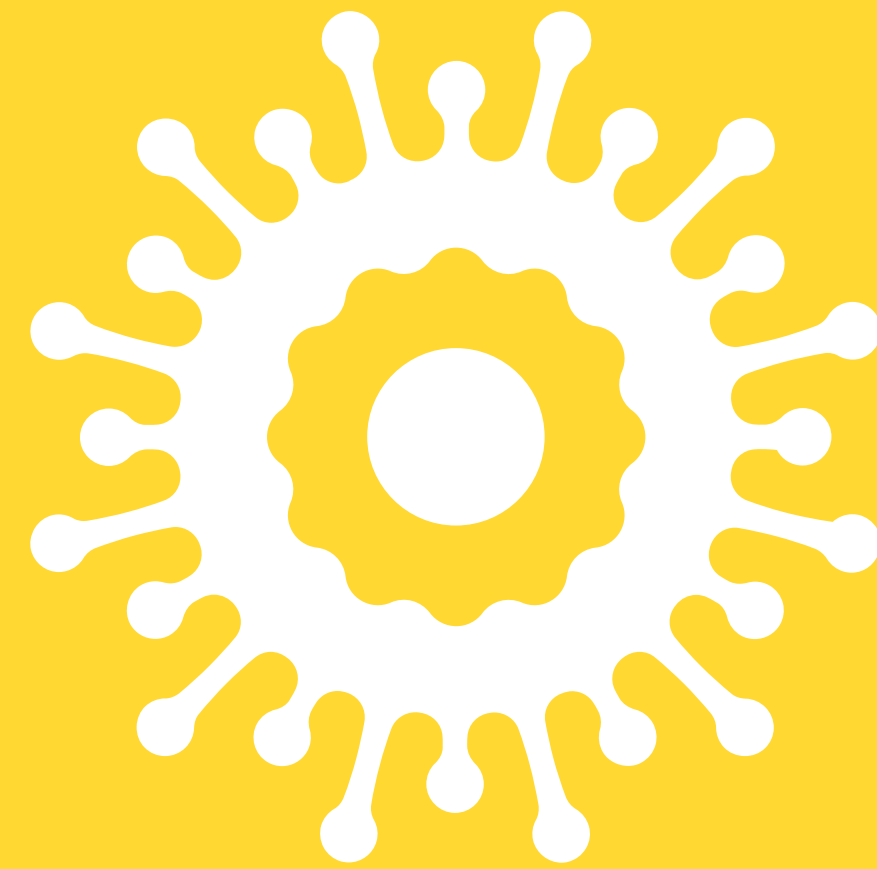


# Onderzoek je festival

## Les 2

A wide-angle photograph of a festival at sunset. The scene is dominated by a long row of large, purple, conical tents with gold-colored peaks. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and long shadows. A large, diverse crowd of people is scattered across a grassy field in front of the tents. Many people are sitting on blankets or mats on the grass, while others are standing and talking. The background shows a line of trees under a clear, light blue sky. The overall atmosphere is festive and relaxed.

# Vorige les



**onderzoek visuele identiteit**

# Opdracht

## Hoe ziet je festival eruit?

**Product:** Je onderzoekt een festival op **visuele identiteit, doelgroep en sfeer/beleving** en vertaalt dit naar **1 onderbouwde merkwaarden**

Onderzoeken	<b>Onderzoek festival</b> <b>Verzamelen van informatie</b> Ik kies informatiebronnen en gebruik onderzoeksmethoden die passen bij de vraag die onderzocht moet worden en helpen om de doelen te bereiken.	<b>Onderzoek merkwaarde</b> <b>Analyseren van informatie</b> Ik benoem de onderzoeksvraag en herken de verschillende deelvragen die erbij horen.	<b>Koppeling festival an merkwaarde</b> <b>Concluderen en aanbevelen</b> Ik presenteer de antwoorden op de onderzoeksvraag en onderbouw ze met bewijsmateriaal.
-------------	---	--	---

# Onderzoek sfeer/beleving festival

- A. Je kiest 6 –10 beelden die duidelijk de sfeer en beleving van het door jou gekozen festival laten zien.
- B. Je kiest 3 woorden (uit de lijst) die goed passen bij de sfeer als beleving van het festival.

**Plak alles in je procesboek.**

# STAP 2



**onderzoek visuele identiteit**

# Waar werk je naar toe?

Pukkelpop stelt een brede programmering (pop, house, rock, metal, hiphop) samen op een achttal podia

**SFEER/BELEVING: levendig , uitnodigend, vrolijk**

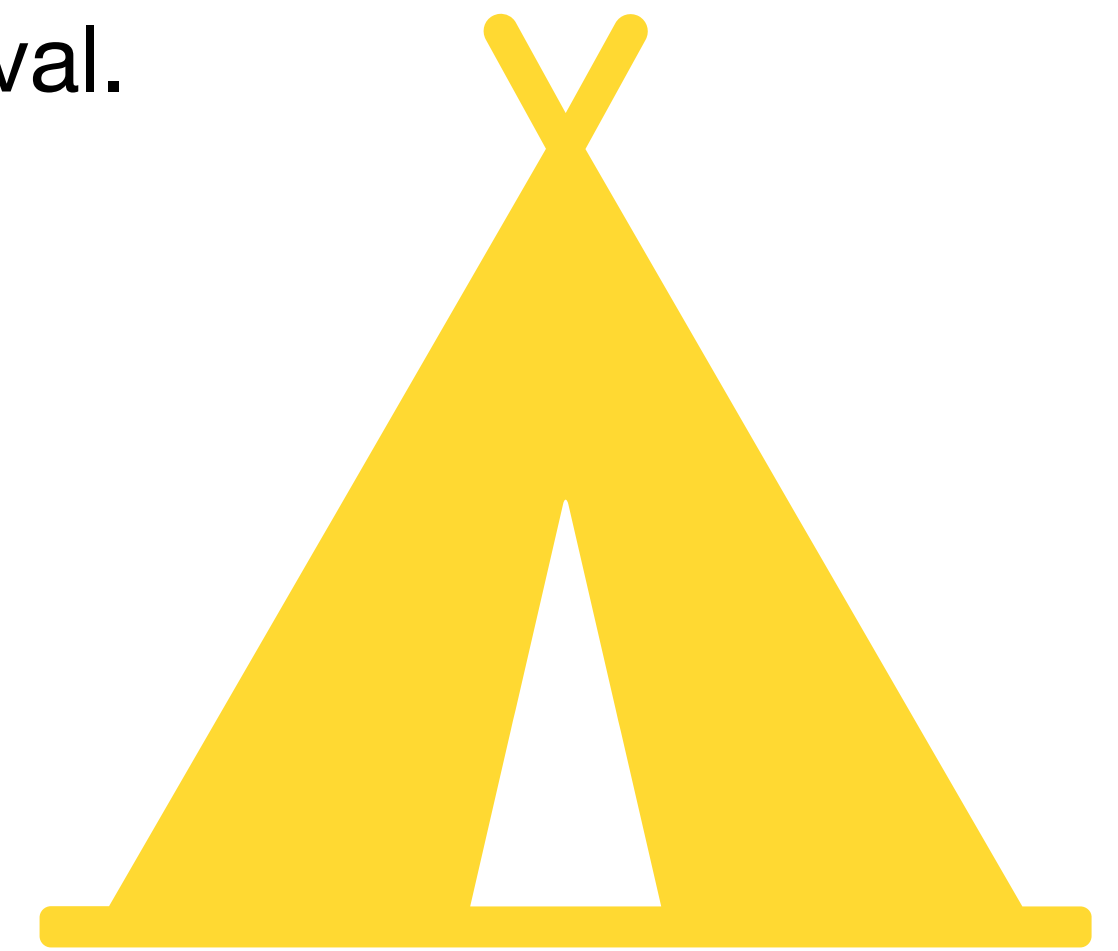


## Stap 2: sfeer en beleving van het festival

### Waarom onderzoek je dit?

- Je herkent de emotie en energie van het festival (bijv. rauw, speels, verbindend)
- Je ziet hoe sfeer wordt opgebouwd door muziek, activiteiten, kunstinstallatie, theater etc.
- Je leert hoe sfeer bijdraagt aan de **identiteit en merkwaarden** van het festival.

# STAP 2



**onderzoek sfeer/beleving**

# Stap 2A: beelden kiezen

- Je zoekt op wat dit festival aanbiedt.
- Je verzamelt **6/10 beelden** van: *activiteiten / muziekstijl / kunstinstallaties / workshops / theater / performance / markt / eten / theater / terrein / locatie / podia / licht / decor / entree / kunst / interactie enz.*
- Je **verzamelt en groepeert** deze beelden tot **één mooi geheel** op een A4 of direct in je procesboek

**Geen beelden van bezoekers!**

(Bij stap 3 onderzoek je de doelgroep)



onderzoek sfeer/beleving

# Stap 2B: woorden koppelen

Bekijk de **lijst** en kies **3 woorden** die goed passen bij de **emotie en sfeer** van je festival.

**Schrijf** deze bij het onderzoek van je sfeer/beleving van je festival

- chaotisch
- dromerig
- empathisch
- feestelijk
- levendig
- licht
- loslaten
- magisch

- open
- poëtisch
- prikkelend
- samenhangend
- spannend
- uitnodigend
- verrassend
- vriendelijk

- vrij
- vrolijk
- warm



onderzoek sfeer/beleving

# Productcriteria

- Je laat met je beelden duidelijk de **sfeer/beleving** van het gekozen festival zien
- **Je beelden zijn van voldoende kwaliteit** (goed zichtbaar, scherp, geen watermerk).
- Je beelden vormen samen **één geheel**; ze voelen als één sfeer/moodboard.
- Je 3 **woorden** passen goed bij de sfeer/beleving van het gekozen festival
- Je hebt je hele onderzoek **netjes** vastgelegd in je procesboek.

# STAP 2



**onderzoek sfeer/beleving**

# Onderzoek doelgroep festival

- A. Je kiest **6–10 beelden** die duidelijk laten zien wie de doelgroep van jouw festival is.
- B. Je benoemt de leeftijdsgroep en/of levensfase van je doelgroep. (studenten, jong volwassenen etc.).
- C. Je kiest 3 woorden (uit de lijst) die goed passen bij de sfeer van jouw doelgroep.

**Plak alles in je procesboek.**

# STAP 3



**onderzoek doelgroep**

**Stap 3:** Onderzoek de doelgroep van je festival.

### **Waarom?**

- Je begrijpt wie het festival aantrekt (leeftijd, interesses, levensstijl).
- Je ontdekt wat de doelgroep belangrijk vindt (muziek, kunst en beleving)
- Je kunt ontwerp- en communicatiekeuzes beter onderbouwen

# **STAP 3**

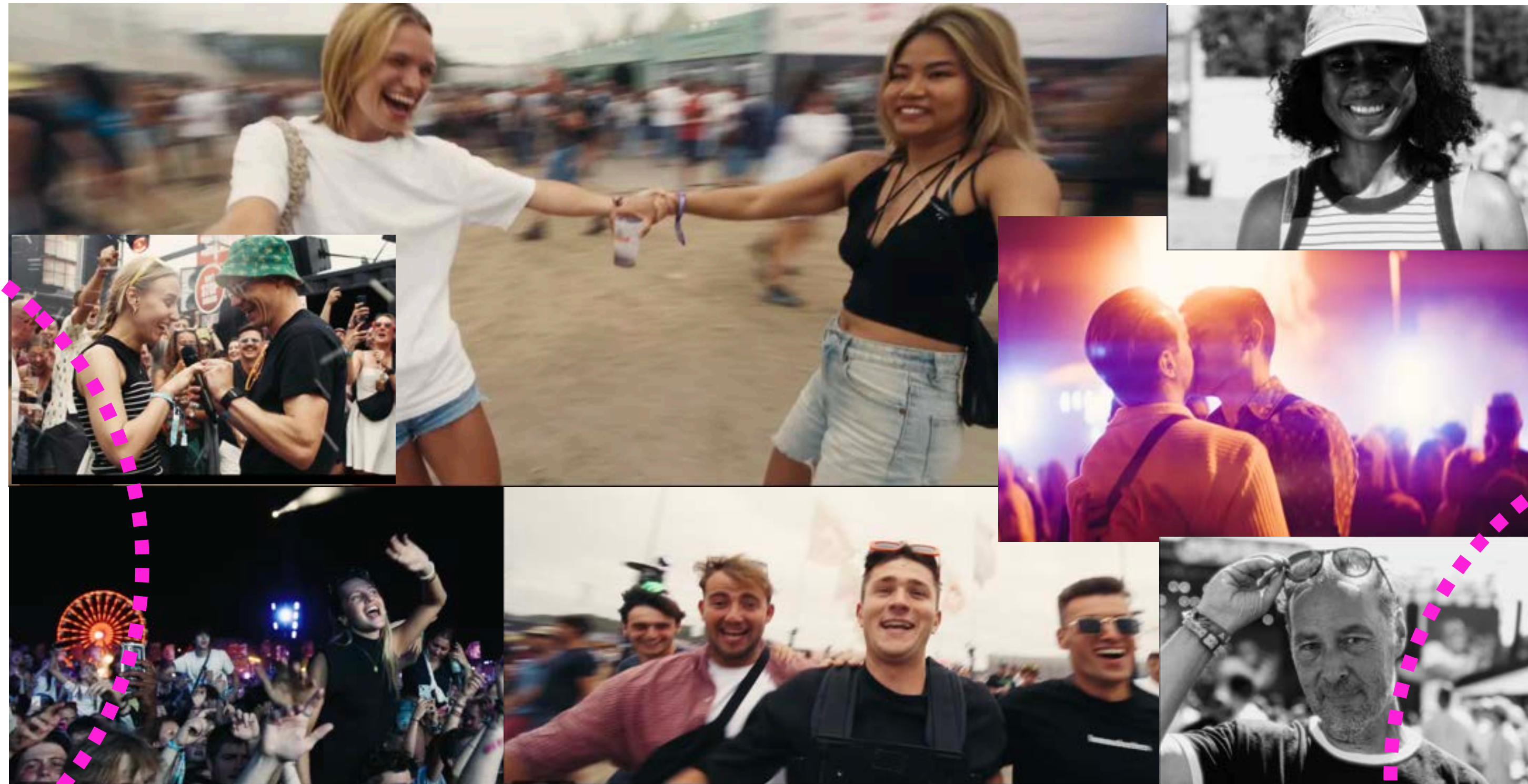


**onderzoek doelgroep**

# Waar werk je naar toe?

Pukkelpop stelt een brede programmering (pop, house, rock, metal, hiphop) samen op een achttal podia

**DOELGROEP: ontdekken, nieuwsgierig, open**



De bezoekers van Pukkelpop zijn vooral **jongvolwassenen**

De bezoekers van Pukkelpop komen vooral voor hele diverse **muziekbeleving!**

# Stap 3A: Beelden van de doelgroep kiezen

- Je kiest **6–10 beelden** die duidelijk laten zien hoe deze **doelgroep** eruitziet. Denk aan: kleding, leeftijd, houding, activiteiten, sfeer.
- Je let tijdens het kiezen op **herkenbare kenmerken**. Bijv.: stijl, energie, interesses, sociale sfeer.
- Je **verzamelt en groepeert** deze beelden samen tot **één mooi geheel** op een A4 of direct in je procesboek



onderzoek doelgroep

# Stap 3B: betekenis van je beelden

- Wie zijn deze bezoekers? Welke leeftijd en levensfase hoort hierbij? (bijv. tieners, studenten, jongvolwassenen, starters, pubers, jongere tieners, gezinnen etc)
- Wat komt jouw doelgroep zoeken of ervaren op het festival? Bijv.: muziek, ontdekken, gezelligheid, energie, kunst, vrijheid..
- Schrijf bij je beeldmateriaal:
  - 1) Wie de bezoekers zijn (leeftijd & levensfase)
  - 2) Wat deze doelgroep zoekt of ervaart op het festival



# Stap 3C: woorden koppelen

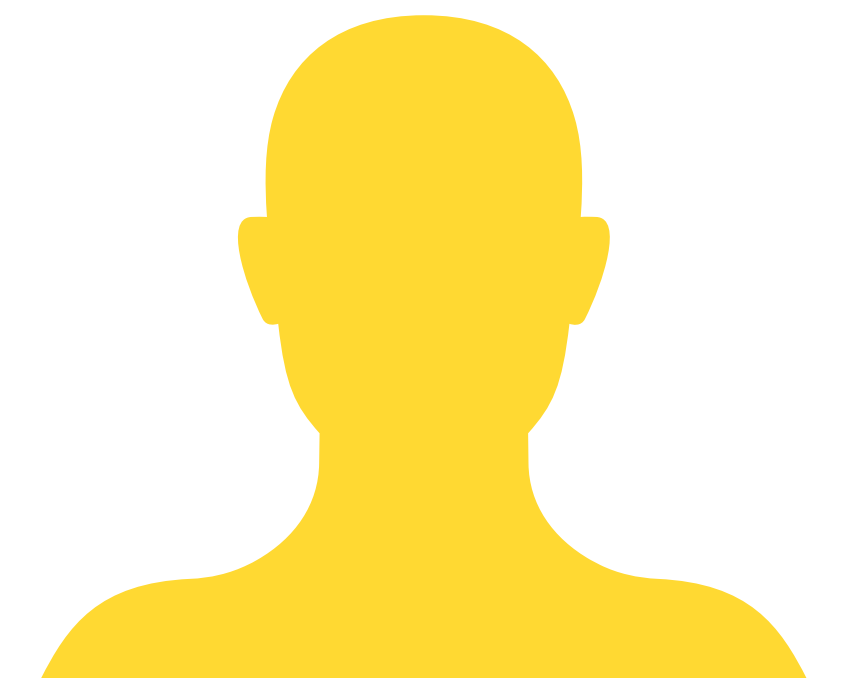
Bekijk de **lijst** en kies **3 woorden** die goed passen bij de **houding en levensstijl** van je doelgroep.

**Schrijf** deze bij het onderzoek doelgroep van je festival

- actief
- betrokken
- betrouwbaar
- community-driven
- creatief
- cultureel
- eerlijk
- eigenzinnig
- enthousiast

- expressie
- flexibel
- inclusief denken
- nieuwsgierig
- open houding
- openminded
- onderzoekend
- relaxed
- saamhorigheid

- sociaal
- standvastig
- toegewijd
- toegankelijk
- trendbewust
- trouw
- verbonden
- vrijdenkend



onderzoek doelgroep

# Productcriteria

- Je hebt 6–10 beelden verzameld die duidelijk laten zien wie de doelgroep van jouw festival is.
- Je hebt benoemd wat hun leeftijdsgroep en/of levensfase is.
- Je hebt **3 woorden** gekozen die goed passen bij de **doelgroep** van het festival.
- **Je beelden zijn van voldoende kwaliteit** (goed zichtbaar, scherp)
- Je hebt het onderzoek **netjes vastgelegd** in je procesboek.

# STAP 3



**onderzoek doelgroep**