouden de respondenten van Defqon.1 dan ook wel aanmoedigen, mits de kwaliteit van de mainstage optimaal blijft. Zo geeft Aarts aan dat hij het mooi vindt als een festival kan zeggen dat er een duurzame stage is gebouwd en tevens indrukwekkend is. Volgens hem gaan steeds meer mensen waarde hechten aan duurzaamheid en denkt dat het juist als strategie ingezet kan worden om mensen in de toekomst voor je organisatie of festival te winnen. Ton Verhoeven ziet ook graag een geheel hergebruikte stage, maar hij denkt dat het enorm moeilijk is, voornamelijk voor een mainstage op Defqon.1. Volgens hem gaan de stages er dan anders uitzien, waardoor het verwachtingspatroon van de bezoekers negatief wordt beïnvloed. Mensen willen verrast worden en Verhoeven denkt dat er dan deels nieuwe en hergebruikte materialen ingezet moeten worden.

In de interviews met de respondenten van Defqon.1 worden verschillende antwoorden gegeven omtrent de invloed van de materiaalkeuze op de bezoekersbeleving. In het interview met Ketwaru komt naar voren dat zijn beleving niet wordt beïnvloed door de beleving. Volgens hem heeft dit vooral te maken met dat het hoort bij de identiteit van Defqon.1 dat er materialen worden hergebruikt in het decor. Daarentegen geeft van de Weijer, S. aan dat het wel invloed heeft op haar beleving. Zo herinnert zij zich nog bepaalde materialen van de Defqon.1 mainstage uit 2011. Volgens haar hebben de hergebruikte materialen er wel aan bijgedragen dat haar aandacht op de mainstage gevestigd werd. In het interview met Aarts vertelt hij dat het wel een bepaalde stijl is waar voor gekozen wordt. Het creëert volgens hem een bepaalde sfeer op het moment dat het duidelijk zichtbaar is dat er materiaal gebruikt worden, waarvan de huidige functie nog te herkennen is. Het is voor de beleving van Aarts een meerwaarde als een mainstage met gerecyclede materialen een indruk bij de bezoeker kan achterlaten. De respondenten van Defqon.1 worden vooral beïnvloed door de fysieke kenmerken zoals de sfeer en het gevoel dat de stage met zich meebrengt. De kracht van de gerecyclede materialen bij Defqon.1 is hierbij van belang.

Merchandise van een mainstage

Opvallend uit de resultaten van de interviews omtrent het kopen van merchandise van een mainstage, is dat de respondenten aangeven dat zij er van overtuigd zijn dat er veel Defqon.1 bezoekers zijn die graag merchandise willen kopen dat afkomstig is van de mainstage.

“Ik denk dat het cool is als dat gedaan wordt. Ik denk zeker dat daar mensen zijn die daar geprikkeld door worden en interesse in hebben. Ik vind het juist vet dat je een stuk stage kunt hergebruiken op die manier. Zeker in de zin van dat je weet dat het een stuk stage is geweest en dat je kunt zeggen bij deze editie ben ik geweest, dat is een wel een cool idee (Aarts, 2016).”

“Ja, dat zou ik wel vet vinden. Ik zou het wel kopen, omdat je dan iets tastbaars hebt van het feest, letterlijk. Of iets voor in je huis of zo (Ketwaru, 2016).”

“Ik koop sowieso geen merchandise, dus ik denk het niet. Als de tas nu echt super vet is, maar niet zoals die petjes en jasjes waar iedereen mee loopt. Ik vind het sowieso allemaal veel te duur. Maar er zullen geheid mensen zijn die het wel willen kopen hoor, zeker weten (Van de Weijer S. , 2016).”

“Ik ben zelf niet zo van de merchandise, maar ik weet zeker dat mensen daar interesse in zouden hebben. Op festivals is het eigenlijk zo druk daar, tenminste wel bij Defqon.1. Dat wordt wel verkocht. Alleen je kunt het natuurlijk nog niet tijdens Defqon.1 verkopen, dan zou je eigenlijk een soort digitale versie van de tas of iets dergelijks moeten zien. Mensen zijn tijdens Defqon.1 denk ik juist bereid om iets te kopen (Verhoeven, 2016).”

De resultaten van de respondenten van Defqon.1 laten verder zien dat er interesse is om merchandise te kopen dat afkomstig is van een mainstage. Zo geeft Niek Aarts aan dat het een meerwaarde voor hem is, omdat een organisatie bewuster met materialen omgaat en daarbij een belevenisvol item beschikbaar stelt voor de bezoeker. Aspecten als betaalbaarheid en directe beschikbaarheid blijken belangrijk gevonden te worden door bezoekers en kunnen een drempel vormen voor aankoop.

Decibel

Decormateriaal

De materialen die volgens de respondenten voornamelijk in een mainstage worden verwerkt zijn hout en doeken. Over het algemeen vinden de respondenten van Decibel het niet van belang van welke materialen een mainstage gebouwd wordt. Jens Timmermans laat in het interview weten dat hij vindt dat we tegenwoordig allemaal mogen bijdragen aan duurzaamheid, waarbij een mainstage volgens hem ook een belangrijk onderdeel is. Uit de resultaten blijkt dat de respondenten een geheel hergebruikte/gerecyclede mainstage aanmoedigen. Toch geven zij aan dat het uiterlijk van een mainstage niet beïnvloed mag worden door duurzame materialen en er minder mooi uit mag gaan zien. Zo vertelt Nick de Laat dat wanneer de kwaliteit van de mainstage gewaarborgd kan worden met gerecyclede materialen, het echt iets toevoegt aan de bezoekersbeleving. Daarbij vindt hij dat ze dat tevens mogen communiceren om bezoekers bewust te maken er een duurzame mainstage geproduceerd is.

De beleving wordt volgens de respondenten weinig tot niet beïnvloed door de materiaalkeuze in een mainstage. Dit komt mede doordat hiervoor geen persoonlijke interesses zijn vanuit de respondenten. Zo wordt er aangegeven dat er nooit wordt gelet op materiaalgebied van een stage, maar dat er voornamelijk gekeken wordt naar een mainstage in zijn geheel. Fysieke kenmerken zoals de sfeer, het geluid en het gevoel dat de mainstage met zich meebrengt kunnen hieronder verstaan worden.

Merchandise van een mainstage

Uit de resultaten valt ondanks dat de respondenten zelf weinig tot geen merchandise kopen op dat ze het idee om merchandise aan te bieden dat gemaakt is van een mainstage wel stimuleren.

“Ik vind het echt een briljant idee! Ikzelf koop nooit merchandise, dus zal het waarschijnlijk niet zo snel kopen, maar je weet nooit. Het is een goed initiatief, waardoor het materiaal een tweede leven krijgt en de bezoekers een mooi aandenken voor thuis (De Laat, 2016).”

“Op zich een leuk idee, maar ik ben sowieso in het algemeen niet gevoelig voor zulke dingen, dus dat zou voor mij niet van toepassing zijn (Timmermans, 2016).”

“Ik vind het idee wel heel erg gaaf, maar ik koop zelf eigenlijk zelf echt nooit z'n dingen. Maar kan mij wel voorstellen dat andere mensen het wel eerder zouden doen als ze weten dat het van een mainstage zou komen. Ik hecht er ook gewoon niet zoveel waarde aan, maar wel een leuk idee, dat zeker (Van Rixtel, 2016).”

“Ik zou het wel vet vinden. Ik weet zeker dat er wel mensen zijn die zo iets willen kopen, voornamelijk buitenlanders denk ik. Ik denk dat je daar zeker iets mee kunt bereiken (Van Engelen, 2016).”

Deze resultaten bevestigen tevens dat de respondenten voornamelijk door amuserende belevenissen beïnvloed worden, waarbij de focus ligt op de artiesten en muziek. Veel van de bovenstaande meningen worden gevormd door de persoonlijke context. Uit ervaring geven de respondenten aan weinig tot geen merchandise te kopen en daarom ook verwachten dit ook niet te gaan doen.

Mysteryland

Decormateriaal

De respondenten van Mysteryland geven deels aan geen idee te hebben welke materialen vaak gebruikt worden in stages. Niels Blonk geeft aan dat decormateriaal voornamelijk bestaat uit hout, PVC en doeken om af te werken. Daarentegen denkt Renske Pashouwers dat er juist weinig hout wordt gebruikt. Uit de resultaten blijkt dat de respondenten weinig tot geen belang hebben bij van welke materialen een stage wordt gebouwd. Een geheel hergebruikte/ gerecyclede stage wordt aanbevolen door de respondenten, zo lang de kwaliteit van de mainstage optimaal blijft. Debbie van Vliet laat in het interview weten dat het onderzoek haar aan het denken heeft gezet. Volgens haar mag er meer aandacht komen voor het hergebruiken van decormaterialen. Daarnaast denkt Lisa van Vliet dat organisaties er tevens een statement mee kunnen maken, zodat bezoekers bewust worden gemaakt van de impact op milieu en omgeving.

Aangezien de respondenten weinig tot geen belang hebben bij van welke materialen de mainstage wordt gebouwd, wordt hun beleving weinig beïnvloed door de materiaalkeuze. Pashouwers geeft aan dat zij veel geld heeft betaald voor een ticket, waardoor het voor haar niet uitmaakt welke materialen er gebruikt worden, zo lang de mainstage er maar mooi uitziet. Voor van Vliet, L. en van Vliet, D. heeft de materiaalkeuze wel invloed op hun beleving, maar geven aan dat deze beleving deels wordt veroorzaakt door het onderwerp van het interview. Voor zowel van Vliet, L. als van Vliet, D. wordt de beleving beïnvloed wanneer de functie van het materiaal dermate veranderd is, zodat het oorspronkelijke materiaal nog lastig te herkennen is. De ontdekking van deze materialen in de mainstage zorgt ervoor dat de belevingswereld versterkt wordt.

Merchandise van een mainstage

Uit de interviews blijkt dat de respondenten van Mysteryland het een interessant idee vinden en belangstelling hebben in merchandise dat afkomstig is van een mainstage.

“Ik vind het idee goed en ik denk zeker dat daar wel een markt voor is en dat mensen daar wel in geïnteresseerd zullen zijn, maar voor mijzelf nee (Van Vliet D. , 2016).”

“Als je op dat moment dat daar mee kunt krijgen of je betaalt alvast van te voren en je krijgt het later thuis gestuurd, dan denk ik dat het wel te verkopen valt (Blonk, 2016).”

“Ik denk dat het heel erg afhangt van de timing en van de prijs. Stel dat ik nu op Mysteryland 2016 een tas zou kunnen kopen van de mainstage van 2015, dat boeit me niet, want dat is al te lang geleden. Het moeilijke is denk ik, dat mensen het a la minute mee willen nemen. Ik vind het wel een creatief idee, alleen ik zou er niet al te veel geld voor willen betalen (Pashouwers, 2016).”

“Als het er goed uitziet wel en ik vind het wel echt bij Mysteryland passen. Ik vind het echt een heel gaaf idee in ieder geval (Van Vliet L. , 2016).”

De respondenten vinden het over het algemeen een goed en creatief initiatief. Net zoals bij Defqon.1 blijkt uit bovenstaande citaten dat de betaalbaarheid en directe beschikbaarheid van belang zijn.

5.2 Conclusie

Aan de hand van de resultaten vanuit de vraagzijde kan worden geconcludeerd dat uit de uiteenlopende verwachtingen en meningen van de respondenten, de fysieke kenmerken en amuserende belevenissen van een mainstage essentieel zijn voor het creëren van de bezoekersbeleving. Door inzicht te hebben welke belevenissen bepalend zijn voor de bezoeker, kan verklaard worden wat bezoekers van belang vinden bij mainstages. Allereerst moet worden toegelicht dat elke bezoeker unieke verwachtingen heeft, waarbij de verwachtingen van bezoekers tevens kunnen verschillen per evenement. De reden hiervoor heeft met meerdere factoren te maken, zoals de reputatie van een festival(organisatie), sociaal netwerk en ervaring en kennis van de bezoeker uit eerdere festivalbezoeken. Daarnaast worden door de identiteit van een festivalorganisatie en de werkwijze van ontwerpen en gebruiken van mainstages tevens de verwachtingen van bezoekers bepaald. Uit de resultaten blijkt dat er een verschil is tussen iets wat bezoekers verwachten en wat bezoekers belangrijk vinden. Zo wordt er voornamelijk verwacht dat een mainstage groot, gethematiseerd en mooi aangekleed is. Wanneer de respondenten praten over wat zij belangrijk vinden, komen factoren zoals gezelligheid, sfeer, muziek, geluid en artiesten naar voren. Daarnaast wordt nadrukkelijk door respondenten een eindshow, waaronder lichteffecten, lasers en vuurwerk benoemd. Door in te spelen op de verwachtingen en belangrijke factoren van bezoekers ontstaat de bezoekersbeleving.

De bezoekers zijn zich niet bewust van het materialenprobleem, omdat zij met de afbouw van een festival niet meer aanwezig zijn op het festivalterrein. Verder geven bezoekers aan dat zij weinig tot niet bewust bezig zijn met duurzaamheid, zowel thuis niet als bij het bezoeken van een festival niet. Zo wordt er door de respondenten weinig waarde gehecht aan de materiaalkeuze voor het bouwen van een mainstage. Over het algemeen vinden de respondenten dat de materiaalkeuze van een mainstage weinig invloed heeft op hun beleving. Voor de ondervraagden van het festival Defqon.1 is de materiaalkeuze nog het meest belangrijk. Zij geven aan dat het een meerwaarde is voor hun beleving. Dit heeft te maken met de identiteit en concept van het festival, waarbij dit is verwerkt in de stages. Het feit dat bezoekers een mainstage niet bepalend vinden om een festival te bezoeken, biedt de ontwikkeling naar een circulaire economie en het 3 R-model, door het reduceren, hergebruiken en recyclen van decormateriaal, kansen voor het onderzoeksprobleem.

In de interviews met de respondenten is er dieper ingegaan op de duurzame mogelijkheden binnen decormateriaal, met betrekking tot het recyclen van banners. Uit de resultaten kan geconcludeerd worden dat er markt is voor merchandise dat gemaakt is van materialen van (main)stages. In deze vorm vindt er tevens een transitie plaats binnen de duurzame ontwikkeling, waarbij de ecologische pijler zorgt voor vermindering van de negatieve impact op het milieu door het materiaalafval te reduceren en het decormateriaal tot een product te recyclen. De sociale pijler bevindt zich in de betrokkenheid tussen bezoeker en organisatie om samen een positieve bijdrage te leveren aan de samenleving. De bezoekers geven het materiaal een tweede leven en hebben bovendien een tastbaar aandenken aan het festival. Het product dat afkomstig is van de mainstage levert economische waarde op voor de organisatie, zowel op sociaal als ecologisch gebied en ook voor het imago van de organisatie. Tot slot zullen de bevindingen vanuit de vraagzijde worden samengevoegd met de bevindingen vanuit de aanbodzijde om een volledige verklaring te geven van de huidige werkwijze omtrent het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal, de duurzame alternatieven hiervoor en wat een festivalorganisatie kan bijdragen om het onderzoeksprobleem te verhelpen.

“ We cannot solve our problems with the same thinking
we used when we created them. ”

Albert Einstein

06

Conclusies

80	6.1 Conclusie onderzoeksvraag 1
81	6.2 Conclusie onderzoeksvraag 2
81	6.3 Conclusie onderzoeksvraag 3
82	6.4 Conclusie onderzoeksvraag 4
83	6.5 Conclusie onderzoeksvraag 5
83	6.5 Conclusie probleemstelling

Conclusies

Naar aanleiding van de resultaten vanuit de vraag- en aanbodzijde wordt er antwoord gegeven op de onderzoeksvragen, gevolgd door een eindconclusie waarin antwoord wordt gegeven op de probleemstelling van het onderzoek.

6.1 Conclusie onderzoeksvraag 1

Wat is de huidige werkwijze omtrent het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal?

Geen eenduidige werkwijze

Aangezien het feit dat er tot op heden nog weinig aandacht is besteed aan het probleem, benadrukt de relevantie van dit onderzoek. Daarentegen moet worden toegelicht dat het hierdoor moeilijker is om te onderzoeken hoeveel kilo's of waarde in geld gerecycled is. De kennis en ervaring op dit gebied ligt in het werkveld, waardoor er diepte-interviews met experts en observaties bij de betreffende festivals Amsterdam Open Air, Defqon.1, Decibel en Mysteryland zijn gehouden. Uit de bevindingen van deze observaties en interviews kan worden geconcludeerd dat er bij de festivals geen eenduidige werkwijze wordt gehanteerd omtrent het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal. De verschillende werkwijze van festivals hebben te maken met meerdere factoren. Allereerst heeft het te maken met het gegeven dat de edities van de festivals elk jaar anders zijn wanneer we spreken over materiaalgebruik, ontwerp en thema's van de mainstages. Doordat de festivalorganisaties ieder jaar bezoekers willen verrassen met nieuwe spectaculaire mainstages en daarbij zichzelf willen blijven uitdagen met thematische concepten, wordt het volgens ontwerpers, creatie, producenten en event experts als lastig ervaren om decormaterialen te hergebruiken in een volgende editie. Er wordt dus voorafgaand en tijdens het ontwerpen van de mainstage niet voldoende nagedacht over duurzame mogelijkheden van materialen voor na het evenement.

De werkwijze ten aanzien van het ontwerpen en gebruiken van een mainstage is sterk afhankelijk van de identiteit van de organisatie zelf. Uit de resultaten van de interviews met experts blijkt dan ook dat op basis van de identiteit materialen wel of niet worden gekozen. Daarnaast worden er door een strikt budget beperkingen opgelegd, voornamelijk in het gebruiken van decormateriaal. Uit budgettaire overwegingen wordt er doorgaans gekozen voor eenmalige en goedkope materialen. De keuze voor eenmalige decormaterialen zorgt ervoor dat er relatief weinig materialen worden hergebruikt. Hierdoor kan tevens geconcludeerd worden dat bepaalde materiaalkeuzes van festivalorganisaties leiden tot problemen zoals klimaatverandering. Dit wordt veroorzaakt door materialen te kiezen die bij de productie al een negatieve impact hebben op het milieu en de gezondheid van de mens.

Mindset

Tijdens de interviews met experts is er dieper ingegaan op het gebied van duurzaamheid. Dat er weinig materialen worden hergebruikt in opvolgende edities heeft niet enkel te maken met de uniciteit van de mainstages. Uit het interview met Guido van den Berk komt naar voren dat het materialenprobleem vooral te maken heeft met de mindset van het proces binnen de organisatie. Binnen het proces zijn verschillende factoren te benoemen zoals tijd, geld en kwaliteit, waarbij kwaliteit tevens gezien kan worden als duurzaamheid. Uit de resultaten van de interviews met experts blijkt dat er vaak gewerkt wordt onder een grote tijdsdruk en met een scherp budget. Zo heeft tijdgebrek binnen het proces ook effect op het feit of er wel of niet gebruik wordt gemaakt van de materialen in de opslagruimtes. Dit komt mede door late beslissingen en andere prioriteiten binnen de organisatie, waardoor de factor duurzaamheid op de achtergrond raakt of niet als belangrijk genoeg ervaren wordt.

6.2 Conclusie onderzoeksvraag 2

Wat gebeurt er na afloop van een evenement met het materiaal en wat zijn hier de gevolgen van?

Na afloop van festivals worden nog veel decormaterialen naar de afvalverwerker gebracht. Zoals in de voorgaande conclusie reeds is beschreven wordt dit veroorzaakt door het gebruik van eenmalige materialen. Hiermee kan ten eerste geconcludeerd worden dat er bij het ontwerpen en gebruiken van decormaterialen niet voldoende wordt nagedacht over de gevolgen. Doordat er materialen gebruikt worden die na afloop van een festival niet meer bruikbaar zijn en naar de afvalverwerker worden gebracht, kan er worden geconcludeerd dat er geen aandacht wordt besteed aan de duurzame alternatieven die mogelijk zijn. Daarmee wordt tevens duidelijk dat festivalorganisaties zich nog niet volledig bewust zijn van de negatieve impact op milieu en mens. Deze inzichten geven aan dat de ecologische, economische en sociale aspecten nog geen balans vinden binnen duurzaamheid.

Wat er met de materialen na afloop van festivals gebeurt is zeer verschillend per festivalorganisatie. Bij sommige festivals worden decormaterialen opgeslagen voor eventueel hergebruik voor een volgende editie ter terreindecoratie of voor andere events die behoren tot dezelfde festivalorganisatie. Bij andere organisaties worden wegens identiteitsredenen bepaalde materialen niet gehouden om te hergebruiken. Gedurende de observaties blijkt dat met de afbouw van de mainstage niet alles volgens planning gaat. Bij grote organisaties waar veel disciplines werkzaam zijn en weinig tijd is om af te bouwen, blijkt al snel miscommunicatie te ontstaan. Echter de conclusie die kan worden getrokken, is dat er geen duurzame criteria voor materiaalgebruik en werkwijze worden gesteld vanuit de festivalorganisatie aan de ontwerpers en decorbouwers. De gevolgen van deze miscommunicatie zijn dat decormaterialen een verkeerde bestemming krijgen en hierdoor niet hergebruikt kunnen worden, maar naar de afvalverwerker gebracht moeten worden.

6.3 Conclusie onderzoeksvraag 3

Wat zijn de duurzame mogelijkheden voor reduceren, hergebruiken en recyclen van decormateriaal en wat betekent dat voor de beleving?

Uit de resultaten van de interviews met experts blijkt dat zowel voor het recyclen als hergebruiken van decormaterialen genoeg organisaties zijn waarmee een samenwerking gestart kan worden. Dit geeft tevens wederom aan dat het materialenprobleem bij mainstages nog weinig aandacht heeft gekregen binnen de organisatie. Hieruit kan geconcludeerd worden dat er vanuit de festivalorganisatie te weinig prioriteit wordt gesteld aan het materiaalgebruik na het afbouwen van mainstages, waardoor de duurzame mogelijkheden tot dusver niet worden aangegrepen. Uit de resultaten van de interviews met de experts wordt dit vooral verweten aan het gebrek van tijd. Het ontwerp en materiaalgebruik van een mainstage speelt een grote rol bij de duurzame mogelijkheden voor reduceren, hergebruiken en recyclen. Zo vertelt Jake Kooi, een van de hoofd decor bouwers, in een interview dat door innovatieve bouwmethodes decormaterialen kunnen worden ontwikkeld die een levenslang design hebben. Hierdoor kunnen ze worden hergebruikt en zowel materialen als kosten worden hierdoor bespaard. Dit sluit aan bij de technische kringloop van de circulaire economie, waarbij materialen zo ontworpen worden dat ze aan het einde van gebruik opnieuw kunnen worden ingezet. Echter zijn er nog steeds veelal bepaalde decormaterialen die na afloop van het festival niet meer hergebruikt kunnen worden. Hierdoor kan worden geconcludeerd dat er wordt gekozen voor decormaterialen die moeilijk tot niet te recyclen zijn voor dezelfde functie. Dit probleem wordt enkel versterkt doordat het te maken heeft met een strikt budget, waardoor er eerder gekozen wordt voor goedkopere materialen. De werkwijze van het ontwerpen van een mainstage is dus bepalend in hoeverre er materialen gereduceerd, hergebruikt of gerecycled moeten worden.

Merchandise van mainstage

Uit interviews blijkt dat bezoekers geïnteresseerd zijn in het upcycling idee van banner tot merchandise en een groot deel van de respondenten is bereid om de merchandise te kopen. Daarnaast komt opvallend vaak uit de resultaten dat de respondenten laten weten dat zij verwachten dat er veel geïnteresseerden zullen zijn in merchandise van de mainstage. Op basis van resultaten zijn er meerdere conclusies die getrokken kunnen worden. Omdat er door de respondenten wordt aangegeven dat er genoeg geïnteresseerden zijn en tevens een groot deel van de ondervraagden zelf bereid is om de merchandise te kopen, betekent dat dat er markt voor is. Bovendien wordt door het hergebruik van de banners, de afvalverwerker gepasseerd en een tweede leven gegeven aan het materiaal. Hierdoor behoort het tot een duurzaam en belevenisvol product voor de bezoeker dat de circulaire economie vertegenwoordigd. Naast dat het een waardevol product voor de bezoeker kan zijn, wordt er tevens een indirecte boodschap overgebracht waarmee een positief effect op het menselijk bewustzijn wordt gecreëerd. In deze vorm vindt er een educatieve belevenis plaats, waarbij de organisatie de festivalbezoeker kennis bijbrengt door middel van de bovenstaande boodschap die leidt tot een geringe bijdrage aan het bewerkstelligen van gedragsverandering.

6.4 Conclusie onderzoeksvraag 4

Welke verwachtingen hebben bezoekers van (main)stages?

Vrijwel iedere bezoeker heeft een mening of een verwachting over een mainstage. Het feit dat iedere bezoeker uniek is, geeft de verscheidenheid aan van de antwoorden op deze onderzoeksvraag. Bezoekers zijn zich weinig tot niet bewust zijn van het materialenprobleem. Daarnaast hebben de ondervraagden überhaupt geen verwachtingen van het materiaalgebruik van een (main)stage, omdat zij weinig tot geen idee hebben welke materialen er veelvuldig gebruikt worden in een (main)stage. Voor de ondervraagden is het voornamelijk belangrijk dat een mainstage groot, imponerend en gekoppeld aan een thema is. Uit de bovenstaande resultaten kan geconcludeerd worden dat er geen specifieke verwachtingen worden gesteld aan (main)stages, omdat het kwaliteitsniveau dermate hoog is tegenwoordig. Bezoekers zijn voornamelijk tevreden over de (main)stages die gebouwd worden, waarbij duidelijk wordt in de interviews dat zij materialen zoals lichten, lasers en vuurwerk van essentieel belang vinden bij een mainstage en dat deze ook grotendeels zorgen voor de bezoekersbeleving. De factoren die van invloed zijn op de beleving en met name de mate van individuele betrokkenheid zijn te verklaren aan de hand van het Experience model van Pine & Gilmore en de drie contexten van Falk & Dierking. Uit de resultaten van de interviews met de bezoekers blijkt dat deze factoren verschillen en overeenkomsten vertonen met betrekking tot de festivals binnen het onderzoek. De reden hiervoor heeft te maken met de persoonlijke context, zoals de verwachtingen en interesses van de bezoeker die worden gewekt door de keuze van belevingsdomeinen en contexten van de festivalorganisator.

De overeenkomst tussen alle festivals maakt dat de focus ligt op de amuserende belevenissen en fysieke context, waarbij zowel de muziek als de artiesten de bezoeker in beweging brengen en onderdeel laat zijn van de belevenis. Dat voor bezoekers de muziek en programmering van groot belang is bij een festival, blijkt uit het feit dat er verschillende meningen worden gegeven wanneer twee jaar deels dezelfde mainstage werd neergezet. Uit deze antwoorden wordt tevens geconstateerd dat de verwachtingen van bezoekers ook te maken hebben met de prijs van een ticket. Hieruit is af te leiden dat hoe hoger de prijs van een ticket is, des te hogere verwachtingen er worden gesteld. Festivals die zich bezighouden met een uitgebreid gethematiseerde mainstage, waarbij een indrukwekkend ontwerp hoort en bezoekers mede vanwege de vormgeving van de mainstage met een licht, laser- en vuurwerkshow het festival bezoeken, richten zich zowel op de fysieke context als op de belevingsdomeinen escapisme en esthetiek. De lerende belevenis wordt door festivals over algemeen weinig tot niet gebruikt bij een mainstage, tenzij het thema erop is toegepast. De lerende vorm vindt meer plaats in de sociale context, waarbij interactie ontstaat tussen bezoekers.

6.5 Conclusie onderzoeksvraag 5

Hoe kijkt de bezoeker aan tegen hergebruik en recycling van decormateriaal bij (main)stages?

Er wordt door bezoekers over het algemeen positief aangekeken tegen het hergebruiken en recyclen van decormateriaal. Daarbij vinden bezoekers het van belang dat beleving optimaal blijft. Dit komt voornamelijk door, zoals tevens in bovenstaande conclusie staat beschreven, dat hedendaags het kwaliteitsniveau van mainstages uitermate hoog is. Net zoals dat iedere bezoeker andere verwachtingen heeft, kijkt iedere bezoeker ook anders naar een (main)stage. Zo blijkt uit de interviews dat de ene bezoeker het niet erg vindt en door heeft wanneer een mainstage twee edities achter elkaar wordt gebruikt, in tegenstelling tot de andere bezoeker, die dit als een bijzonder groot minpunt ervaart. Deze verschillen zullen altijd blijven en ongeacht welke ontwikkelingen binnen een mainstage ontstaan. Hiermee kan geconcludeerd worden dat bezoekers het niet zodanig relevant vinden of een mainstage met nieuwe of hergebruikte materialen gebouwd is, zo lang het geen afbreuk doet aan de beleving. Desalniettemin vinden zij het een meerwaarde is als een mainstage zowel hergebruikte materialen gebruikt en belevenisvol is. Ondanks dat de respondenten het een goed idee vinden om hergebruikte materialen te gebruiken in een mainstage, is het niet voor elke festivalorganisatie de juiste keuze/manier in verband met de werkwijze omtrent het bouwen van een mainstage. Daarnaast heeft de identiteit van een organisatie hier ook effect op zoals beschreven staat in de conclusie van onderzoeksvraag 1. Het kan hierdoor een strategie zijn, maar als het niet past bij het beeld van de festivalorganisatie, kan het volgens respondenten als goedkoop en kostenbesparend overkomen.

6.5 Conclusie probleemstelling

“Wat is het belang van de bezoekersbeleving bij (main)stages vanuit aanbod- en vraagzijde en hoe verhoudt zich dit tot hergebruik en recycling van decormateriaal, waarbij bijdragen aan een duurzamere toekomst het uitgangspunt is?”

Aan de hand van de inzichten en bovenstaande conclusies kan worden geconcludeerd dat bezoekers open staan voor het hergebruiken en recyclen van decormateriaal. Het onderzoek wijst uit dat bezoekers zich niet bewust zijn van de impact van bepaalde decormaterialen op het milieu. Op een festival worden bezoekers ondergedompeld in een andere wereld waardoor bezoekers kunnen ontsnappen aan de realiteit. Aan onderwerpen zoals duurzaamheid wordt geen aandacht geschonken, omdat bezoekers zich hier niet mee bezighouden op een festival. De oorzaak heeft te maken met dat het probleem plaatsvindt aan de kant van de organisatie. Om bij te dragen aan een duurzamere toekomst, waarbij geen afbreuk wordt gedaan aan de kwaliteit van de bezoekersbeleving, zullen er nog flinke stappen gemaakt moeten worden. Zoals beschreven wordt in het conceptueel model, wijst de theorie van Elkington uit dat duurzame events tot stand komen door aan de sociale verwachtingen van bezoekers te voldoen, de negatieve impact op de omgeving te minimaliseren en economische waarde te genereren. Door inzicht te hebben gekregen in het hergebruiken en recyclen van decormateriaal bij de betreffende festivals uit het onderzoek en de bezoekersbeleving bij mainstages, kan er een duurzame beleving gecreëerd worden.

Hergebruiken en recyclen van decormateriaal

Een belangrijke conclusie met betrekking tot het hergebruiken en recyclen van decormateriaal, is dat het enorm afhankelijk is van het ontwerp, materiaalkeuze en identiteit van de festivalorganisatie. Het gebruiken van hergebruikte en gerecyclede decormaterialen past dan ook niet bij ieder festival. Daarentegen wordt er door de huidige werkwijze nog steeds gekozen voor materialen die na het festival niet meer bruikbaar zijn, zoals afrokdoek en banners. Sommige van deze materialen worden nog opgeslagen, maar uit de resultaten van interviews met experts wordt aangegeven dat het hergebruik van deze materialen als moeilijk ervaren wordt. Dit heeft voornamelijk te maken dat elk jaar de mainstage verbonden is aan een nieuw thema.

Bij het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal worden de gevolgen van de negatieve impact op het milieu en omgeving niet ingezien. Hier wordt duidelijk dat het 3 R-model, waarbij preventie van materialen als prioriteit wordt gezien, gevolgd door hergebruik en recycling, deze impact kan verminderd. Als er gekeken wordt naar het duurzaamheidsbeleid van ID&T, waarbij *'We Celebrate Nature'* zich richt op het organiseren van events die bijdragen aan de omgeving, dan moeten deze gevolgen onder ogen worden gekomen en aangepakt worden. Daarbij wordt er met *'We Celebrate Nature'* constant naar nieuwe ontwikkelingen gezocht op het gebied van duurzaamheid en dit benadrukt daarbij de relevantie van dit onderzoek. Die ontwikkeling ligt in het vinden van het sluiten van de materiaalkringloop, oftewel een circulaire economie. Hierbij geeft het Circulaire Economie model van Ellen MacArthur Foundation aan dat er gestreefd moet worden naar enkele principes die zorgen voor innovatieve duurzame oplossingen, waarbij een bijdrage wordt geleverd aan het festival en omgeving. Hier worden gebruikte decormaterialen van evenementen verzameld en weer hergebruikt of gerecycled voor verschillende doeleinden. Echter belanden tot op heden bepaalde decormaterialen nog in de container en hierdoor ontstaat geen gesloten materialenkringloop. Daarbij worden er tevens materialen gekozen die al een negatieve impact hebben op het milieu bij de productie.

Deze bevindingen concluderen dat er nog geen volledige duurzame ontwikkeling wordt gerealiseerd, waarbij wordt voorzien in de behoeften van de huidige generatie zonder dat daarmee de behoeften van toekomstige generaties in gevaar worden gebracht, aldus de definitie van de VN-commissie Brundtland uit 1987. De kansen liggen hier in het aangrijpen van innovatieve duurzame alternatieven, waardoor het verminderen afval, reductie van CO₂-uitstoot en het bijdragen aan een duurzamere toekomst verwezenlijkt kan worden. Wanneer er dieper ingegaan wordt op het onderzoeksprobleem, dan spelen bepaalde factoren een grote rol. Het model van de duivelsdriehoek, waarbij kwaliteit, tijd en geld de relatie tussen elkaar weergeeft, kan in de context van het onderzoek tevens gezien worden als duurzaamheid (kwaliteit), budget (geld) en prioriteit (tijd). De nadruk leggen op één van deze drie factoren heeft in elk geval gevolgen voor één van de andere twee factoren. Uit de resultaten blijkt dat een strikt budget vaak een storende factor binnen het model is, waardoor er ingeleverd moet worden op duurzaamheid. Daarnaast heeft duurzaamheid niet voor iedereen dezelfde prioriteit, wat kan leiden tot miscommunicatie met betrekking tot hergebruiken en recyclen van decormateriaal. Door de geringe betrokkenheid van experts op het gebied van duurzaamheid bij het afbouwen van mainstages, worden duurzame alternatieven vooralsnog weinig aangepakt.

Bezoekersbeleving bij mainstages

Op het gebied van hergebruiken en recyclen hebben de bezoekers maar één belang: zolang het niet ten koste gaat van de beleving van de mainstage. De kwaliteitsnorm speelt voor de bezoekers een belangrijke factor, die in meerdere vormen te benoemen valt. Een belevenisvolle mainstage wordt volgens de respondenten gecreëerd door de fysieke context van Falk & Dierking en de belevingsdomeinen amusement, esthetiek en escapisme van Pine & Gilmore. Hierbij wordt de grootheid, aankleding qua thema en voornamelijk een spectaculaire show bedoeld. Deze show bestaat uit licht- en lasereffecten met als afsluiting een vuurwerkshow. Inspelen op deze aspecten heeft tevens invloed op de pre-, direct- en post-exposure (Goossens en Mazursky) van de bezoeker en kan zorgen voor herhaalbezoeken. Uit deze bevindingen is op te merken dat bezoekers het niet relevant vinden van welke materialen een mainstage gebouwd wordt. Ondanks dat zij zich niet bezighouden met duurzaamheid, wil niet zeggen dat bezoekers er geen belang bij hebben. Een mainstage bouwen bestaande uit hergebruikte materialen, waarbij de belevingswaarde even hoog is, wordt gestimuleerd door de respondenten en gezien als innovatief en creatief. Een conclusie die hier kan worden getrokken is dat het creatieve proces binnen een festivalorganisatie een grote rol speelt voor het bijdragen aan een duurzamere toekomst. Tot slot kunnen de bevindingen waarbij bannermateriaal tot merchandise wordt geproduceerd gekoppeld worden aan de bezoekersbeleving bij mainstages ten opzichte van hergebruik en recyclen van decormateriaal. Door het recyclen van bannermateriaal tot merchandise dat afkomstig is van een (main)stage wordt er invulling gegeven aan *'We Celebrate Nature'* en een belevenisvol product ontwikkeld voor de bezoeker, waar tevens de transitie naar een circulaire economie wordt gemaakt.

“ If something is important enough, even if the odds are against you, you should still do it. ”

Elon Musk

Aanbevelingen

07

- 88 7.1 Aanbevelingen ID&T
- 89 7.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Aanbevelingen

Uitgaande van de conclusies kunnen aanbevelingen worden gegeven aan ID&T als overkoepelde festivalorganisator. Een van de aanbevelingen wordt verder uitgewerkt in de vorm van een beroepsproduct. Tot slot zijn de aanbevelingen uiteengezet voor een vervolgonderzoek.

7.1 Aanbevelingen ID&T

Om tenslotte te komen tot concrete acties als het gaat om wat een festivalorganisatie kan doen om bij te dragen aan een duurzamere toekomst, worden de aanbevelingen niet specifiek gericht op de betreffende festivals binnen het onderzoek, maar zijn ze voornamelijk toepasbaar op elke festivalorganisatie in het algemeen. De informatie en bestaande kennis die is verzameld door middel van dit onderzoeksrapport, kunnen worden ingezet als strategisch instrument voor het verduurzamen van een (main)stage en daarmee indirect een festival.

Pas ontwerp en materiaalkeuze aan op preventie, hergebruik en recycling

Zoals duidelijk wordt in de conclusies heeft het materialenprobleem met name te maken met het ontwerpen en gebruiken van decormaterialen. De materiaalkeuze die wordt gemaakt door een festivalorganisatie kan grote gevolgen hebben voor milieu en omgeving. Daarbij is het van belang dat gedurende het ontwerpproces van een (main)stage wordt bekeken welke duurzame keuzes er gemaakt kunnen worden met betrekking tot het materiaalgebruik. Het gebruik van eenmalige decormaterialen moet door een festivalorganisatie voorkomen worden of het ontwerp moet worden aangepast, waardoor het materiaal voor meerdere doeleinden ingezet kan worden en het grondstofgebruik kan worden gereduceerd. Uit het onderzoek is tevens gebleken dat niet alle materialen kunnen worden hergebruikt in een (main)stage. Echter kan in het ontwerpproces de focus worden gelegd op hergebruik of recycling van materialen, waardoor er een circulair systeem ontstaat. Deze ontwikkeling kan tevens upcycling kansen bieden aan diverse organisaties. Bij het upcycling proces worden de materialen getransformeerd tot kwaliteitsproducten met een nieuwe bestemming. Upcycling zorgt voor een positieve bijdrage aan het milieu en reduceert de hoeveelheid afval dat wordt geproduceerd na afloop van een festival. Deze manier van werken is een methodiek voor ontwerpers en decorbouwers om meer bewust met overgebleven materiaal om te gaan en duurzamere (main)stages te bouwen. Door deze wijze wordt de balans binnen duurzaam gevonden. De ecologische pijler zorgt voor preventie, hergebruiken en recyclen van materialen wat een positief effect heeft op het milieu en de gezondheid. Vanwege de strategische samenwerkingen met organisaties, waardoor decormateriaal een tweede leven krijgt, wordt de sociale pijler benut. Tot slot wordt door voordeel te behalen op de ecologische en sociale aspecten, tevens op de economisch pijler winst behaald.

Prioriteiten stellen

Voor elk festival worden prioriteiten gesteld bij de afbouw van een (main)stage. Uit onderzoeksbevindingen is gebleken dat communicatie binnen een festivalorganisatie een belangrijke factor speelt bij het stellen van prioriteiten. Door het hergebruik van decormaterialen te stimuleren, zijn er tijdens het onderzoek afspraken gemaakt binnen de betreffende festivals. Hierbij was het van belang dat er twee 20ft containers bij de afbouw van de (main)stage zouden staan. Een container voor bouw- en sloopmateriaal en een container voor restmateriaal wat hergebruikt kan worden door andere organisaties, in dit geval Afwerking. Om te verduidelijken welk materiaal in welke container hoort, zijn voor de decorbouwers twee banners gemaakt zoals te zien is in figuur 17. De reden voor het aanbrengen van deze banners heeft te maken met het feit dat er andere prioriteiten worden gesteld, waardoor het bouw en sloop materiaal vervolgens bij de hergebruikte materialen terechtkomt en hierdoor niet meer bruikbaar is. Het is dus essentieel dat er binnen een festivalorganisatie hoge prioriteiten worden gesteld over het materiaalgebruik na het afbouwen van een mainstage, waardoor de duurzame mogelijkheden kunnen worden aangegrepen.

Dit kan gerealiseerd worden wanneer er een materiaalplan wordt opgesteld met daarin duidelijke afspraken met betrekking tot het materiaalgebruik na afloop van een festival, waardoor er bijgedragen wordt aan een duurzamere toekomst. Voorafgaand aan het evenement wordt een meeting met desbetreffende personen gehouden ter bespreking van het materiaalplan om onduidelijkheden te voorkomen.

Meer samenwerking tussen events

ID&T heeft meerdere events met verschillende doelgroepen. Om inkoop- en afvalkosten te besparen is het belangrijk dat meer events binnen ID&T materialen uitwisselen. Het verschil van doelgroepen bij deze evenementen geeft aan dat uitwisseling van materialen mogelijk is. Daarnaast blijkt uit het onderzoek dat bezoekers het hergebruiken van decormateriaal aanmoedigen, mits het geen afbreuk doet aan de kwaliteit en de beleving van de mainstage. Naast dat de uitwisseling van decormaterialen inkoop- en afvalkosten bespaart, draagt het bij aan reduceren van de CO₂-uitstoot. Om decormaterialen op meerdere events van een festivalorganisator te gebruiken, is het verstandig om hier in de ontwerpfase rekening mee te houden.

Opstellen van duurzame criteria door festivalorganisatie

Uit de interviews met experts blijkt dat festivalorganisaties zich wel bewust zijn dat duurzaamheid een belangrijke rol speelt bij het organiseren van events, maar dit geldt niet voor de gevolgen hiervan. Afval wordt gezien als een onderdeel van de branche, mede doordat zij elk jaar de bezoekers willen verrassen met een andere stage en zich willen blijven positioneren in de branche. Hierbij wordt aangegeven dat duurzaamheid van belang is, maar geen hoofdprioriteit. Om events te organiseren die enkel bijdragen aan het milieu en omgeving, is het essentieel dat het management van een festivalorganisatie duurzame criteria opstelt voor materiaalgebruik en werkwijze voor ontwerpers en decorbouwers. Op deze manier wordt het een randvoorwaarden die wordt gesteld bij het maken van een event en produceren van een (main)stage. Bij het maken van deze criteria is het belangrijk dat materialen worden gekozen die gecertificeerd zijn. Door geen materialen te gebruiken die bij de productie reeds schadelijk zijn voor milieu en gezondheid, wordt er een balans gevonden tussen de sociale, economische en ecologische aspecten van duurzaamheid.

7.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Aangezien er nog weinig aandacht was besteed aan het onderzoeksprobleem, is er allereerst een realistisch beeld van de huidige situatie geschetst. Hierbij zijn de huidige werkwijze omtrent het ontwerpen en gebruiken van decormateriaal, wat er na afloop van een festival gebeurt met decormaterialen en welke duurzame alternatieven er zijn onderzocht. Om te achterhalen of dergelijke duurzame alternatieven implementeerbaar zijn, zou een onderzoek waar dieper ingegaan wordt op deze duurzame ontwikkelingen een uitkomst bieden. Daarnaast zou een vervolgonderzoek naar strategische en sociale samenwerkingen met een festivalorganisator, waarbij het hergebruiken en recyclen van decormateriaal centraal staat van toegevoegde waarde kunnen zijn. De eerste stappen die genomen kunnen worden zijn het opstellen van duurzame criteria, omdat andere aanbevelingen hierin worden meegenomen. Aan de hand van het onderzoeksrapport, met name de aanbevelingen, schuilt de indirecte vraag vanuit ID&T welk proces doorlopen moet worden en wat wenselijk is als een organisator op een duurzame manier een (main)stage wil bouwen. Hieruit volgt dan het beroepsproduct '*Sustainable Mainstage Guide*' dat gebruikt kan worden als een plan van aanpak ter verduurzaming van een (main)stage en tevens bijdraagt aan een duurzamere toekomst. Als afsluitende aanbeveling kan op langere termijn wederom onderzoek worden gedaan naar verduurzaming van (main)stages, waarbij getoetst kan worden in hoeverre decormaterialen duurzaam ontworpen en gebruikt worden en of de bezoekersbeleving nog optimaal is.

“ Literature is one of the most interesting and significant expressions of humanity. ”

P. T. Barnum

Literatuuroverzicht

08

Literatuuroverzicht

Aarts, N. (2016, juli 5). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.

Afwerking. (2016). *Over Afwerking*. Opgeroepen op juli 4, 2016, van Afwerking: <http://afwerking.nu>

Baarda. (2009). Dit is onderzoek! In B. Baarda, *Dit is onderzoek!* (pp. 69-73). Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.

Baarda. (2009). Dit is onderzoek! In B. Baarda, *Dit is onderzoek!* (p. 22). Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.

Baarda. (2009). Dit is onderzoek! In B. Baarda, *Dit is onderzoek!* (p. 59). Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.

Blonk, N. (2016, augustus 25). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Boxmeer.

Boswijk Peelen & Olthof. (2011). Economie van Experiences. In A. Olthof E. Boswijk & S. Peelen, *Economie van Experiences* (p. 55). Amsterdam: Pearson.

Brundtland. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*.

De Laat, N. (2016, september 2). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Tilburg.

DIN. (2016). *DIN Standards*. Opgeroepen op oktober 12, 2016, van DIN: <http://www.din.de/en/about-standards/din-standards>

Duurzame Evenementen Utrecht. (2014, april 14). *Welcome to the Future voorloper op het terrein van duurzaam*. Opgeroepen op februari 10, 2016, van Duurzaam Evenementen Utrecht: http://duurzameevenementenutrecht.nl/wp-content/uploads/2014/05/festival_nrc_140418.pdf

Eekelaar, J. (2015). *Groener Gras*. Breda.

Entertainmentbusiness. (2013, oktober 17). *ID&T wil krachten bundelen voor duurzame dance-industrie*. Opgeroepen op februari 16, 2016, van Entertainmentbusiness: <http://www.entertainmentbusiness.nl/nieuws/2013-W42/idt-wil-krachten-bundelen-duurzame-dance-industrie>

Entertainmentwereld. (2008). *Imagineering: wat is het en wat kan ik ermee?* Opgeroepen op april 11, 2016, van Entertainmentwereld: <http://www.entertainmentwereld.nl/wp-content/uploads/Artikel-Toerisme-en-Recreatie-V1-2.pdf>

Environmental Protection Agency. (2012). *Sustainable Materials Management: Waste Management Hierarchy*. Opgeroepen op april 3, 2016, van Environmental Protection Agency: <https://www.epa.gov/smm/sustainable-materials-management-non-hazardous-materials-and-waste-management-hierarchy>

EventBranche. (2015, juni 9). *Festivals in Nederland*. Opgeroepen op januari 19, 2016, van EventBranche: <http://www.eventbranche.nl/nieuws/festivals-in-nederland-801-festivals-22-7-miljoen-bezoekers-445-miljoen-euro-aan-bestedingen-10488.html>

Eventsafetyinstitute. (2015, januari 13). *Van afval naar grondstof met gesloten materialenkringen*. Opgeroepen op februari 16, 2016, van Eventsafetyinstitute: <http://www.eventsafetyinstitute.nl/project/blog-gesloten-materialenkringen/>

Exposure Company. (2015). *Flyer Neomesh*. Opgeroepen op augustus 17, 2016, van issuu: https://issuu.com/upside-down/docs/flyer_neomesh

Exposure Company. (2016). *Neomesh*. Opgeroepen op 2016, van Exposure Company,: <http://www.exposurecompany.nl/xl-printing/spandoeken-textieldoeken/neomesh/>

Falk en Dierking. (1992). *Imagineering*. In D Nijs & F Peters, *Imagineering* (p. 55). Amsterdam: Boom.

Fest300. (2015, oktober 5). *The 15 best festivals stages of the 2015 season*. Opgeroepen op januari 21, 2015, van Fest300: <https://www.fest300.com/magazine/the-15-best-festival-stages-of-the-2015-season>

FSC Nederland. (sd). *Waarom FSC*. Opgeroepen op oktober 25, 2016, van FSC Nederland: <http://www.fsc.nl/nl-nl/fsc/waarom-fsc>

Gerritsen en van Olderen. (2011). *Het event als strategisch marketinginstrument*. In D. Gerritsen en R. van Olderen, *Het event als strategisch marketinginstrument* (p. 216). Bussum: Coutinho.

Global Organic Textile Standard. (2011, maart 1). Opgeroepen op oktober 31, 2016, van Global Organic Textile Standard: http://www.global-standard.org/images/stories/gots-version3_01march2011.pdf

Green Events Nederland. (2015). *Hét platform voor verduurzaming van evenementen*. Opgeroepen op maart 3, 2016, van Green Events Nederland: <http://www.greenevents.nl>

Guide, D. (2013, mei 14). *Welcome To The Future: een festival met een groen hart*. Opgeroepen op februari 10, 2016, van DJ Guide: <http://www.djguide.nl/nieuws.p?id=20688>

ID&T. (2012). *Our Company Soul: Celebrate Life*. Amsterdam: ID&T.

ID&T. (2012). *Our Company: ID&T*. Amsterdam: ID&T.

Kamstra, J. (2016, juni 8). *Meningen en verwachtingen van een mainstage*. (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.

Ketwaru, R. (2016, augustus 3). *Meningen en verwachtingen van een mainstage*. (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.

Kooi, J. (2016, februari 9). *Probleemanalyse*. (D. v. Tilburg, Interviewer)

Lambrechts De Weerd Corthouts & Kauwenberghs. (2002). *Duurzame ontwikkeling, duurzaam ondernemen, levenslang leren*. Leuven: Garant.

Lithner, D. (2011). *Environmental and Health Hazards of Chemicals in Plastic Polymers and Products*. Gothenburg: University of Gothenburg.

Maas, A. (2016, juni 22). Het gebruik van banners op evenementen. (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.

Mandaat, D. (2016, juni 8). M2 Printing: leverancier banners. (D. v. Tilburg, Interviewer) Enkhuizen.

Milieu Centraal. (2015). *Impact van de productie van stoffen*. Opgeroepen op oktober 2013, 2016, van Milieu Centraal: <https://www.milieucentraal.nl/bewust-winkelen/slow-fashion/kledingmaterialen/kledingstoffen-en-milieu/>

MU Works. (2012). *Welcome to the Future Stage*. Opgeroepen op februari 10, 2016, van MU Works: <http://muworks.nl/decor/welcometothefuture/>

Mulder. (2011). Leisure! In M. Mulder, *Leisure!* (pp. 69-70). Bussum: Coutinho.

MVO Nederland. (2015, december). *Circulaire Economie*. Opgeroepen op april 4, 2016, van MVO Nederland: <http://mvonederland.nl/circulaire-economie-dossier>

MVO Nederland. (2015). *Van Winst Naar Waarde*. Opgeroepen op april 12, 2016, van MVO Nederland,: <http://mvonederland.nl/trendrapport-2015/van-winst-naar-waarde>

Nedvang. (2015). *Regelgeving*. Opgeroepen op april 3, 2016, van Nedvang: <http://www.nedvang.nl/regelgeving>

Nijs & Peters. (2002). Het creëren van belevingswerelden. In F. Peters & D. Nijs, *Het creëren van belevingswerelden* (pp. 53-55). Amsterdam: Boom.

Nijs & Peters. (2002). Het creëren van belevingswerelden. In F. Peters & D. Nijs, *Het creëren van belevingswerelden* (pp. 57-62). Amsterdam: Boom.

Pashouwers, R. (2016, augustus 25). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Boxmeer.

Platform Duurzaamheid. (sd). *Wat is duurzaamheid?* Opgeroepen op januari 12, 2016, van Platform Duurzaamheid: <http://www.platformduurzaamheid.net/index.php?/Wat-is-Duurzaamheid/achtergrond-duurzaamheid/wat-is-duurzaamheid.html>

Podiumtechnieken. (2011, mei 30). *Risico en Ecologische Evaluatie Podiumproductie*. Opgeroepen op maart 3, 2016, van http://www.podiumtechnieken.be/sites/podiumtechnieken.be/files/recoep_module_A_info.pdf

Poortvliet, L. (2016, januari 13). Probleemanalyse. (D. v. Tilburg, Interviewer)

Rau, T. (2014). Economie opnieuw uitvinden. (T. Bank, Interviewer)

- Reesink, K. (2016, juni 10). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.
- Rijksoverheid. (2014, januari 27). *Verantwoord omgaan met afval en grondstoffen*. Opgeroepen op februari 19, 2016, van Rijksoverheid:<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/afval/inhoud/afvalbeleid-van-afval-naar-grondstof>
- Schmidt, J. (2016, augustus 10). Creatie proces Defqon.1. (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.
- Timmermans, J. (2016, september 2). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Tilburg.
- Van de Weijer, A. (2016, juli 20). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.
- Van de Weijer, S. (2016, juli 5). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Sint Anthonis.
- Van den Berk, G. (2016, mei 25). Decorbouw Amsterdam Open Air. (D. van Tilburg, Interviewer)
- Van den Houdt, T. (2016, augustus 9). (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.
- van der Zee. (2015, februari 26). *Observeren*. Opgeroepen op mei 9, 2016, van Hulp bij onderzoek: <http://hulpbijonderzoek.nl/online-woordenboek/observeren/>
- van der Zee. (2015, februari 26). *Protocolanalyse*. Opgeroepen op mei 9, 2016, van Hulp bij onderzoek: <http://hulpbijonderzoek.nl/online-woordenboek/protocolanalyse/>
- Van Engelen, N. (2016, september 5). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Tilburg.
- Van Rixtel, L. (2016, september 4). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Rijkevoort.
- Van Vliet, D. (2016, september 3). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Vinkeveen.
- Van Vliet, H. (2012). Festivalbeleving. In H. v. Vloet, & H. v. Vliet (Red.), *Festivalbeleving* (p. 20). Utrecht: Uitgeverij Tuijtel.
- Van Vliet, L. (2016, september 3). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Vinkeveen.
- Verhaar, J. (2010). Projectmanagement; Een professionele aanpak van evenementen. In J. Verhaar, *Projectmanagement; Een professionele aanpak van evenementen* (pp. 16-73). Den Haag: Boom | Lemma.
- Verhoeven, T. (2016, augustus 6). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer)

Water Footprint Network. (2016). *Personal water footprint*. Opgeroepen op oktober 13, 2016, van Water Footprint Network: <http://waterfootprint.org/en/water-footprint/personal-water-footprint/>

Welters, D. (2016, juni 8). Meningen en verwachtingen van een mainstage. (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.

Wilting, E. (2016, juli 22). Creatief proces decorbouw. (D. v. Tilburg, Interviewer) Amsterdam.

WNF. (sd). *Ontbossing*. Opgeroepen op oktober 15, 2016, van WNF: <https://www.wnf.nl/wat-wnf-doet/themas/bossen/ontbossing.htm>

