

# Appendices

Master thesis by Maartje Hofker  
Strategic Product Design  
Delft University of Technology



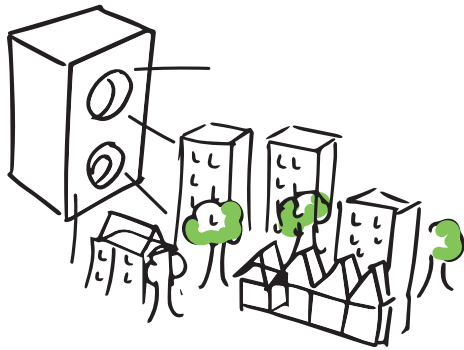
# Table of contents

1.	Project brief	p. 4
2.	Overview of data used in festival distribution map	p. 10
3.	Interview guide field experts	p. 12
4.	Quotes field experts	p. 20
5.	Insights cards	p. 26
6.	Clustering insights	p. 32
7.	Interview guide visitors	p. 34
8.	Personas	p. 36
9.	Customer journey	p. 38
10.	Trends with DEPEST	p. 40
11.	Be the bee analogy with text	p. 47
12.	VNG viewpoints	p. 48
13.	Sustainable Development Goals	p. 49
14.	Best practices festivals	p. 51
15.	Creative session schedule	p. 52
16.	Idea sheet	p. 53
17.	Idea generation during creative session and individual round	p. 54
18.	Clustering interaction principles	p. 57
19.	Selected ideas two sessions: ITCWO & Individual	p. 58
20.	Online platform	p. 59
21.	Setup validation	p. 66
22.	Personal reflection	p. 68

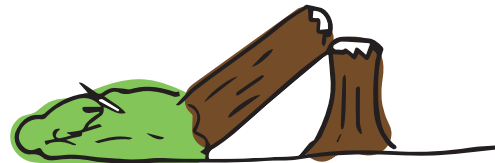
1444 FESTIVALS



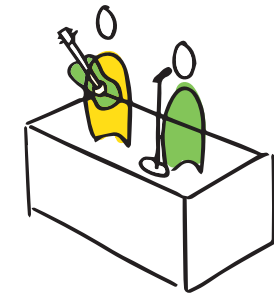
19.5 MILLION  
EXPECTED VISITORS IN 2019



NOISE DISTURBANCE



DAMAGING ENVIRONMENT



INCREASE ARTIST FEES

COMPLAINING CITIZENS



# Appendix 2 - overview data used in festival distribution

Name	Free/Paid	Where?	When?	Music/Film/Food/Art/Mix	Purpose	Inside/Outside/Mix	One day/Multiple	Own camping?	Website
Afrika Festival	P	Hertme	6-7 juli	Music	Stichting - Celebrate African	O	M	N	<a href="https://openluchttheaterhertme.nl/afrikafestival/">https://openluchttheaterhertme.nl/afrikafestival/</a>
Amsterdam Dance Event	P	Amsterdam	16-20 oktober	Conference (Music)	Conference about Dance Mu	M	M	N	<a href="https://www.amsterdam-dance-event.nl/en/">https://www.amsterdam-dance-event.nl/en/</a>
Amsterdam Light Festival	F	Amsterdam	18 nov - 19 jan	Art		O	M	N	<a href="https://amsterdamiightfestival.com/nl">https://amsterdamiightfestival.com/nl</a>
Amsterdam Open Air	P	Amsterdam	1-2 juni	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://www.amsterdamopenair.nl/">https://www.amsterdamopenair.nl/</a>
Appelpop	F	Tiel	13 -14 september	Music		O	M	N	<a href="https://www.appelpop.nl/">https://www.appelpop.nl/</a>
Appelsap	P	Amsterdam	10 augustus	Music	Stichting (?)	O	1	N	<a href="http://appelsap.net/">http://appelsap.net/</a>
Awakenings	P	Spaarnwoude	29-30 juni	Music	BV	I	M	N	<a href="https://www.awakenings.com/en/">https://www.awakenings.com/en/</a>
Best Kept Secret	P	Hilvarenbeek	31 mei - 2 juni	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://www.bestkeptsecret.nl/">https://www.bestkeptsecret.nl/</a>
Bevrijdingsfestival	F	NL	5 mei	Music	Celebrate liberation of NL	O	1	N	<a href="https://www.bevrijdingsfestivals.nl/">https://www.bevrijdingsfestivals.nl/</a>
Big Rivers Festival	F	Dordrecht	17-19 juli	Music		O	M	N	<a href="https://www.bigrivers.nl/">https://www.bigrivers.nl/</a>
Branderfeesten	F	Schiedam	27-29 september	Mix		O	M	N	<a href="https://brandersfeesten.nl/">https://brandersfeesten.nl/</a>
Breda Jazz Festival	F	Breda	30 mei - 2 juni	Music		M	M	N	<a href="https://www.bredajazzfestival.nl/">https://www.bredajazzfestival.nl/</a>
Breda Photo	P	Breda	9 sept - 25 oktober	Art		M	M	N	<a href="https://www.bredaphoto.nl/">https://www.bredaphoto.nl/</a>
Concert at Sea	P	Scharendijke	27-29 juni	Music	BV	O	M	N	<a href="https://www.concertatsea.nl/">https://www.concertatsea.nl/</a>
Crossing Border	P	Den Haag	28 okt - 3 nov	Art		I	M	N	<a href="https://www.crossingborder.nl/all-info/">https://www.crossingborder.nl/all-info/</a>
Dauwpop	P	Hellendoorn	30 mei	Music	BV	O	1	Y	<a href="https://www.dauwpop.nl/">https://www.dauwpop.nl/</a>
De Boeskool is Los	F	Oldenzaal	4 - 9 augustus	Mix		O	M	N	<a href="https://www.boeskoolislos.nl/">https://www.boeskoolislos.nl/</a>
De Parade	P	NL	hele zomer	Art	Stichting	O	M	N	<a href="https://deparade.nl/">https://deparade.nl/</a>
De Vrienden van Amstel LIVE	P	Rotterdam	17-26 jan	Music		I	M	N	<a href="https://www.amstel.nl/vriendenvanamstel/informatie">https://www.amstel.nl/vriendenvanamstel/informatie</a>
Decibel Festival	P	Hilvarenbeek	16 - 18 aug	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://www.b2s.nl/decibel/">https://www.b2s.nl/decibel/</a>
Defqon.1	P	Biddinghuizen	27-30 juni	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://www.q-dance.com/en/events/defqon-1/">https://www.q-dance.com/en/events/defqon-1/</a>
Dekmantel	P	Amsterdam	31 juli - 4 augustus	Music	BV	M	M	N	<a href="https://www.dekmantelfestival.com/">https://www.dekmantelfestival.com/</a>
Deventer op Stelten	F	Deventer	10-12 juli	Art		O	M	N	<a href="https://www.deventeropstelten.nl/">https://www.deventeropstelten.nl/</a>
DGTL	P	Amsterdam	19-21 april	Mix (Music & Art)	BV	M	M	Y	<a href="https://dgtl.nl/?skip_portal=1">https://dgtl.nl/?skip_portal=1</a>
Dickens Festijn Deventer	F	Deventer	14-15 december	Art		O	M	N	<a href="https://dickensfestijn.nl/over-het-festijn/">https://dickensfestijn.nl/over-het-festijn/</a>
Donderdag Meppeldag	F	Meppel	Zomermaanden	Mix (alles)		M	M	N	<a href="https://www.beleven.org/feest/donderdag_meppeldag">https://www.beleven.org/feest/donderdag_meppeldag</a>
Down the Rabbit Hole	P	Beuningen	5-7 juli	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://downtherabbithole.nl/">https://downtherabbithole.nl/</a>
Draaimolen	P	Tilburg	14 september	Music		M	1	N	<a href="https://draaimolen.nu/">https://draaimolen.nu/</a>
Drift	P	Nijmegen	8-9 juni	Music		O	M	N	<a href="https://driftomtedansen.nl/evenementen/drift-festival-2019/">https://driftomtedansen.nl/evenementen/drift-festival-2019/</a>
Dutch Design Week	F	Eindhoven	19-27 okt	Mix (Art & Music)		M	M	N	<a href="https://www.ddw.nl/">https://www.ddw.nl/</a>
Dynamo Metalfest	P	Eindhoven	19-20 juli	Music	BV	I (ijsbaan)	M	N	<a href="https://dynamo-metalfest.nl/">https://dynamo-metalfest.nl/</a>
ESNS	P	Groningen	16-19 jan	Music (+Conference)	Stichting met ambi	M	M	N	<a href="https://esns.nl/">https://esns.nl/</a>
Fortarock	P	Nijmegen	1-2 juni	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://fortarock.nl/">https://fortarock.nl/</a>
GLOW Eindhoven	F	Eindhoven	9 - 16 nov	Art		M	M	N	<a href="https://www.gloweindhoven.nl/nl/over-glow">https://www.gloweindhoven.nl/nl/over-glow</a>
Grasnapolsky	P	Scheemda	8-10 feb	Music	Stichting	M	M	N	<a href="https://www.grasnapolsky.nl/">https://www.grasnapolsky.nl/</a>
Haarlem Jazz & More	F	Haarlem	19 - 23 aug	Music		M	M	N	<a href="https://www.haarlemjazzandmore.nl/">https://www.haarlemjazzandmore.nl/</a>
Holland Festival	P	Amsterdam	29 mei - 23 juni	Art	Stichting met ambi	I	M	N	<a href="https://www.hollandfestival.nl/nl/">https://www.hollandfestival.nl/nl/</a>
International Documentary Film Fe	P	Amsterdam	20 nov - 1 dec	Film	Stichting	I	M	N	<a href="https://www.idfa.nl">https://www.idfa.nl</a>
International Film Festival Rotterda	P	Rotterdam	22 jan - 20 feb	Film	Stichting	I	M	N	<a href="https://iffr.com/">https://iffr.com/</a>
Into the Grave	P	Leeuwarden	9-11 augustus	Music	Paul Berlo	O	M	N	<a href="https://intothegrave.nl/">https://intothegrave.nl/</a>
Into the Great Wide Open	P	Vleeland	29 aug - 1 sept	Music	Stichting met ambi	O	M	Y	<a href="https://intothegreatwideopen.nl/">https://intothegreatwideopen.nl/</a>
Into the Woods	P	Amersfoort	September	Music	Add something to the commu	O	M	N	<a href="https://intothewoodsfestival.nl/">https://intothewoodsfestival.nl/</a>
Jazz in Duketown	F	s-Hertogenbosch	7-10 juni	Music		M	M	N	<a href="https://www.jazzinduketown.nl/">https://www.jazzinduketown.nl/</a>
Kingsland Festival	P	5 steden	27 april	Music		O	1	N	<a href="https://kingslandfestival.nl/amsterdam/">https://kingslandfestival.nl/amsterdam/</a>
Kwaku summer festival	P	Amsterdam	13 juli - 4 aug	Music & Food	Stichting	O	M	N	<a href="https://kwakufestival.nl/contact/">https://kwakufestival.nl/contact/</a>
Le Guess Who?	P	Utrecht	8-11 november	Mix	Stichting	I	M	N	<a href="https://www.leguesswho.nl/">https://www.leguesswho.nl/</a>
Lente Kabinet	P	Amsterdam	25-26 mei	Music	BV	O	M	N	<a href="https://www.hetkabinetfestival.nl/info">https://www.hetkabinetfestival.nl/info</a>
Life I live Festival	F	Den Haag	27 april	Music		O	1	N	<a href="https://www.thelifeilive.nl/">https://www.thelifeilive.nl/</a>
London Calling	P	Amsterdam	24-25 mei	Music	Stichting	I	M	N	<a href="https://www.londoncalling.nl/">https://www.londoncalling.nl/</a>
Lowlands	P	Biddinghuizen	16-18 augustus	Music (Mix w/ Art)	BV	O	M	Y	<a href="https://lowlands.nl/">https://lowlands.nl/</a>
Metropolis	P	Rotterdam	8 . juli	Music	Stichting	O	1	N	<a href="https://www.metropolisfestival.nl/">https://www.metropolisfestival.nl/</a>

Name	Free/Paid	Where?	When?	Music/Film/Food/Art/Mix	Purpose	Inside/Outside/Mix	One day/Multiple	Own camping?	Website
Milkshake	P	Amsterdam	29-30 juli	Music	BV	O	M	N	<a href="https://www.milkshakefestival.com/">https://www.milkshakefestival.com/</a>
Motel Mozaïque	P	Rotterdam	18-20 april	Mix	Stichting	M	M	N	<a href="https://motelmozaïque.nl/festival/">https://motelmozaïque.nl/festival/</a>
Mysteryland	P	Hoofddorp	23-25 augustus	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://www.mysteryland.nl/">https://www.mysteryland.nl/</a>
Mystic Garden	P	Amsterdam	15 juni	Music		O	1	N	<a href="https://mysticgardenfestival.nl/">https://mysticgardenfestival.nl/</a>
Nederlands Film Festival	P	Utrecht	27 sept - 5 oktober	Film		I	M	N	<a href="https://www.filmfestival.nl/">https://www.filmfestival.nl/</a>
Netherlands Deathfest	P	Tilburg	3-5 mei	Music		I	M	N	<a href="https://www.013.nl/programma/4839/netherlands-deathfest-iv">https://www.013.nl/programma/4839/netherlands-deathfest-iv</a>
Noorderzon	P	Groningen	15-25 aug	Art		O	M	N	<a href="https://www.noorderzon.nl/">https://www.noorderzon.nl/</a>
North Sea Jazz	P	Rotterdam	12-14 Juli	Music	BV	M	M	N	<a href="https://www.northseajazz.com/">https://www.northseajazz.com/</a>
Oerol	P	Terschelling	14 juni - 23 juni	Art	Stichting met ambi	O	M	N	<a href="https://www.oerol.nl/nl/nieuws">https://www.oerol.nl/nl/nieuws</a>
Oh My! Festival	P	Amsterdam	29 juni	Music		O	1	N	<a href="https://ohmymusic.eu/">https://ohmymusic.eu/</a>
Paaspop	P	Schijndel	19 - 21 april	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://www.paaspop.nl/">https://www.paaspop.nl/</a>
Paradigm Festival	P	Groningen	9-11 augustus	Music	?	M	M	N	<a href="https://www.paradigm050.com/">https://www.paradigm050.com/</a>
Parkpop	F	Den Haag	28-30 juni	Music		O	M	N	<a href="https://www.parkpop.nl/en/parkpop-40">https://www.parkpop.nl/en/parkpop-40</a>
Pinkpop	P	Landgraaf	8-10 juni	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://www.pinkpop.nl/2019/">https://www.pinkpop.nl/2019/</a>
Popronde	F	NL	half sept-eind nov	Music		I	M	N	<a href="https://www.popronde.nl/popronde">https://www.popronde.nl/popronde</a>
Pride Amsterdam	F	Amsterdam	25 juli - 2 aug	Mix	Celebrate LHBTQ	M	M	N	<a href="https://pride.amsterdam/">https://pride.amsterdam/</a>
REC.	P	Rotterdam	30 okt - 2 nov	Music		I	M	N	<a href="https://www.rec.nl/index.html">https://www.rec.nl/index.html</a>
Rewire	P	Den Haag	29-31 maart	Music	Stichting	I	M	N	<a href="https://www.rewirefestival.nl/">https://www.rewirefestival.nl/</a>
Roadburn	P	Tilburg	11-14 april	Music	Stichting	I	M	N	<a href="https://roadburn.com/about-us/">https://roadburn.com/about-us/</a>
Rotterdam Unlimited	F	Rotterdam	23 - 27 juli	Mix		M	M	N	<a href="https://rotterdamunlimited.com/">https://rotterdamunlimited.com/</a>
Sneekweek Feestweek	F	Sneek	31 juli - 9 aug	Mix (boats en music)		M	M	N	<a href="https://www.sneekweek.nl/">https://www.sneekweek.nl/</a>
Soenda	P	Utrecht	23 feb, 18 mei	Music		O	1/M	N	<a href="https://www.soenda.net/indoor-edition-utrecht/">https://www.soenda.net/indoor-edition-utrecht/</a>
Solar Festival	P	Roermond	1- 4 aug	Music		O	M	Y	<a href="https://solarweekend.com/">https://solarweekend.com/</a>
Strange Sounds From Beyond	P	Amsterdam	22 juni	Music		O	1	N	<a href="http://strangesoundsfrombeyond.com/">http://strangesoundsfrombeyond.com/</a>
The Crave	P	Den Haag	1 juni	Music		O	1	N	<a href="https://thecravefestival.nl/">https://thecravefestival.nl/</a>
The Flying Dutch	P	3 steden	2 juni	Music		O	1	N	<a href="https://nl.wikipedia.org/wiki/The_Flying_Dutch">https://nl.wikipedia.org/wiki/The_Flying_Dutch</a>
Theaterfestival Boulevard	P	s-Hertogenbosch	6 - 16 aug	Art		M	M	N	<a href="https://www.festivalboulevard.nl/">https://www.festivalboulevard.nl/</a>
Thuishaven	P	Amsterdam	bijna elke zondag	Music	Stichting	O	M	N	<a href="https://thuishaven.nl/">https://thuishaven.nl/</a>
Transition	P	Utrecht	6 april	Music	Stichting	I	1	N	<a href="https://www.tivolivredenburg.nl/agenda/transition-festival-2020-03-04-2020/">https://www.tivolivredenburg.nl/agenda/transition-festival-2020-03-04-2020/</a>
TT Festival	F	Assen	27-29 juni	Mix (Motor & Muziek)		O	M	N	<a href="https://www.ttfestival.nl/">https://www.ttfestival.nl/</a>
Uitmarkt Amsterdam	F	Amsterdam	23-25 aug	Mix		M	M	N	<a href="https://uitmarkt.nl/">https://uitmarkt.nl/</a>
Valkhof Festival	F	Nijmegen	13-19 juli	Music		O	M	N	<a href="https://www.valkhoffestival.nl/">https://www.valkhoffestival.nl/</a>
Vierdaagsefeesten Nijmegen	F	Nijmegen	18-24 juli	Mix (wandelen & muziek)		O	M	N	<a href="https://www.vierdaagsefeesten.nl/">https://www.vierdaagsefeesten.nl/</a>
We Are Electric	P	Boxtel	5-7 juli	Music		O	M	Y	<a href="https://www.we-are-electric.com/">https://www.we-are-electric.com/</a>
Welcome to the future	P	Amsterdam	20 juli	Music	BV	O	1	N	<a href="https://welcometothefuture.nl/">https://welcometothefuture.nl/</a>
Welcome to the Village	P	Leeuwarden	18-21 juli	Mix	Stichting	O	M	Y	<a href="https://welcometothevillage.nl/faq/">https://welcometothevillage.nl/faq/</a>
Wildeburch	P	Kraggenburg	12-14 juli	Music		O	M	Y	<a href="https://wildeburch.nl/nl/">https://wildeburch.nl/nl/</a>
Woo Hah!	P	Hilvarenbeek	12-14 juli	Music	BV	O	M	Y	<a href="https://woohahfestival.com">https://woohahfestival.com</a>
Zeezout Festival	P	Amsterdam	winter en zomerfestiva	Music		O	1/M	N	<a href="https://www.zeezoutfestival.nl/">https://www.zeezoutfestival.nl/</a>
Zwarte Cross	P	Lichtenvoorde	18-21 juli	Mix (Music, theater & Cro)	BV	O	M	Y	<a href="https://www.zwartecross.nl/home/">https://www.zwartecross.nl/home/</a>

# Appendix 3 - Interview guide field experts

The interview guides are originally written and conducted in Dutch because of the Dutch interviewees. For English readers, one interview guide is translated in English. *The English translation is written in italic.* Two other Dutch interview guides are attached to give an overview of how the interview guides differ of each other. Every interview guide has been tailor made for the interviewee. During the interview process, the interview guides were also adjusted to new insights.

## Eric van Eerdenburg - Interview Guide

Research Question: What does the future of Dutch festivals look like in 2030?

### Sub questions

- Festival perception: Waarom denkt u dat festivals zo populair zijn?
- Goals: Wat is jullie doel met het bedrijf? En waarom is dat jullie doel?
- Internal and external challenges: Wat zijn uitdagingen voor jullie? En weet je ook waarom?
- Challenges festival landscape: Wat voor verschuivingen of ontwikkelingen zie je in jullie industrie? Waar komen deze veranderingen vandaan denk je?
- Future of event sector: Wat verwacht u dat er in de komende 10 jaar gaat gebeuren? En waarom?

### Introduction

- Zou u iets over uzelf kunnen vertellen? Wie bent u en wat doet u? *Could you tell me something about yourself? Who are you and what do you do?*
- Wat is uw rol precies binnen Mojo naast directeur van Lowlands? *What is your role within Mojo, next to Lowlands?*

### Festival perception

- Wat is een festival voor u? *What does a festival mean to you?*
- Waarom zijn festivals zo populair denkt u? *Why are festivals so popular do you think?*
- Wat is uw favoriete festival en kunt u uitleggen waarom? *What is your favorite festival and can you explain why?*
- Is er een evenement waar u jaloers op bent? *Is there an event that you feel jealous of?*
- Wat zou u nog willen doen binnen de evenementenwereld? *What would you still like to do within the event landscape?*

### Goals

- Met welke gedachte hebben jullie Lowlands opgezet? *With what thought did you set up Lowlands?*
- Hoe is dit ontstaan? Waarom is dit zo opgezet? *How did this come about? And why?*
- Wat zijn jullie/uw drijfveren voor het organiseren van dit festival? *What are your motives for organizing this festival?*
- Waarom bestaat lowlands? Wat is jullie drive? *Why does Lowlands exist? What is your drive?*
- Wat is het verschil tussen Pinkpop en Lowlands en hoe is dit verschil ontstaan? *What is the difference between Pinkpop and Lowlands and how did this difference occur?*
- Wat is jullie tactiek geweest vanaf het begin? *What have your tactics been?*
- Waar bent u het meest trots op? *What are you most proud of?*
- Waarom is Lowlands zo'n succes? *Why is Lowlands such a success?*
- Hoe weet je dat het werkt/goed is? *How do you know that something works?*
- Wie zijn jullie belangrijkste stakeholders? Hoe beïnvloeden zijn het

- festival? *What are your most important stakeholders? How do they influence the festival?*
- Een tijd geleden hebben jullie ook een festival opgezet die spiritueler was, met yoga. Volgens mij was dat niet een erg groot succes. Kunt u uitleggen waarom? *A while back you organized a more spiritual festival with yoga. From what I hear, this was not a very big success. Can you explain why?*
  - Had Eilan voorkomen kunnen worden? Hoe is dat precies gelopen? Wat zijn de problemen? Waar kwam de behoefte voor Eilan vandaan? *Could Eilan have been prevented? How did that exactly go? What were the challenges? Where did the need for Eilan come from?*
  - Weet u waarom bezoekers naar jullie festival komen? Zo ja, waarom? *Do you know why visitors visit your festival? If so, why?*
  - Zijn de behoeftes van festivalbezoekers veranderd? *Have the needs of the visitors changed?*
  - Hoe gaan de behoeftes van festivalbezoekers veranderen denk je? *How do you think that the needs of visitors will change?*
  - Waarom denkt u dat? *Why do you think that?*

### Internal and external challenges

Festivals organiseren brengt extreme risico's met zich mee. Interne risico's en externe risico's. *Organizing festivals carries extreme risks. Both internal and external risks.*

- Hoe speelt de stikstof wet een rol? Wat voor gevolg heeft het en wat kun je er tegen doen? *How does the nitrogen law play a role? What kind of results does it have and what can you do about it?*
- Wat zijn de problemen met vergunningen? Wat is het effect? Waarom kunnen vergunningen niet eerder ontvangen worden? *What are problems with permits? What is the effect? Why can permits not be handed out sooner?*

- Waarom is de invloed van de omwonende zo groot? Hoe wordt er op dit moment iets gedaan aan de overlast? Hoeveel klachten krijgen jullie en wat is de aard van deze klachten? *Why is the influence of the citizens this big? How is the disturbance currently handled? How many complaints do you get and what is the nature of these complaints?*
- Hoe kun je inspelen op het weer? *How can you anticipate on the weather?*
- Hoe kun je de programmering beïnvloeden? Wat zijn op dit moment de knelpunten? *How can you influence the lineup? What are the roadblocks at this moment?*
- De prijzen stijgen op alle vlakken, zowel bij artiesten als randzaken. Wat voor effect heeft dat op dit moment voor festivals? Zorgt het voor problemen? Hoe dealen festivals hiermee? *The prices are increasing in every way. What kind of effect does this have on festivals? Does it result in problems? How do festivals deal with this?*
- Hoe speelt duurzaamheid op dit moment een rol? Wat zou er nog meer gedaan kunnen worden? *How does sustainability play a role? What could still be done?*
- Duurzaamheid kost geld. Hoe zou dit probleem over komen kunnen worden? Wordt er op dit moment gedaan wat mogelijk is? *Sustainability is expensive. How can this be tackled? Is currently everything done that is possible?*
- Praten jullie veel met andere festivals? *Do you communicate with other festivals?*

### Challenges own festival

- Welke soort uitdagingen heeft u op dit moment? *What kind of challenges do you currently have?*
- Waarom is dit een uitdaging? Wat zijn jullie grootste hindernissen? *Why is this a challenge? What are your biggest challenges?*



- Welke soort uitdagingen ziet u op evenementengebied? *What kind of challenges do you see in the event landscape?*
- Waaruit ontstaat dit denk je? *What do you think originates from this?*
- Wat mist er op dit moment nog in de evenementenwereld? Waar wordt niet genoeg aandacht aan besteed? *What is currently missing in the event landscape? What is currently neglected?*
- Waarom denkt u dat dit nog steeds een probleem is? *Why do you think that this is still a problem?*
- Wat betekent innovatie voor jullie? *What does innovation mean to you?*
- Hebben jullie een innovatie manager/strateeg in dienst? Maken jullie meerjaren plannen? Hoe zien die eruit? *Do you have an innovation manager? Do you have a multiple year plan? How does it look like?*
- Innoveren jullie je evenementen elk jaar? En zo ja, hoe? *Do you innovate with every event? If so, how?*
- Waarom doen jullie dat? *Why do you innovate?*
- Wat gebeurt er als je dat niet doet? *What happens if you don't innovate?*
- Hoe kiezen jullie wat voor soort nieuwe festivals er komen? *How do you choose what kind of new festivals are organized?*

### Uitdagingen op festivalgebied

- Wat voor positieve ontwikkelingen ziet u binnen de evenementen? *What kind of positive developments do you see within events?*
- Waarom zijn deze positief? *Why are these positive?*
- Waarom denkt u dat ze ontstaan? *Why do you think they originate?*
- Ziet u negatieve veranderingen om u heen? *Do you see negative changes around you?*
- Waarom zijn deze negatief? *Why are these negative?*

- Waarom gebeuren ze denkt u? *Why do you think these negative changes happen?*
- Hoe snel gaan deze veranderingen? *How fast do these changes go?*
- Zou dat anders moeten zijn? *What should be different?*

### Future of event sector

- Hoe denkt u dat de toekomst van de evenementen sector eruit gaat zien? *How do you think that future of events could look like?*
- Waarom denk je dit? *Why do you think this?*
- Welke rol spelen festivals hierin? *What role do festivals play in this?*
- Waarom? *Why?*
- Hoe gaan jullie hierop anticiperen? Welke rol spelen jullie? *How are you going to anticipate on this? What role do you play in it?*
- Wat zal de grootste uitdaging zijn om dit toekomstbeeld te bereiken? *What are the biggest challenges in reaching this future vision?*
- Waarom denk je dat dit zo'n grote uitdaging gaat zijn? *Why do you think that this is such a big challenge?*
- Is er nog iets dat u wilt toevoegen aan dit gesprek? *Is there something you would like to add to this conversation?*

---

---

## Anna van Nunen - Interview Guide

### Research Question: What does the future of Dutch festivals look like in 2030?

#### Sub-questions

- Waarom denk je dat festivals zo populair zijn?
- Wat is jullie doel met het bedrijf? En waarom is dat jullie doel?
- Wat zijn uitdagingen voor jullie? En weet je ook waarom?
- Wat voor verschuivingen of ontwikkelingen zie je in jullie industrie? Waar komen deze veranderingen vandaan denk je?
- Wat verwacht je dat er in de komende 10 jaar gaat gebeuren? En waarom?

#### Introduction

- Zou je iets over jezelf kunnen vertellen? Wie ben je en wat doe je?
- Zou je iets kunnen vertellen over Innofest?

#### Goals

- Waarom zijn jullie ooit Innofest begonnen?
- Wat is jullie raison d'être (reden van bestaan)?
- Hoe is dit ontstaan?
- Eigenlijk wisten jullie met Innofest in een gat te duiken. Wat is jullie tactiek geweest vanaf het begin?
- Waar ben je het meest trots op?
- Wat zijn uitdagingen die jullie tegenkomen onderweg naar dit doel?
- Waarom bestaan deze problemen? Waarom zijn die problemen voor jou?
- Waarom is Innofest zo'n succes geworden denk je?
- Hoe weet je of iets een succes kan worden?
- Krijgen jullie wel eens feedback van festivalorganisatoren of bezoekers? En waar gaat dat dan over?

- Welke uitdagingen ga je waarschijnlijk hebben in de toekomst?
- Waaruit ontstaan deze uitdagingen?
- Hoe ga je deze uitdagingen aan? Hoe ga je ze oplossen?
- Innoveren jullie elk jaar?
- Waarin innoveren jullie dan?
- Waarom doen jullie dat?
- Wat gebeurt er als je dat niet doet?
- Op welk evenement/initiatief ben je jaloers? Waarom?
- Tijdens je praatje op het VNPF congres vertelde je al even over de succes projecten binnen Innofest.
- Aan welke concepten is het meeste behoefte aan? Waarom?
- Krijg je ook wel eens suggesties van festivalbezoekers? En zo ja, wat voor suggesties?
- Wat mist er nog?
- Welke concepten zullen volgens jou het meest succesvol gaan worden in de festival industrie en waarom?

#### Challenges within the landscape

- Wat voor positieve ontwikkelingen zie je om je heen in de evenementenwereld?
- Waarom zijn deze positief?
- Waarom denk je dat ze ontstaan?
- Zie je negatieve veranderingen om je heen?
- Waarom zijn deze negatief?
- Waarom gebeuren ze denk je?
- Zijn er nog andere veranderingen die misschien niet positief of negatief te noemen zijn en zo ja, welke?
- Hoe snel gaan deze veranderingen?
- Zou dat anders moeten zijn?

- 
- Zijn de behoeftes van bezoekers veranderd? Zo ja, waarin dan?
  - Wat wil de bezoeker graag? Wat wil de bezoeker niet?
  - Hoe gaan de behoeftes van bezoekers veranderen denk je?
  - Waarom denk je dat?

### Festival perception

- Wat is jouw mening over festivals? Hoe kijk je er tegenaan?
- Waarom is dit?
- Wat vind je er leuk aan?
- Wat vind je er minder leuk aan?
- Waarom zijn festivals zo populair denk je?
- Wat is je favoriete festival en kun je uitleggen waarom?
- Wat mist er op dit moment nog in de evenementenwereld? Waar wordt niet genoeg aandacht aan besteed?
- Waarom denk je dat dit nog steeds een probleem is?
  
- Wat kan de festival industrie leren van jullie?
- Wat kunnen jullie van hun leren?

### Future of the festival landscape

- Hoe denk jij dat de toekomst van de evenementen sector eruit gaat zien?
- Waarom denk je dit?
- Hoe gaan jullie hierop anticiperen?
- Wat zal de grootste uitdaging zijn om dit toekomstbeeld te bereiken?
- Waarom denk je dat dit zo'n grote uitdaging gaat zijn?
- Heeft dit invloed op jullie raison d'être?
- Waarom wel/niet?
- Hoe ziet de toekomst van festivals er volgens jou uit?
- Waarom?
  
- Is er nog iets dat je wilt toevoegen aan dit gesprek?

---

## Interview Guide - Martijn Paulen

Research Question: What does the future of Dutch festivals look like in 2030?

### Sub-questions

- Waarom denk je dat festivals zo populair zijn?
- Wat is jullie doel met het bedrijf? En waarom is dat jullie doel?
- Wat zijn uitdagingen voor jullie? En weet je ook waarom?
- Wat voor verschuivingen of ontwikkelingen zie je in jullie industrie? Waar komen deze veranderingen vandaan denk je?
- Wat verwacht je dat er in de komende 10 jaar gaat gebeuren? En waarom?

### Introduction

- Zou u iets over uzelf kunnen vertellen? Wie bent u en wat doet u?

### Festival perception

- Wat betekent een festival voor u?
- Waarom zijn festivals zo populair denkt u?
- Wat is uw favoriete festival en kunt u uitleggen waarom?
- Is er een evenement waar u jaloers op bent?
- Iets dat zo gaaf/inspirerend is, anders dan jullie
- Wat zou u nog willen doen binnen de evenementenwereld?

### Goals

- Met welke gedachte is DDW opgezet?
- Hoe is dit ontstaan? Waarom is dit zo opgezet?
- Wat zijn jullie/uw drijfveren voor het organiseren van dit evenement?
- Waarom bestaat DDW? Wat is jullie drive?
- Wat is jullie tactiek geweest vanaf het begin?

- Waar bent u het meest trots op?
- Waarom is de DDW zo'n succes?
- Hoe weet je dat het werkt/goed is?
- Wie zijn jullie belangrijkste stakeholders?
- Hoe zorgen jullie dat jullie een gezond bedrijf zijn? Waar haal je je inkomen uit?
- Waarom zijn jullie op het idee gekomen om de DDW te organiseren in Eindhoven?
- Wat vond Eindhoven daarvan?
- Welke uitdagingen komen jullie tegen bij het organiseren van de DDW?
- Hoe zijn jullie op het idee gekomen om een avondprogramma op te zetten?
- Vanwaar het idee om daar ook een festival aan te koppelen?
- Waarom is het festival losgekoppeld van de DDW op het gebied van kaartverkoop?
- Hoe loopt het? Blijven jullie dit de komende jaren doen?
- Wie komen er af op het festival?
- Wat zijn nieuwe uitdagingen geworden sinds jullie dit zijn gaan doen?
- Weet u waarom bezoekers naar jullie evenement komen? Zo ja, waarom?
- Zijn de behoeftes van bezoekers veranderd?
- Hoe gaan de behoeftes van bezoekers veranderen denkt u?
- Waarom denkt u dat?

### Challenges

Evenementen organiseren brengt extreme risico's met zich mee. Interne risico's en externe risico's.

- Op welke manieren zijn jullie bezig met duurzaamheid? Waar zou nog meer aandacht aan besteed kunnen worden?
- Duurzaamheid kost geld. Hoe zou dit probleem over komen kunnen worden? Wordt er op dit moment gedaan wat mogelijk is?
- Hoe speelt de stikstof wet voor jullie een rol? Wat voor gevolg heeft het en wat kun je er tegen doen?
- Wat zijn de problemen met vergunningen? Wat is het effect? Waarom kunnen vergunningen niet eerder ontvangen worden? Maken jullie je hier zorgen om?
- Waarom is de invloed van de omwonende zo groot? Hoe wordt er op dit moment iets gedaan aan de overlast? Hoeveel klachten krijgen jullie en wat is de aard van deze klachten?
- Hoe kun je de programmering beïnvloeden? Wat zijn op dit moment de knelpunten? Kiezen jullie iedereen of komen ze naar jou toe? Hoe zijn jullie verantwoordelijk voor de programmering op het festival?
- Praten jullie veel met andere evenementen?
- Wat mist er op dit moment nog in de evenementenwereld? Waar wordt niet genoeg aandacht aan besteed?
- Waarom denkt u dat dit nog steeds een probleem is?
- Wat voor positieve ontwikkelingen ziet u?
- Waarom denkt u dat ze ontstaan?
- Hoe zijn jullie op dit moment bezig met jullie omgeving waarin jullie de DDW organiseren?
- Wat blijft er achter als jullie weg zijn na 9 dagen?
- Wat zou er gebeuren als de DDW niet meer terug zou komen?

Analogie: als je bij vrienden gaat eten neem je een fles wijn mee, je komt niet met lege handen.

- Zijn jullie ermee bezig hoe je overkomt? Wat je achterlaat?
- Wat is voor jullie die fles wijn?

### Future of events

- Hoe denkt u dat de toekomst van de evenementen sector eruit gaat zien?
- Waarom denk je dit?
- Welke rol spelen festivals hierin?
- Waarom?
- Wat zal er moeten veranderen om de uitdagingen te overwinnen?
- Hoe gaan jullie hierop anticiperen? Welke rol spelen jullie?
- Wat zal de grootste uitdaging zijn om dit toekomstbeeld te bereiken?
- Waarom denkt u dat dit zo'n grote uitdaging gaat zijn?
- Is er nog iets dat u wilt toevoegen aan dit gesprek?

## Appendix 4 - Quotes interviews field experts

These quotes are the original Dutch quotes by the interviewees. The quotes are written down anonymously. The English translation of the quotes can be found in appendix 5, where they are translated for the insights cards.

- ◇ Festivals zijn het middel en niet het doel van de innovatie.
- ◇ Wat ik wel interessant vond ik dat het aantal festivals is afgevlakt en is afgenomen. En dat er daarin een wat meer onderscheidend vermogen in moet zijn. Wat ik zelf grappig vind is dat de festivals die het niet overleven zijn ook festivals die wij helemaal niet kennen. 1/3 van de festivals doet maar 1 editie.
- ◇ Op de een of andere manier zijn de festivals die ik ken hebben het allemaal overleefd maar hebben ook een grotere partij achter zich staan.
- ◇ Het andere ding is dat de klimaatcrisis gewoon de grootste uitdaging is waar onze generatie voor staat.
- ◇ Dus op die manier denk ik dat duurzaamheid ook heel belangrijk is omdat de doelgroep ernaar vraagt en je kunt niet meer zonder, maar ook omdat je in je bedrijfsvoering niet meer zonder kunt.
- ◇ het beste voorbeeld is DGTL. Die doet er alles aan om alleen maar op die manier in het nieuws te komen. Wij werken ook met ze samen en ze werken met de mediananny daarmee en ze zetten dat gewoon keihard als marketing in en dat doen ze goed. Ze hebben de achterkant ook op orde dus dat is ook legitiem.
- ◇ En zijn veel festivals die zich niet aan het onderwerp (duurzaamheid) durven te branden want dan gaan mensen ook zeggen van ja, maar je werkt wel op diesel aggregaten. Dat vind ik altijd heel grappig want dan denk ik ja, je moet gewoon gaan.
- ◇ Als je kijkt naar de aantal bezoekers en dat zijn er ongeveer 25 miljoen en de helft van de Nederlandse bezoekers gaat wel een keer naar een festival en er is eigenlijk geen betere marketing tool dan een festival. Je kunt de bezoeker targetten om activistisch te worden, om ergens aan mee te doen, om beïnvloedt te worden met een bepaald beleid en daar wordt eigenlijk niet zoveel mee gedaan.
- ◇ Wat je ook zou kunnen doen is het even loskoppelen van de bedrijfsvoering en dan kijk ik naar de festival en muziekindustrie in z'n geheel waar, door de jaren heen, als je kijkt naar Woodstock, 400.000 mensen hebben geprotesteerd tegen de Vietnam oorlog. Dat aspect om mensen te activeren dat zie je eigenlijk nog nergens, los van wat je met je bedrijfsvoering doet.
- ◇ Ook aan de artiesten kant treden artiesten op of spreken ze zich uit over duurzaamheid, zoals Billie Eilish, die is daar niet mals in om zich daarover uit te spreken.
- ◇ Maar qua uitdagingen is de grootste uitdaging transport. Daar heb je als festival maar mondjesmaat invloed op en je kunt het slecht beïnvloeden het is je grootste vervuiler dus dat is erg lastig.
- ◇ Dat is positief maar aan de andere kant ken ik weer bijna geen festivalorganisator die echt een innovatieplan heeft of een innovatie manager in dienst heeft. Strategisch zijn ze echt nul, maar praktisch echt 100.
- ◇ En je ziet binnen al deze organisaties dat ze zelf het wiel aan het uitvinden zijn en deze commerciële organisaties zijn niet zo gewend om hun kennis te delen en het zou veel sneller gaan als daar meer in gedeeld wordt.
- ◇ Het systeem is in een soort groeisputt waardoor iedereen op zijn eigen houtje aan het innoveren is, maar dat komt denk ik over een paar jaar wel weer bij elkaar. En dan zijn sommige oplossingen gewoon mainstream geworden.
- ◇ Het is common sense om als je niet zoveel doet aan duurzaamheid naar de stroom infrastructuur te kijken en naar je bekersisteem, je afvalplan. Daar zijn veel hands-on oplossingen voor die je zonder al te veel extra geld als kunt krijgen.
- ◇ Ik vermoed dat er nog een paar festivals sneuvelen en dat we gaan stabiliseren naar een lager aantal festivals. Ik zie nu sinds een jaar een focus op transport. Hoe moeilijk het ook is. Ze zijn er wel mee bezig.
- ◇ het klassieke festival zoals eigenlijk lowlands dat was er in 1970 ook al. Dat concept festival is wel toen al ontstaan.
- ◇ De manier waarop wij NL hebben ingericht houdt niet vaak rekening met tijdelijke dingen.
- ◇ Waar is je ondernemerschap, waar is je risico? Nee slecht weer daar moet dan weer subsidie voor gevonden worden, dat vind ik heel raar.
- ◇ In onze branche waren festivals de eerste die uit zichzelf met

- 
- ◇ duurzaamheid aan de slag gingen. Ook gewoon uit irritatie nadat iedereen vertrokken is.
  - ◇ En zou je wat kunnen vertellen over de nog niet bestaande stikstof wetgeving? Hoe gaat dat een rol spelen voor festivals? GOEIE! Geen flauw idee.
  - ◇ Gemeenten zijn risicomijders. Want zij zijn op aarde om hun burgers te beschermen. Dus zij kijken naar alles met een risicomijdende bril op. Bij alles wat er georganiseerd wordt denken zij 'wat is het worst case scenario'. En ze nemen daar in zo min mogelijk risico's.
  - ◇ Als je een beetje een festival bent begin je de dag na je festival al met kosten te maken voor het volgende jaar. Terwijl je eigenlijk niet eens weet of het wel door kan gaan. Dat is ontzettend risicovol.
  - ◇ Er wordt veel bedreigd door gemeenten dat als iets niet goed gaat dat dan de vergunning niet afgegeven gaat worden.
  - ◇ Je kunt dingen ook bespreekbaar maken in een vroeg stadium. Dat je zegt 'hee ik wil een festival organiseren' hoe dat ik dat, wat vinden jullie interessant.
  - ◇ Festivals zijn in te zetten als citymarketing
  - ◇ Eilân was een soort samenloop van omstandigheden.
  - ◇ Mensen willen wel de voordelen, in een stad wonen, maar niet de nadelen.
  - ◇ Bijvoorbeeld surfwedstrijden in de gracht met windturbines. Dan denk ik 'wat doet dat nou voor de stad', is zoiets echt nodig?
  - ◇ Als mensen weten waar ze aan toe zijn dan zijn ze al een stuk rustiger.
  - ◇ In de festival wereld wordt niet zoveel gesubsidieerd, het is voornamelijk een vrije markt.
  - ◇ Ik zie wel gebeuren dat je op een gegeven moment alleen het publiek nog trekt dat het kan betalen.
  - ◇ Wat je ziet is dat de overheid er steeds meer om gaan vragen (red. duurzaamheid). Maar festivals zijn er zelf ook al heel erg druk mee.
  - ◇ Waar ik mij ook zorgen om maak is de gezondheids fascinatie. Wij mogen in Nederland niet meer dood gaan. De overheid is een risicomijder en ik snap hoe dat werkt. Roken is nu verboden. Ik ben bang dat alcohol de volgende wordt en dat het aan banden wordt gelegd.
  - ◇ Duurzaamheid en regelgeving zijn de grootste uitdagingen voor festivals.
  - ◇ Steeds meer concerten zullen markt concepten worden.
  - ◇ Een gemengd programma
  - ◇ Ik zie festivals als een soort verzamel plek van de gelijkgestemde zielen.
  - ◇ De hoeveelheid festivals die er nu zijn is ten koste gegaan bijvoorbeeld van hele grote discotheken en je had vroeger in heel Nederland 200 enorme discotheken waar iedereen op een brommertje naar toe reed.
  - ◇ We denken dat het goed is om die trend te profileren maar dan komen de grote jongens als Lowlands en Pinkpop. En die pikken gewoon de krenten uit de pap en trekken bestaansrecht van zo'n klein festival onderuit.
  - ◇ Jij maakt gewoon je eigen alternatieve wereld of je eigen parallelle universum voor drie dagen en hoopt dat mensen in vrede en saamhorigheid met elkaar daar een fantastische tijd hebben.
  - ◇ En dat maakt ook dat je gewoon heel scherp moet zijn, want hoe maak je eigenlijk dingen waar anderen subsidie voor nodig hebben, toch zo aantrekkelijk dat het niet nodig is.
  - ◇ Een festival als LL daar gaan gewoon vele miljoenen in om en vele miljoenen voordat er iemand een kaartje gekocht heeft dus ja, als we het één jaar verkeerd doen dan is LL in principe failliet.
  - ◇ 'Interesting, individually everybody the same'. En dat is het, en dat is het natuurlijk... is al die individuen, die zijn wel allemaal individuen maar die hebben allemaal toch onderdeel van een groep
  - ◇ De belangrijkste verandering is natuurlijk de verschuiving in de smaak van muziek.
  - ◇ Mensen van nu voor mijn leeftijd, ik ben 51 nu en tien jaar jonger, die denken dat er geen generatiekloof is, maar die is er wel degelijk.
  - ◇ Je ziet ongelooflijk veel ouders met hun kinderen naar een festival gaan. Dus in die zin zijn het wel vriendjes, maar qua smaak en gevoel en waar je ziet en dat is echt totaal totaal anders. En als je dat niet realiseert dan heb je toch een beetje oogkleppen op denk ik.
  - ◇ De grootste uitdagingen zijn dat de concurrentiestrijd tussen op wereldniveau zeg maar, zo groot aan het worden is dat je dat soort hyperkapitalisme hebt. Je had tot een jaar of tien geleden had je in Amerika drie festivals die concurreren met de scene zoals dat met Lowlands en Pinkpop, Werchters van deze wereld en dat zijn er nu honderd over de bank genomen.



- 
- ◇ Oost-Europa is geopend. Azië is geopend en er is maar één radiohead. Er is maar één Tame Impala en er is maar één Ridgy Horton. Er is maar één. Dus hoe het systeem nu werkt en altijd heeft gewerkt tot nu toe is vraag en aanbod. Er zijn altijd gekken die honderdduizend euro meer willen betalen voor een act, omdat ze denken 'dan staat mn veldje vol'. Dat is de grootste bedreiging.
  - ◇ En dan krijgen wij als organisator de schuld van, maar het is de schuld van de artiesten zelf die gewoon zeggen wij spelen alleen de plek waar ik het meest kan verdienen.
  - ◇ En het gaat gewoon door en er komen steeds meer festivals. Dus we moeten ons ook realiseren dat het geld op dit moment in de westerse wereld gewoon tegen de plinten klotst.
  - ◇ Want zijn jullie bezig met dat stikstof beleid als dat gaat komen? Ja, want het is natuurlijk een bedreiging voor iedere bedrijfsvoering en ook dus voor de festival bedrijfsvoering.
  - ◇ Die mensen hebben er weer hele andere belangen namelijk dat de zondag een rustdag is.
  - ◇ Ja er wordt dus heel vaak gedaan dat er een beschermd salamandertje ergens gezien is. De stok waarmee geslagen kan worden wordt mee geslagen. Daar moet je gewoon vanuit gaan, of het nou waar is of niet waar is.
  - ◇ Ik denk ook dat als je wilt overleven als festival dat je een meerdaags evenement moet worden. Omdat het een mini vakantie is.
  - ◇ Je weet gewoon dat ze bij evenementen drank gebruikt en drugs gebruikt. Dus dat is ook zorg. Bij een meerdaags festival heb je een grotere zorg.
  - ◇ Je verdient ook aan een camping. Het is ook een business model.
  - ◇ Die luisteren naar Michael Jackson en dance. Dat is ook iets dat blijft, gitaarmuziek. En zo blijft elektronische muziek ook. De kwaliteit festivals zijn bezig met hoe zoiets veranderd. Er veranderen continu dingen.
  - ◇ Sustainability dat er automatisch in zit. Wij zijn dat in gaan voeren, de nieuwe generatie voert dat niet meer in dat is een way of life.
  - ◇ Dat NL wel heel vol wordt en dat de regelgeving steeds strenger wordt. En dat we steeds met meer mensen komen. Er zijn steeds minder plekken waar je niet voor overlast zorgt. In Amsterdam is dat zeker een probleem. Evenementen die zijn leuk, maar het moet ook leuk gebleven worden en men moet het ook leuk blijven vinden. En dat wordt wel steeds minder.
  - ◇ Je moet het niet zien als een last, maar je bent zelf ook onderdeel van de maatschappij en je wilt zelf ook dat het goed geregeld is. En het publiek, je wilt zelf ook dat het publiek blij is en anders kopen ze geen kaartje meer en je wilt ook zorgen dat de maatschappij blij is want anders krijgen we geen vergunning meer. En daar zijn wij zelf onderdeel van.
  - ◇ Het wordt gewoon overlast en dan word je een irritatiebron.
  - ◇ Wat gaan uitdagingen zijn voor de toekomst? Plekken vinden om evenementen te organiseren. Waar je het voor de bezoeker leuk maakt en waar je het voor de omgeving leuk maakt.
  - ◇ Ik heb wel eens bij een raadsvergadering gezeten en daar komen alleen de bewoners die klagen en dan kun je nog zo'n mooi verhaal houden maar als ze tegen zijn dan zijn ze tegen.
  - ◇ Wij zijn voor de overheid ook een platform naar alleen al 1 miljoen jongeren. En die jongeren kun je door middel van een evenement een sustainable gedachte meegeven en dat gebeurt nu veel te weinig.
  - ◇ Als een evenement heel sustainable is, maar je favoriete bandje staat daar niet te spelen dan zal je er daardoor niet naartoe gaan omdat het sustainable is, maar ik denk wel dat het steeds belangrijker wordt.
  - ◇ Ik denk dat het intiemer wordt. Dat het massale weg gaat, dat er ook een stukje intimiteit bij komt.
  - ◇ De festival industrie heeft eigenlijk te maken met extreme risico's. Dat zijn interne risico's, vergunningen die heel laat afgegeven worden, externe invloeden van wet en regelgeving, zoals met zo'n stikstof besluit vergunningen en daarmee naar de rechter stappen. Maar ook met risico's op het gebied van weer, programmering.
  - ◇ Er zijn directeuren die zeggen als ik 10% invloed heb zelf op wat er op mijn festival staat dan is dat veel. Een artiest bepaald zelf wanneer hij toert. Dus je krijgt acts aangeboden voor het seizoen en daar moet je het mee doen.
  - ◇ Een oud hiphop festival zei dat op het moment dat het komende zomer echt klote weer is dan is de kans groot dat we failliet zijn.
  - ◇ Dat is ook het probleem met de vergunning, dat ze meestal pas een week

- 
- voor het festival de vergunning krijgen. Dan hebben we soms al een half miljoen uitgegeven.
- ◇ Ik weet ook niet precies hoe het werkt, maar de samenleving is zo snel en het hele idee van festivals past heel erg bij deze vloeibare tijden waarin alles flexibel is. Iets wat komt en weer gaat en heel tijdelijk is en heel erg in het moment is. Maar als je kijkt naar de vergunningen wat van de gemeente komen die in dat hele ambtelijke apparaat tot stand komen, volgens mij kan het hele systeem van vergunningen de snelheid van dit systeem niet bijbenen.
  - ◇ Volgens mij is de conclusie dat het een heel snel geprofessionaliseerde industrie is, waar het vroeger hobbyisme was, maar het is in 15 jaar zo extreem geprofessionaliseerd en gegroeid maar de hele context eromheen is daar niet in meegegaan. En dan krijg je een hele rare risicovolle situatie.
  - ◇ Festivals zijn gedemocratiseerd. Waar het vroeger voor een hele beperkte groep in de samenleving was, het was voor vrij links georiënteerde hippies, mensen waren vroeger tussen de 16 en 30 en nu is het zo gedemocratiseerd dat iedereen naar een festival gaat. Niet alleen alle leeftijden maar ook alle segmenten in de samenleving.
  - ◇ En docu op Netflix kijken kan iedereen op ieder moment van zijn leven, dus dat is niet zo zeer iets schaars, maar naar een festival gaan kun je alleen op een bepaald moment op een bepaalde plek. De plaats en tijd gebondenheid geeft het heel erg veel waarde. 'ik kan hier nu iets beleven want niet meteen reproduceerbaar is'.
  - ◇ Een derde punt is dat steden het heel erg zijn gaan stimuleren. Rotterdam en Amsterdam ontdekten dat festivals een relatief eenvoudig instrument zijn om aantrekkelijkheid binnen je stad te vergroten.
  - ◇ Dus Amsterdam is dat heel erg gaan stimuleren en een heel open festival beleid gemaakt en nu zie dat de grote steden daarop terug komen. Want Amsterdam is gewoon vol qua festivals. De grens is bereikt van wat wij aankunnen als stad.
  - ◇ Het zal nog wel wat afnemen, maar het is vooral een kwaliteitsslag. Ik denk vooral dat de goede festivals.. een stabiele basis overblijft. Dat de avonturiers nu aan het afvallen zijn.
  - ◇ Ik heb zelf het idee dat mensen niet zo snel laten leiden door dingen

- als duurzaamheid. Ook na de aanslag in Bataclan was ik benieuwd of dat dan invloed zou hebben op het bezoek aan poppodia in NL en ik heb nooit signalen ontvangen dat dat zo is.
- ◇ Als je puur kijkt naar gedrag denk ik gewoon dat mensen heel graag naar festivals zouden willen. Een externe factor die daar wel een rol bij speelt is de economie en als die weer instort komende jaren dan gaan mensen wel weer minder geld uitgeven aan bijvoorbeeld festivals.
- ◇ Ieder festival is ongeveer 70% van zijn budget kwijt aan de programmering en ze weten ook dat mensen niet komen als ze die programmering niet hebben, maar op het festival zelf is dat heel anders. Op het moment dat ze er zijn vinden ze die programmering minder belangrijk.
- ◇ Festivals zijn eigenlijk de live variant van Spotify. Na 2 nummers zet je het ook weer uit. Het heeft ook te maken met de overvloed aan aanbod. Mensen willen in alle opzichten overvloed, maar je krijgt er ook alleen maar keuzestress van. De prikkel en spanning van je mist eigenlijk altijd veel meer dan wat je meemaakt en dat je eigenlijk altijd moet kiezen.
- ◇ Dat is die kracht van het moment, real life real time, echt zijn. En die ervaring op zich dat hoeft dan niet eens perse om die artiest te gaan. maar dat kan dus ook zijn dat je er bent en vervolgens een leuke tijd hebt met vrienden. Dat is heel fascinerend.
- ◇ En concreet een van de grootste bedreigingen die in de festival industrie op dit moment genoemd worden zijn die exclusiviteit deals.
- ◇ Ik was laatst bij een presentatie over artiesten die collabs doen en ik denk dat festivals dat ook steeds vaker gaan doen, zo van ik heb artiest A & B samen op het podium staan en dat is iets heel unieks en dat doen ze normaal samen nooit. En dan kun je je daarmee onderscheiden.
- ◇ En ik denk dat de goeie grote festivals overleven en de boetiek festivals. Die kleinschalige belevingsfestivals. En dat binnen die groep wel steeds meer gezocht wordt naar hoe kunnen we nou naar onze bezoekers exclusiviteit bieden of iets unieks bieden ofwel in programmering of in aankleding of in de combinatie van beide.
- ◇ In ons vakgebied gaat het ook veel om escapisme. Dat mensen gewoon even willen ontsnappen aan de dagelijkse stress en juist in deze samenleving waar ook de jongere generatie veel druk ervaart en ook

- 
- van de sociale omgeving, van school, van werk van alles wat er in heel de wereld gebeurt.
- ◇ Noemen wij onszelf een festival of een evenement? Een festival wordt toch vaak gekoppeld aan muziek. Het brengt mensen samen.
  - ◇ Festivals zijn een makkelijke manier om heel gecondenseerd heel veel mee te maken.
  - ◇ De doelgroep wordt steeds groter van festivals. Ik denk dat als ik 70 ben dat ik dan nogsteeds naar festivals toe ga. Er valt steeds minder af.
  - ◇ We leven in best wel grillige tijden en je wordt niet automatisch altijd vrolijk. En ontwerpers zijn natuurlijk wel bezig met dingen anders maken. En ik denk dat dat mensen gewoon inspireert.
  - ◇ Ja de gemeente is natuurlijk super trots en die hebben design als een kernwaarde in hun eigen merkstrategie genomen. Eindhoven is tijdens de DDW een wereldstad.
  - ◇ De klachten komen vooral.. als de burens gaan boren dat vind je dat irritant. Maar als die burens zeggen dat is tussen twee en vier dan is het prima. En dat informeren en op de hoogte brengen is belangrijk. Maar dan moet je wel doen wat je beloofd.
  - ◇ Voor ouderen die weerstand hadden hebben wij bijvoorbeeld een hele middag georganiseerd om te laten zien hoe we daar (red. ouderen) mee bezig waren en sindsdien zijn ze helemaal om.
  - ◇ Als de DDW zou vertrekken zal het enorm gemist worden. Los van financieel, de stad gaat bruisen. De impact op het creatieve ecosysteem en de opdrachten die daaruit voorkomt. De minder zichtbare economische effecten. Het is een stad die er nationaal toe doet en daar maken wij wel een groot onderdeel van uit.
  - ◇ Een nationaal platform is alleen interessant als je dat internationaal blijft voeden.
  - ◇ Mensen gaat niet in ons restaurant eten, maar dat doen mensen hier in de stad. Als mensen iets willen kopen doen ze dat bij de lokale retail. In die zin laat je al heel veel achter.
  - ◇ Zoiets kun je nooit top down doen. We cureren wel alles en begeleiden, hebben gesprekken, maar als er ontwerpers komen die zeggen kunnen we niet iets sterkers maken, kunnen we niet iets verbinden dan kan dat. 70-80% komt van de ontwerpers zelf.
- ◇ Muziek en design hadden niet automatisch overlappende doelgroepen. Dus we hadden een groep die misschien een beetje ddw meepakte en vooral de muziek en we hebben een groep die vooral de ddw meepakt en misschien een beetje muziek.
  - ◇ Alles wat je zelf organiseert kost gewoon heel veel tijd op deze schaal.
  - ◇ Evenementen die de bezoekers betrekken en waarin je zelf betrokken wordt en waar je zelf daarna mee aan de slag kunt. Die veel meer impact hebben over wie je bent en wat je doet als persoon. Die missen nog.
  - ◇ Wij willen wel echt een soort attitude of gedragsverandering tot stand brengen en dat zijn wij nu met een fonds ook echt aan het meten. En dan wordt het veel meer dan een uitje. Manieren om te meten is nog erg beperkt.
  - ◇ Evenementen zullen in de toekomst veel meer naar elkaar toe groeien, het is veel meer een totale beleving.
  - ◇ En nu 9 jaar later zie je dat het bijna mainstream is geworden. De raad van cultuur heeft het zelfs over de impact van design. Het is dus na 9 jaar veel meer mainstream geworden. Voor ons natuurlijk ook wel een gevaar, dat het wel belangrijk is dat je blijft vernieuwen en dat je niet opeens verdrinkt
  - ◇ ja ik denk dat dat serieus wel te maken heeft met de economische crisis. Volgens mij had iedereen, of je nou slager of bankier was, iedereen had het gevoel van hee, er is iets heel ergs gebeurd en dat raakt ons allemaal. En wat is eigenlijk mijn rol en waarom doe ik dit eigenlijk?
  - ◇ Maar dat hele programma door zo'n dag heen proberen wij wel heel divers en dynamisch te maken en dat zit hem in allemaal details, weet ik veel, zoals muziek en andere zaken eromheen.
  - ◇ wij brengen mensen bij elkaar
  - ◇ Dat is heel sterk eraan en die naam zegt iets activistisch, oke we gaan ook iets doen. Met die reden hebben wij naast het evenement ook een challenge programma opgezet.
  - ◇ Het hangt ook heel veel van de actualiteit af.
  - ◇ Als je kijkt wat wij daar doen dan kunnen we met normale tarieven dat nooit maken. Dan zouden we 15000 man moeten hebben en die boten die houden dat tegen. En dan kan het economisch niet uit. Het is deels een hobby ook.

- 
- ◇ 15% van onze begroting is subsidie.
  - ◇ We verkopen geen dagkaarten. De mensen die 1 dag komen dragen eigenlijk niet bij aan het festival.
  - ◇ Elke dag aardappelen gaat vervelen. Je wilt verrast worden en iets anders krijgen. In muziek proberen we dat ook door allerlei andere artiesten te boeken die we dan tussen die bekende artiesten zetten. En zo trekken we mensen naar binnen en dan ga je een deurtje links en dan kom je op dat veldje waar je iets nieuws ziet.
  - ◇ De belangrijkste is vrienden. Dat vrienden zeggen zullen we gaan.
  - ◇ De prijzen die stijgen, dat is gewoon simpel vraag en aanbod. Er zijn veel meer markten bij gekomen.
  - ◇ We zetten een max aan ons talent bedrag. Vragen ze toch meer dan is dat gewoon jammer. En daarom geloof ik ook wel echt in die andere programmering en decor en de klassieke programmering. Al die andere dingen.. en je comfort. En als het dan een keertje minder is dan heb je nog wel in die dingen geïnvesteerd en die zijn niet zo zeer afhankelijk van de markt.
  - ◇ Je hebt ook een beetje hype en wat fashionable is. En als je jong bent wil je niet voor aap staan. Dus je volgt de hype.
  - ◇ Het festival is zo afhankelijk van dat er echt 60.000 mensen komen en je winst zit hem altijd in die laatste paar kaartjes, daar zit je winst. En dan heb je op 1 dag niet die klapper en dan ga je verlies draaien. En daar zit wel het gevaar, in die old school festivals die een podium op een groot grasveld zetten. Dat is niet meer de toekomst.
  - ◇ Je bent als groot festival toch wel afhankelijk van de expertise en daadkracht van de lokale ambtenaren. We troffen een burgemeester aan die daadkrachtig was en ondernemend en die wist iedereen te overtuigen.
  - ◇ De parken, de omgeving.. het is publieke ruimte en daar zorg je met elkaar voor. En als er dan opeens 10 of 12 weken per jaar een hek omheen staat dan is dat een probleem en daar moet je dan serieus naar kijken.
  - ◇ Je komt ergens, je neemt wat en dan neem je dus ook zelf iets mee. Bijvoorbeeld de scholen en het grasveld. We hebben drinkwaterpunten geïnstalleerd.
  - ◇ Dronten en Biddinghuizen zijn ook wel gemeenten die gewoon pr nodig hadden om te overleven. Het blijkt dat daar gewoon jonge gezinnen zijn

- ◇ gaan wonen. Dat ze gewoon in the picture zijn.
- ◇ Mensen nemen dan toch weer iets mee naar huis en die gaan daar dan toch iets mee doen en daar heeft dan heel Nederlands profijt van.
- ◇ De gages van de echte wereld artiesten gaan nog meer stijgen en worden nog onbereikbaar voor de kleinere festivals. En festivals zullen daarin nog meer gaan investeren in andere dingen dan de artiesten.

# Appendix 5 - Insights cards

<p>De ondernemers kunnen de wereld verbeteren en ze hebben behoefte aan ons (red. Innofest)</p>	<p>Wat ik wel interessant vond ik dat het aantal festivals is afgevlakt en is afgenomen. En dat er daarin een wat meer onderscheidend vermogen in moet zijn. Wat ik zelf grappig vind is dat de festivals die het niet overleven zijn ook festivals die wij helemaal niet kennen.</p>	<p>Op de een of andere manier zijn de festivals die ik ken hebben het allemaal overleefd maar hebben ook een grotere partij achter zich staan</p>	<p>Het andere ding is dat de klimaatcrisis gewoon de grootste uitdaging is waar onze generatie voor staat</p>
<p>World improvers need Innofest and festivals.</p>	<p>The festivals that do not survive are also the festivals that we do not know. The distinctive character is missing.</p>	<p>the festivals that I know have survived, but also have a larger party behind them</p>	<p>The climate crisis is simply the greatest challenge that our generation faces</p>
<p>ik denk ook dat er nu een generatie op staat die zich er zorgen over maakt en ik denk ook dat dit de generatie zal zijn die naar festivals blijft gaan</p>	<p>Dus op die manier denk ik dat duurzaamheid ook heel belangrijk is omdat die doelgroep maar voorkomt en je in je bedrijfsvoering niet meer zonder kunt.</p>	<p>ze (DTGL) zetten dat (duurzaamheid) gewoon keihard als marketing in en dat doen ze goed</p>	<p>En zijn veel festivals die zich niet aan het onderwerp durven te branden want dan gaan mensen ook zeggen van ja, maar je werkt wel op diesel aggregaten. Dat vind ik altijd heel grappig want dan denk ik ja, je moet gewoon gaan</p>
<p>There is a new generation that worries about sustainability. They are the future.</p>	<p>The target group asks for sustainability, you can't live without.</p>	<p>DGTL puts their festival on the map by marketing sustainability and they do that well</p>	<p>Festivals are worried that they get comments when they are not 100% sustainable yet</p>
<p>Als je kijkt naar de aantal bezoekers en dat zijn er ongeveer 25 miljoen en de helft van de Nederlandse bezoekers gaat wel een keer naar een festival en er is eigenlijk geen betere marketing tool dan een festival.</p>	<p>Je kunt de bezoeker targetten om activistisch te worden, om ergens aan mee te doen, om beïnvloed te worden met een bepaald beleid en daar wordt eigenlijk niet zoveel mee gedaan</p>	<p>Dat zit niet in het DNA</p>	<p>Grootste uitdaging festivals is om zelf te verduurzamen of om hun publiek te bereiken.</p>
<p>There is no better marketing tool than a festivals if you look at the amount of visitors</p>	<p>You can target the visitor to become an activist in something</p>	<p>It is not in their DNA to do that</p>	<p>Reaching your visitors and becoming sustainable are two main challenges for festivals</p>
<p>Wat je ook zou kunnen doen is het even loskoppelen van de bedrijfsvoering en dan kijk ik naar de festival en muziekindustrie in z'n geheel naar door de jaren heen, als je kijkt naar Woodstock, hebben 400.000 mensen geprotesteerd tegen de Vietnam oorlog. Als je kijkt naar 2000, hebben op het Exit festival in Servië net zo lang muziek gemaakt totdat Milosovic ging aftreden.</p>	<p>Of mensen om klimaatverandering leuk te maken</p>	<p>Dat aspect om mensen te activeren dat zie je eigenlijk nog nergens, los van wat je met je bedrijfsvoering doet.</p>	<p>Maar qua uitdagingen is de grootste uitdaging transport. Daar heb je als festival maar mondjesmaat invloed op en je kunt het slecht beïnvloeden het is je grootste vervuiler dus dat is erg lastig</p>
<p>Look at the impact a festival can make: during woodstock, 400.000 people protested</p>	<p>Make climate change fun</p>	<p>Activating people is nowhere seen yet</p>	<p>The biggest challenge is transport. You don't have a lot of influence but it is your biggest polluter</p>
<p>ontzettend veel kanalen om heel veel mensen te bereiken en die zet je nu alleen maar in voor vermaak en beer, wat prima is, maar je zou dat ook best wel activistisch kunnen doen</p>	<p>Wat ik heel tof vind is dat festivals heel erg hands-on zijn</p>	<p>De festival sector is meer van het doen en omdat ze jaarlijks plaatsvinden hebben ze een snelle leercyclus en zie je dat keuzes snel kunnen worden gemaakt.</p>	<p>Dat is positief maar aan de andere kant ken ik weer bijna geen festivalorganisator die echt een innovatie plan heeft of een innovatie manager in dienst heeft. Strategisch zijn ze echt nul, maar praktisch echt 100.</p>
<p>Currently the channels are used for entertainment and drinking beer</p>	<p>Festivals are hands-on</p>	<p>Festivals have a quick learning cycle and can make choices quick since they are annual</p>	<p>Festivals are not strategic, they don't have an innovation plan</p>

<p>Het maakt de bezoeker geen hol uit of ze ergens een compost machine hebben staan</p>	<p>een paar grote organisatoren in de wereld zoals Mjso en D&amp;T. Jeenssi eens. En je zet leven in deze organisaties dat ze zelf het wiel aan het uitvinden zijn en deze commerciële organisaties zijn niet zo gewend om hun kennis te delen en het zou veel sneller gaan als daar meer in gedeeld wordt.</p>	<p>Het systeem is in een soort groei spurt waardoor iedereen op zijn eigen hoogte aan het innoveren is, maar dat komt denk ik over een paar jaar wel weer bij elkaar. En dan zijn sommige oplossingen gewoon mainstream geworden.</p>	<p>ik ben geneigd om te zeggen ik zie alleen maar partijen het wiel uitvinden en er wordt heel weinig met elkaar gesproken of gedeeld, maar zo gaat dat nu ook eenmaal</p>
<p>The visitor does not care for backstage sustainability</p>	<p>Commerical festival organisations are not used to share knowledge and everyone is trying to invent the wheel themselves</p>	<p>Currently, everyone is innovating by themselves. In a few years some solutions have become mainstream.</p>	<p>They don't share knowledge, but that is the way it is</p>
<p>e hebt wel geen events nederland en internationaal die zijn gewoon de partij in NL als het gaat om duurzame evenementen organisatoren als het gaat om advies en implementatie. Die kun je gewoon inhuren. Een soort kennisinstituut is er eigenlijk gewoon al</p>	<p>Dat duurzaamheid overal op de agenda staat en dat is echt top.</p>	<p>Het is common sense om als je niet zoveel doet naar de stroom infrastructuur te kijken en naar je bekeringstelsel, je afvalplan. Daar zijn veel hands-on oplossingen voor die je zonder al te veel extra geld als kunt krijgen</p>	<p>Maar daarom denk ik wel dat het een gat in de markt zou zijn als je een mobiele spoelinstallatie kan leveren die met weinig water bekert spoelt. Het zou ook een enorme impact kunnen zijn op de duurzaamheid van een festivals</p>
<p>Green events can be hired to help become sustainable, give advice. It does exist.</p>	<p>Sustainability is currently everywhere on the agenda.</p>	<p>If you just start becoming sustainable, start with your energy infrastructure, garbage and cups.</p>	<p>A mobile cleaning installation could save a lot of cups and has a huge impact on the environment</p>
<p>Wat je nu ziet, met name bij de grotere festivals, is dat alle bekera worden besteld en ergens anders worden gespoeld en als je dus 20 drankjes drinkt is dat per bezoeker 20 bekera.</p>	<p>Zou je zelf een kaartje kopen als je weet dat een festival een goed afval plan heeft? M - ik wist hiervoor eigenlijk niet eens dat festival zo duurzaam waren voordat ik hieraan begon.</p>	<p>ik denk niet dat dat is omdat de bezoeker ernaar vraagt, ik denk omdat de organisatie denkt 'ja dit kan toch echt niet meer' en ik ben ook wel benieuwd hoe de bezoeker daarop reageert</p>	<p>De zee van bekera, daar hoor ik vaak ergernissen over.</p>
<p>Cups are ordered and cleaned somewhere else, so you need 20x the amount of cups</p>	<p>You don't buy a ticket only for knowing that a festival is sustainable</p>	<p>The visitor does not ask for sustainability. The festival thinks 'we can't do this no more'.</p>	<p>The pile of cups are annoying to visitors</p>
<p>ik vermoed dat er nog een paar festivals sneuvelen en dat we gaan stabiliseren naar een lager aantal festivals</p>	<p>ik zie nu sinds een jaar een focus op transport. Hoe moeilijk het ook is.</p>	<p>1 klasieke festival zoals eigenlijk lowlands dat was er in 1970 ook al. Dat concept festival is wel loen al ontstaan.</p>	<p>Maar ik denk toch intiemer, maar dat komt ook door mijn leefwijde.</p>
<p>Some festivals will disappear, we will stabilise on a lower amount of festivals</p>	<p>Transport and sustainability are a hard topic. They started focussing on it just this year</p>	<p>The classic festivals already exists since 1970. It will maintain</p>	<p>It will be more intimate, but that's also my age</p>
<p>M - Wat betekent een festival voor jou? R: Mensen blij maken</p>	<p>Omdat het een mini vakantie is geworden.</p>	<p>ik denk ook dat als je wilt overleven als festival dat je een meerdaagse evenement moet worden. Omdat het een mini vakantie is</p>	<p>Bij een meerdaagsfestival heb je een grotere zorg.</p>
<p>A festival means making people happy</p>	<p>It has become a mini holiday</p>	<p>If you want to survive, you need to become a multiple days festival. Because of the mini holiday</p>	<p>You have more responsibilities with more days</p>

<p>Je weet gewoon dat ze bij evenementen drank gebruikt en drugs gebruikt. Dus dat is ook zo.</p> <p><b>Alcohol and drugs are a responsibility</b></p>	<p>Je verdient ook aan een camping. Het is ook een business model.</p> <p><b>A camping is also a business model</b></p>	<p>En de diversiteit die er is ook qua spiritualiteit en qua food gaan ze die diepte in. Het is niet plat. Heel veel festivals zijn gewoon plat</p> <p><b>Diversity is important. A lot of festivals are flat.</b></p>	<p>wat ik mooi zou vinden is de digitale ontwikkeling die je nu hebt. Daar zou ik wel een onderdeel van zou willen zijn. Dat zou ik wel heel mooi vinden. Er vindt echt een transitie plaats van de munten naar digitaal betalen en dat gaat nog veel verder, de fan beleving en hun op je platform houden.</p> <p><b>There is a digital transition. For example, the transition from coins to cashless</b></p>
<p>"M - Moet je innoveren? M - Moet je innoveren? R - Ja M - Wat gebeurd er als je het niet doet? R - Dan zie je je bezoekersaantal teruglopen. Degenen die niet innoveren die zie je ook verdwijnen."</p> <p><b>If you don't innovate, you will see your visitor number decrease.</b></p>	<p>ik denk dat het nu heel groot en massaal is en ik denk dat dat nu toch weer wat kleinere wordt.</p> <p><b>We will go from huge festivals to more intimacy</b></p>	<p>Dat je bepaalde muziekstromingen krijgen binnen de dance en dat wordt dan cool. Electronische muziek die blijft.</p> <p><b>The electronic music will stay, but you will get more trends</b></p>	<p>Dat is ook iets dat blijft, gitaarmuziek. En zo blijft elektronische muziek ook.</p> <p><b>Just as guitar music, electronic music will keep existing</b></p>
<p>De kwaliteitsfestivals zijn bezig met hoe zoiets veranderd. Er veranderen continu dingen.</p> <p><b>The high-quality festivals are always busy with how things change.</b></p>	<p>En je ziet nu de nieuwe generatie opstaan en die gaan het langzaam van ons overnemen. Mensen zoals jij. Mensen die nu tussen de 20-30 zit, die zijn over 10 jaar de baas.</p> <p><b>The new generation will be boss in 10 years.</b></p>	<p>Sustainability dat er automatisch in zit. Wij zijn dat in gaan voeren, de nieuwe generatie voert dat niet meer in dat is een way of life.</p> <p><b>Sustainability is common for the new generation. A way of life.</b></p>	<p>"M - Wat zijn daarbinnen dan de verduurzamingen? R - afvalscheiding, keuze in plastic, verwerking van plastic."</p> <p><b>sustainable innovations currently are garbage, plastics and processing of both</b></p>
<p>Een uitdaging is dat NL wel heel vol wordt en dat de regulering steeds stringenter wordt. En dat we steeds met meer mensen komen. Er zijn steeds minder plekken waar je niet voor overlast zorgt. In Amsterdam is dat zeker een probleem.</p> <p><b>NL is getting full and there are more rules. There are less places that don't cause noise disturbance. It is a problem in Amsterdam</b></p>	<p>Je moet het niet zien als een last, maar je bent zelf ook overlast van de maatschappij en je wilt zelf ook dat het goed geregeld is</p> <p><b>It is not a burden. You are part of the society and you want it to be fixed properly</b></p>	<p>Het hangt er ook vanaf wie er aan het roer staan. Binnen de gemeente Amsterdam heb je ook de wisseling van de wacht gekregen. Groeninks is daar nu aan de macht dus dan wordt er een andere route gevolgd.</p> <p><b>Depends on which party is in power currently. A green party will be different than a right party.</b></p>	<p>Het is genoeg (aantal festivals). Het wordt gewoon overlast en dan word je een irritatiebron.</p> <p><b>There are too much festivals. They become an irritation</b></p>
<p>"M - Wat gaan uitdagingen zijn voor de toekomst? R - Plekken vinden om evenementen te organiseren. Waar je het voor de bezoeker leuk maakt en waar je het voor de omgeving leuk maakt."</p> <p><b>A challenge is to find places to organise events, so both the visitor and environment is happy</b></p>	<p>Het meest ideale terrein is dat het niet alleen een vlak weiland terrein is, maar ook iets dat een ziel heeft, dat je geloongen hebt en mooie valieën hebt. Dat je aanrindingen hebt. Ja en dat je geen overlast bent.</p> <p><b>The most ideal site is a place with a soul, with roads and no disturbance</b></p>	<p>"M - Steken jullie ook effectief tijd in om de buurt te laten accepteren dat jullie er zijn? R - Ja heel veel, informatie avonden, mensen erbij betrekken, rondleidingen op het terrein, dat ze zien wat we doen."</p> <p><b>Energy is put into informing the citizens that you are here.</b></p>	<p>Ik heb wel eens bij een raadsvergadering gezeten en daar komen alleen de bewoners die klagen en dan kun je nog zo mooi verhaal houden maar als ze tegen zijn dan zijn ze tegen</p> <p><b>If people are against you, they will stay against you most of the times</b></p>

<p>Wat steeds beter gaat maar nog niet goed genoeg is het sustainable maken van de evenementen.</p> <p><b>It becomes better, but the sustainability of events is not good enough yet</b></p>	<p>"M - Waarom is dat belangrijk? R - Heel hard nodig om een mooier wereld te behouden en dat door te geven aan de nieuwe generatie. Maar dat kost ook geld."</p> <p><b>Maintaining a beautiful world needs a more sustainable approach, but this costs money</b></p>	<p>"M - Kan daar volgens jou direct iets aan gedaan worden en op welke manier? R - Ja, met steun vanuit de overheid. Wij zijn voor de overheid ook een platform naar alleen al 7 miljoen jongeren. En die jongeren kun je door middel van een evenement een sustainable gedachte meegeven en dat gebeurd nu veel te weinig."</p> <p><b>The government can help create a platform for festivals to influence the younger generation to become more sustainable</b></p>	<p>"M - Wat ook in het nieuws is is de stikstof wet. Hoe heeft dat invloed op festivals? R - Dat is alleen het parkeren, de auto's. Wij hebben aggregaten, maar daar zie je wel een omslag in plaatsvinden. Die kant op, daar ga je energie neutraal die kant op. Deels draaien ze op biodiesel maar je ziet ook de batterij komen en vaste stroompunten."</p> <p><b>the nitrogen law has influence on transportation and aggregaten. Green energy and batteries will help</b></p>
<p>"M - Is het al mogelijk om een groot festival te laten draaien op groene energie? R - Ja, dat is mogelijk alleen dat gebeurd nog niet omdat het ook een stuk duurer is."</p> <p><b>It is possible to run a big festival green energy, but it is expensive</b></p>	<p>"M - Ervaren jullie overlast van het drugsgebruik? R - Als support groep niet. Maar als het wat meer uit de illegaliteit wordt gehaald. We mogen nu geen drugs testen, geen etc, als dat wel zou mogen dan zou je als snel minder problemen hebben."</p> <p><b>If drugs are taken out of the illegality, it will become saver and you will have less problems</b></p>	<p>men is veel bewuster van het eten.</p> <p><b>People are more aware of their food</b></p>	<p>En kritischer geworden. We hebben ze heel erg verward en je moet echt wel voor een stukje beleving zorgen.</p> <p><b>People are spoiled and critical. They expect a certain kind of experience.</b></p>
<p>Als een evenement heel sustainable is, maar je favoriete bandje staat daar niet te spelen dan zal je er daardoor niet naartoe gaan omdat het sustainable is, maar ik denk wel dat het steeds belangrijker wordt.</p> <p><b>If a festival is sustainable, but your favorite band doesn't play there, you won't go.</b></p>	<p>ik denk dat het intimer wordt. Dat het massale weg gaat, dat er ook een stukje intimité bij komt. Dat moet nog meer.</p> <p><b>It will become more intimate.</b></p>	<p>Het is dus nu 9 jaar veel meer mainstream geworden. Voor ons natuurlijk ook wel een gevaar, dat het wel belangrijk is dat je blijft vernieuwen en dat je niet opeens verdrinkt</p> <p><b>After 9 years, we have become more mainstream. It is a risk, you should innovate and not drown</b></p>	<p>je ik denk dat dat serieuze wil te maken heeft met de economische crisis. Volgens mij had iedereen, of je nou slager of banker was, iedereen had het gevoel van hier is iets heel erg gebeurd en dat voelt ons allemaal. En wat is eigenlijk mijn rol en waarom doe ik dit eigenlijk?</p> <p><b>During the economic crisis, everyone was wondering what was their role and why do they this? Something bad has happened and it affects us all</b></p>
<p>Maar dat hele programma door zo'n dag heen proberen wij wel heel divers en dynamisch te maken en dat zit hem in allemaal details, weet ik veel, zoals muziek en andere zaken eromheen.</p> <p><b>The entire program is diverse and dynamic. It is all in the details</b></p>	<p>Hij geeft een soort live gevoel mee.</p> <p><b>It gives a sort of live feeling</b></p>	<p>wij brengen mensen bij elkaar</p> <p><b>We bring people together</b></p>	<p>vrij snel kwamen wij erachter, van ja, je moet ook gewoon wat meer leveren. En dat zit hem in de ervaring.</p> <p><b>We noticed that we have to deliver more. It is in the experience</b></p>
<p>En dan waait het heel snel weer weg (over het effect van een evenement)</p> <p><b>The effect goes away quite soon after the event</b></p>	<p>, ook we gaan ook iets doen. Met die reden hebben wij naast het evenement ook een challenge programma opgezet. Dat is heel belangrijk een nieuwe stap voor ons geweest. Dat geeft ons heel veel handvatten om projecten op te zetten en werkelijk het verschil te maken.</p> <p><b>An important new step was the challenge project, so we can really make a difference and are a topic throughout the year</b></p>	<p>Voorbeeld is toen we begonnen had je meteen door dat buitenlanders kwamen of sprekers waren of bezoekers die meteen tegen mij zeiden 'oe je moet dit ook bij ons doen want het is zo belangrijk dat je een promotor bent voor een andere manier van kijken naar design en creatie e</p> <p><b>Foreigners mentioned 'you should do this at our place', you can be a promotor for you goal</b></p>	<p>Volgens mij zijn heel veel ontwerpers al daar en zijn ze klaar, maar is de omgeving dat een stuk minder.</p> <p><b>The designers are ready, but the environment is not yet</b></p>

<p>We kunnen hier in NL eigenlijk veel meer de diepte in. Je bent daar iets meer de pastoor die aan het preken is.</p> <p><b>In NL you can go more in depth.</b></p>	<p>we begonnen natuurlijk als iets algemener. We wilden gewoon graag laten zien dat design ook een belangrijke factor is voor maatschappelijke verandering. In de loop der jaren is het een stuk specifieker gemaakt.</p> <p><b>We started more general and we became more specific</b></p>	<p>het hangt ook heel veel van de actualiteit af</p> <p><b>It depends on the current situation</b></p>	<p>"Je bedoelt de bergen waar we tegenop zien?" M - Ja, nou misschien of die er nu al zijn. R - Het klinkt heel cliché, maar het gaat dan vooral om geld en organisatie. Dat zijn gewoon de grootste dingen.</p> <p><b>Challenges are money and organisation. If you grow quick, your organisation changes</b></p>
<p>Toch zou het misschien slim zijn om dat iets beter te doen, maar dat zijn we niet en het gaat om maatschappelijke vraagstukken en ik wil niet dat dat vertaalt naar geld. En we zijn heel erg afhankelijk van subsidies met geld en stichtingen en organisaties die ons eigenlijk zouden willen steunen.</p> <p><b>We are very depended on our funds, since we are not in it for the money. That does not fit the social goals</b></p>	<p>De conferentie kan op een festival conferentie een heel belangrijke groep gaat vormen. En daaromheen ook pop up exposities in.</p> <p><b>A conference can be an important aspect of a festival</b></p>	<p>In de inhoud sterker was geweest zou ik ook wel willen uitbreiden.</p> <p><b>If the content was stronger, we would want to expand as well</b></p>	<p>Business to business.</p> <p><b>Business to business is different from business to consumer</b></p>
<p>Bent op een eiland en je staat tussen de naaldbomen. Een te gekke plek.</p> <p><b>An island with nature makes it very special</b></p>	<p>Het gaat niet alleen om de inhoud het gaat ook hoe je met elkaar meegemaakt. Dat ook unieke ervaring optevert en daarmee ook Bevorderlijk is voor. Een potentiële samenleving</p> <p><b>It is not only about the content, but how you experience it with each other. It is unique and positive for the society</b></p>	<p>het kaf van het koren gescheiden.</p> <p><b>Survival of the fittest</b></p>	<p>"De afgelopen 5,6 jaar is er een lobby gekomen voor pop. Oproep om festivals op te nemen in de financierings structuur."</p> <p><b>Their has been a call to lobby for the pop-sector in the financial structure of the government</b></p>
<p>Dat zijn interne risico's, vergunningen die heel laat afgegeven worden, externe invloeden van wet en regelgeving, zoals met zo'n stikstof besluit en zoals je net al zei de invloed van omwonende voor het wel of niet afgeven van vergunningen en daarmee naar de rechter stappen</p> <p><b>You have big internal risks (law, permits, complaining citizens)</b></p>	<p>Maar ook met risico's op het gebied van weer, programmering. Dat is wel de belangrijkste.</p> <p><b>You have big external risks (weather, program). These are the most important</b></p>	<p>Dat al die directeurs ook zeggen dat in de live muziek industrie is, dat je hele business value wordt bepaald door welke artiesten je hebt staan.</p> <p><b>Live music determines your entire business value</b></p>	<p>Maar het feit blijft is dat als je geen artiesten er hebt staan, dan komt er ook niemand. Dus dat is de belangrijkste factor in je hele business, maar ook een extreme onzekere.</p> <p><b>If you don't have artists playing at your festival, no one will come. The most important factor, but also the most unsure</b></p>
<p>Er zijn directeurs die zeggen als ik 10% invloed heb zelf op wat er op mijn festival staat dan is dat veel. Omdat eigenlijk alleen de artiesten en het management, een artiest bepaald zelf wanneer hij toert. Dus je krijgt actie aangeboden voor het seizoen en daar moet je het mee doen</p> <p><b>If you have an influence of 10% on your programming, that is already big. Artists and agencies determine themselves whether they will play</b></p>	<p>Je kunt op weer opzich niet anticiperen. Een oud hiphop festival zei dat op het moment dat het komende zomer echt klotte weer is dan is de kans groot dat we failliet zijn.</p> <p><b>You can't anticipate on weather, only have insurance for it. If the weather sucks, you can go bankrupt</b></p>	<p>Dat is ook het probleem met de vergunning, dat ze meestal pas een week voor het festival de vergunning krijgen. Dan hebben we soms al een half miljoen uitgegeven. En dan komt hij eigenlijk altijd wel rond, maar het zal eens een keer niet gebeuren.</p> <p><b>The problem with the permits is that you get them a few days before the festival, when you have already spend a lot of money. If that goes wrong your are bankrupt</b></p>	<p>het voordeel voor hun is dat het een Mojo productie was en zij hebben genoeg vet op de boten.</p> <p><b>They had a benefit with Mojo, since they have a lot of money to encounter a setback</b></p>

<p>Niet alle risico's zijn te voorzien, maar de omstandigheden die je wel van tevoren kunt regelen zoals op tijd een vergunning en een goede verzekering, dat is eigenlijk ook niet op orde.</p> <p><b>You can't anticipate on everything, but some things can be taken care of and that is not always the case yet</b></p>	<p>het idee idee van festivals past heel erg bij deze vroeibare tijden waarin alles flexibel is. I</p> <p><b>Festivals fit to your current flexible lifestyle</b></p>	<p>Iets wat komt en weer gaat en heel tijdelijk is en heel erg in het moment is. Maar als je kijkt naar de vergunningen wat van de gemeente komen die in dat hele ambtelijke apparaat tot stand komen, volgens mij kan het hele systeem van vergunningen de snelheid van dit systeem niet bijbenen.</p> <p><b>It is in the moment and temporary. The system of permits cant keep up with this quick world yet</b></p>	<p>Hoe kan het nou dat organisatoren 8, 9 maanden van tevoren een vergunning aanvragen en het dan pas een week van tevoren krijgen, of zelfs 3 dagen erna.</p> <p><b>How is it possible that you get your permit 3 days before the festivals, when the application was 9 months before</b></p>
<p>Ook voor WTTV is het ieder jaar weer een gezeik terwijl het ieder jaar hetzelfde is, ik knap ook niet bij festivals die al 20/30 jaar bestaan waarom die niet een meerjarig vergunning wordt afgegeven.</p> <p><b>It is always a struggle, even if the festivals does the same thing for many years</b></p>	<p>Volgens mij is de conclusie dat het een heel snel geprofessionaliseerde industrie is, waar het vroeger hobbysme was, maar het is in '15 jaar zo extreem geprofessionaliseerd en gegroeid maar de hele context eromheen is daar niet in meegegaan. En dan krijg je een hele rara risicovolle situatie</p> <p><b>The industry has professionalized very quick. The context did not change with it yet. This causes risks.</b></p>	<p>Festivals zijn gedemocratiseerd. Waar het vroeger voor een hele beperkte groep in de samenleving was, het was voor vrij links georiënteerde hippies, mensen waren vroeger tussen de 16 en 30 en nu is het zo gedemocratiseerd dat iedereen naar een festival gaat. Niet alleen alle leeftijden maar ook alle segmenten in de samenleving.</p> <p><b>Festivals are democratised. They are for everyone now.</b></p>	<p>Dus je ziet op allerlei vlakken dat het bezetten van festivals door heel de samenleving nu veranderd is</p> <p><b>Visiting festivals is anchored throughout society.</b></p>
<p>Dat is een praktische reden voor de groei en ten tweede dat het heel erg uit deze samenleving past.</p> <p><b>Festivals fit in the current society</b></p>	<p>Mensen hebben het idee dat ze op een festival iets gaan beleven dat eenmalig en uniek is.</p> <p><b>People have the feeling that they are going to experience something that is unique and only one time</b></p>	<p>Het is een tijd van overvloed, kennis is beschikbaar, muziek via spotify, films via netflix. Het enige wat altijd schaars blijft is tijd en we hebben nog steeds maar 24 uur in een dag. Relatief in deze tijd is tijd een van de meest schaarse elementen in onze samenleving en mensen willen vooral tijdsgebonden beleven</p> <p><b>We live in a time of abundance. Only time is still valuable. You want to live bound by time</b></p>	<p>De plaats en tijd gebondenheid geeft het heel erg veel waarde. 'ik kan hier nu iets beleven want niet meteen herproduceerbaar is.'</p> <p><b>Bounded by time and place makes it valuable. You cant reproduce it</b></p>
<p>een heel open festival beleid gemaakt en nu zie dat de grote steden daarop terug komen. Want Amsterdam is gewoon vol qua festivals. De grens is bereikt van wat wij aankunnen als stad. Dus we gaan dat aantal weer proberen terug te brengen. Na 15 jaar groei zie je nu die groei weer afnemen.</p> <p><b>Cities come back to the open festival policy. Cities are full and the limit has been reached.</b></p>	<p>Het is qua aantallen aan het afvallen. Het zal nog wel wat afnemen, maar het is vooral een kwaliteitslag. Ik denk vooral dat de goede festivals, een stabiele basis overblijft. Dat de avonturiers nu aan het afvallen is</p> <p><b>The amount of festivals is declining. It will be a quality improvement</b></p>	<p>De media belt wel eens met de vraag of het nu aan het instorten is, maar dat is helemaal niet het geval denk ik. En het past vanuit het consumenten perspectief heel erg bij de samenleving. Alleen het stimuleringsbeleid vanuit steden is nu voorbij.</p> <p><b>Festivals fit to our society, but cities don't encourage it anymore</b></p>	<p>Er zijn heel veel 13 in een dozijn festivals. Die zullen verdwijnen.</p> <p><b>There are to many the same festivals. These will disappear</b></p>
<p>v. Je ziet in veel sectoren dat uiteindelijk alles een soort van overgenomen wordt door de grote partijen en ik hoop dat in die festival scene er ook wel een goede indie scene blijft zijn het onafhankelijke organisatoren en ik denk dat daar ook wel een markt voor is eigenlijk.</p> <p><b>In every sector, big companies take over. It might happen to the festival scene as well, but there is also a market for alternative music.</b></p>	<p>dat mensen niet zo snel laten leiden door dingen als duurzaamheid.</p> <p><b>People are not influenced by things as sustainability</b></p>	<p>Als je kijkt naar de attitude van mensen dan zegt iedereen ik ben duurzaam en vleegschaarte. Maar als je gaat kijken naar het gedrag dan is dat niet zo dat mensen zich direct naar hun attitude gedragen.</p> <p><b>Everyone is aware of sustainability, but they don't act on it right away</b></p>	<p>Als je puur kijkt naar gedrag denk ik gewoon dat mensen heel graag naar festivals zouden willen</p> <p><b>People just really want to go to festivals</b></p>

<p>En externe factor die daar wel een rol bij speelt is de economie en als die weer instort komend jaren dan gaan mensen wel weer minder geld uitgeven aan bijvoorbeeld festivals.</p> <p><b>If the economy collapses again, people will start spending less money on festivals</b></p>	<p>Ik heb nu het idee dat de programmering heel belangrijk is in het kopen van een kaartje en dat de beleving op het festivals zelf de programmering minder van belang is.</p> <p><b>The line-up is important when buying a ticket. During the festivals the experience is more important</b></p>	<p>Vandaag is een relaxte dag en dan hoeven we nog niks te zien. Het gaat om de belevings en samen zijn.</p> <p><b>It is about the experience and being together</b></p>	<p>Je zou kunnen zeggen dat de live muziek industrie tot 15 jaar geleden voor 70% bij poppodia lag en nu is dat helemaal omgedraaid. Die hele ontwikkeling, wat heeft dat betekend voor de podia? Is dat externe concurrentie of co-evolutie? En dat laatste blijkt het geveel te zijn.</p> <p><b>In comparison to 15 years ago, the live music industry is for a big part at the festivals. But, there is a co-evolution between festivals and podia</b></p>
<p>Amerikaanse onderzoekers hebben ontdekt dat op het moment dat er meer muziek is gestreamd de inkomsten ook zijn gestegen in live muziek</p> <p><b>When more music is streamed, the profit in live music increases</b></p>	<p>Mensen willen in alle opzichten overleefd, maar je krijgt er ook alleen maar keuzestress van. De prikkel en spanning van je mist eigenlijk altijd veel meer dan wat je meemaakt en dat je eigenlijk altijd moet kiezen.</p> <p><b>People want abundance in every way. It gives you choice stress and you always miss something.</b></p>	<p>Mensen willen toch het idee hebben dat ze erbij zijn geweest ofzo.</p> <p><b>They want to have the feeling that they have been there.</b></p>	<p>Dat is die kracht van het moment, real life real time, echt zijn.</p> <p><b>The power if the moment, being there, is important</b></p>
<p>De programmering. Er is een keihard gevecht en iedereen wil dezelfde artiesten. En dat is een soort vyer naar iedereen uit vst en die vyer is niet groter geworden, want het aantal artiesten wat iedereen wil hebben wordt niet groter, maar het aantal visers in die vyer is heel erg toegenomen en dat betekent dat de concurrentie tussen de visers steeds groter wordt.</p> <p><b>Everyone wants the same artist. The competition is huge. To many people want the same artist.</b></p>	<p>En concreet een van de grootste bedreigingen die in de festivalindustrie op dit moment genoemd worden zijn die exclusiviteit deals. Dat is in toenemende mate een probleem.</p> <p><b>The exclusivity deals are the most important danger for the festival industry right now.</b></p>	<p>Dus dat is een truc om die extreme concurrentie slag te winnen en met name de partijen die veel geld hebben die kunnen dat. En als ik dan zo'n directeur spreek van WTTV die heeft daar echt last van.</p> <p><b>Companies with a lot of money can win from the competition in the battle for artists. Small festivals are affected by it</b></p>	<p>die zeggen we moeten 1 a 2 headliners hebben die iedereen wel herkent en een hitje hebben gehad en die krijgen wij bijna niet meer voor de budgetten die we hebben.</p> <p><b>We need some headliner, but we can't afford them anymore</b></p>
<p>Want zolang festivals uitverkocht zijn zijn mensen bijbaan bereid om dat geld ervoor te betalen.</p> <p><b>As long as festivals are sold out, people are willing to pay for it</b></p>	<p>Maar ja goed, het einde is ook wel in zicht en ik hoor ook wel gewoon festivals afhaken en ja ik ga gewoon niet 8 ton betalen voor een headliner en als ik dat wil doen dan moet ik mijn entreeprijs zo gaan verhogen en dat wil ik mijn bezoekers niet aandoen</p> <p><b>The end in near of the increasing prices. You see festivals dropping out because of the artist fees</b></p>	<p>ik heb artiest A &amp; B samen op het podium staan en dat is iets heel unieks en dat doen ze normaal samen nooit. En dan kun je je daarmee onderscheiden.</p> <p><b>Festivals try to distinguish themselves by collabs or other ways to make an exclusive concert</b></p>	<p>WTTV ook wel een pionier omdat ze ooit met het idee begonnen van we gaan een festival organiseren en we stellen bijvoorbeeld maatschappelijke thema's aan de kaak.</p> <p><b>They started to address social problems and therefore they were pioneers</b></p>
<p>t dat er een soort schiffing plaatsvindt en dat is denk ik goed en heel natuurlijk na de extreme groei. En ik denk dat de goeie grote festivals overleven en de boetiek festivals. Die kleinschalige belevingsfestivals.</p> <p><b>The big festivals and the boutique festivals will survive. A sorting will take place</b></p>	<p>En dat binnen die groep wel steeds meer gezocht wordt naar hoe kunnen we nou naar onze bezoekers exclusiviteit bieden of iets unieks bieden ofwel in programmering of in aankleding of in de combinatie van beide.</p> <p><b>How can we offer the visitor something unique in programming or decoration or both</b></p>	<p>ik zie het niet als een hype die op eens verdwijnt en juist omdat het publiek ook ouder wordt en je zult ook wel meer nostalgische festivals zien komen.</p> <p><b>It is not a trend that will disappear because the public gets older. You will start seeing more different festivals, such as nostalgia festivals</b></p>	<p>ik zie festivals als een soort verzamel plek van de gelijkgestemde zielen.</p> <p><b>Festivals are a meetingplace for like-minded people</b></p>

<p>het is independent muziek die ook al lang niet meer zo independent is als dat het twintig jaar geleden was maar toch een beetje links van het midden progressieve popmuziek</p> <p><b>Independent music is not nearly independent music anymore. It is more progressive popmusic.</b></p>	<p>als een soort stad die je bouwt. Vergelijk het met een alternatief soort Las Vegas of relatief soort Disneyland.</p> <p><b>It is like building a city, compare it to las vegas</b></p>	<p>ik denk dat de zogenaamde individualisering van de samenleving en de ontzorging van de samenleving, dat mensen zich onder andere onder andere hoedjes verzamelen en dat is voor altijd al zo geweest. De hoeveelheid festivals die er nu zijn is ten koste gegaan bijvoorbeeld van hele grote discotheken en je had vroeger in heel Nederland 200 enorme discotheken waar iedereen op een brommerje naar toe reed.</p> <p><b>Because of the individualization, people start to spread under different heads. This has always been the case, only now festivals are more popular and 15 years ago it were the clubs. The amount did not change</b></p>	<p>er zijn de festivals voor in de plaats gekomen</p> <p><b>Festivals have taken the place of other music venues</b></p>
<p>Dus die eerste generatie popfestival al die bestaan zijn echt instituten geworden. ik denk dat die, omdat ze aangekoken zijn op de grote agencies een grote beweging in de muziekindustrie, want zo is het gewoon, het is een industrie, dat die wel zullen blijven bestaan.</p> <p><b>The first generation festivals have become institutes, belonging to big companies. The music industry will maintain, so will these festivals because it is an industry</b></p>	<p>We denken dat het goed is om die trend te profileren maar dan komen de grote jongens als Lowlands en Pinkpop. En die pikken gewoon de krenten uit de pap en trekken bestaansrecht van zo klein festival onderuit.</p> <p><b>Having a trend is good. But then come the big festivals and they remove the right to exist for the smaller festivals</b></p>	<p>ik denk dat je gewoon altijd iets kunt beginnen. Juist aan de onderkant waar de grote scene nog zijn grip niet op heeft, die buiten de grote agencies.</p> <p><b>You can always start something, there is a big scene at the bottom where agencies have no control over yet</b></p>	<p>het zijn gewoon de Front Runners en dat zie je ook met heel veel dance festivals die doen het 5 jaar, 10 jaar, doen ze het goed en dan veranderen ze niet met de trend mee want ze zijn zo minima</p> <p><b>The frontrunners are doing great for a couple of years. Then they don't change with it and they disappear</b></p>
<p>dan denk ik het is weer another Ugly festival noem ik dat gewoon, omdat het gewoon allemaal volgens dezelfde formule is.</p> <p><b>It is another ugly festivals. It is all the same.</b></p>	<p>het komt eigenlijk in plaats van een korte vakantie naar een stad of een plek en alles wat op Lowlands gebeurt interesseert me</p> <p><b>Festivals come instead of a short holiday to a city</b></p>	<p>maar de jonge cultuur die gaat zo snel dat dat een lang plan of wat je ooit zou willen doen meestal niet zo zinvol is. ik heb ook geen beleidsplan of een beleidsvisie die ik op papier zet daar wil ik gewoon helemaal niet aanhouden worden, gewoon mijn neus achterna met het festival en met de mensen die ik daarvoor moet zoeken nu zie je dat er wat gebeurt</p> <p><b>The young culture is changing so fast that a long term plan does not make sense. Just follow your nose</b></p>	<p>Jij bent het en als jij naar Burning Man komt dan moet jij iets verzinnen wat voor een ander interessant is en geld zoveel geen rol want je geeft en misschien krijg je over een paar dagen krijg je iets terug, en dat vind ik een heel interessante bevindhouding en ook een heel interessante gedachte om daar een festival op te baseren.</p> <p><b>If you come to burning man, you needs to come up with something interesting and you will get something interesting back for it. It is an interesting lifestyle.</b></p>
<p>Maar goed, nu zie je gewoon dat de poeiers die 100 miljoen teveel hebben gewoon 3 miljoen staan op een evenementje als Burning, dus hele hoerengasten worden overgevlogen, die hebben de gedachte wat minder denk ik, maar de gedachte was goed.</p> <p><b>Now you see the rich guys taking advantage of it and they don't have the same thought as the original thoughts were.</b></p>	<p>laten we terug gaan naar de basis en dat was een soort woodstock van een nieuw soort muziek.</p> <p><b>Lets get back to the basic of a festival: woodstock</b></p>	<p>Er was meer dan alleen maar muziek was meer een lifestyle festival</p> <p><b>It is more than music, it was a lifestyle</b></p>	<p>die hadden het best over de foodline up en over dat we dichtbij van he, dat doen we al jaren. Maar goed, zij kregen daar toch zoveel pers meer er zijn toch ook best mee. Het was alsof zij het hadden uitgevonden</p> <p><b>They were talking about something we had been doing for years, as if they were the first to do it. They got all the attention with it.</b></p>
<p>Maar als je drie dagen op een festival bent dan moet je een ander soort comfort aanbieden en dan moet je een ander soort kwaliteit aanbieden.</p> <p><b>If you are on a festival for multiple days, you have to offer more comfort and more quality</b></p>	<p>Het doel is denk ik toch, aan de ene kant dat het een financieel gezond bedrijf is, anders kan het niet bestaan, aan de andere kant meer inhoudelijk is het doel uiteindelijk toch gewoon zinsbegoocheling.</p> <p><b>the goal is also to be financially healthy, otherwise it can't exist. The other goal is sense delusion (experience)</b></p>	<p>Je wilt gewoon dat mensen drie dagen lang in een andere wereld zijn en in 'A camping flight to paradise', het woord paradise dat neem ik zelf heel letterlijk. Jij maakt gewoon je eigen alternatieve wereld of je eigen parallelle universum voor die dagen en hoor dat mensen in vrede en saamhorigheid met elkaar daar een fantastische tijd hebben.</p> <p><b>You want people to be in another world for three days. You want people to live in peace and togetherness</b></p>	<p>He, het bedrijf Mogo Concerts is bezig om kleine bandjes een platform te geven zodat ze door kunnen groeien naar grotere. Het is dus ook zakelijk, en zit een heel zakelijk systeem achter. Maar het graspe van popmuziek en populair is natuurlijk dat het zakelijk en het creatieve en het cultureel met elkaar door elkaar heen loopt.</p> <p><b>The big company behind us tries to give small bands a platform. So it is also business and a strategic choice. Creative and business is mixing</b></p>

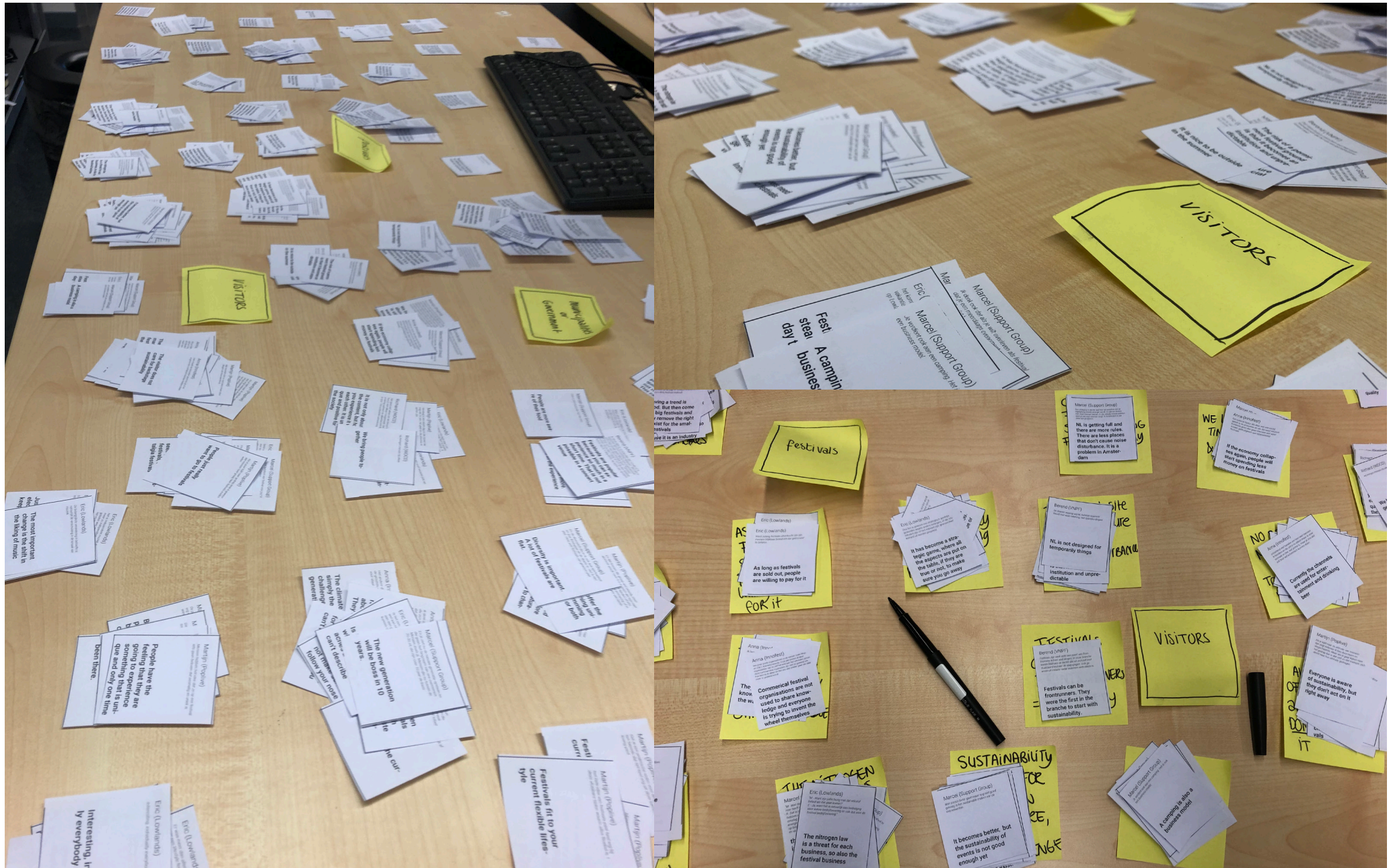


<p>Het is een wereld waar je amper subsidie krijgt, misschien de kleine zoals TFOVO wel, maar wij krijgen geen cent en toch deden al die cultureel aan, dat soort theater, literatuur, film. Waar alle andere mensen veel subsidie krijgen, krijgen wij dat niet omdat we een commercieel bedrijf zijn.</p> <p><b>Small festivals get funds, big commercial festivals don't get it. But you want to maintain the same kind of quality as one with funds.</b></p>	<p>want hoe vaak je eigenlijk dingen waar anderen subsidie voor nodig hebben, toch zo aantrekkelijk dat het niet nodig is.</p> <p><b>How do you make things that you normally get funds for, attractive so you don't need one</b></p>	<p>Een festival als LL daar gaan gewoon vele miljoenen in om en vele miljoenen voordat er iemand een kaart heeft dus ja één jaar verkeerd doen dan is LL in principe failliet dus. Dus ja, je moet wel.</p> <p><b>If you do it wrong for one year, you can get bankrupt</b></p>	<p>Maar heel veel wat je doet is gebaseerd op van 'Als ik het leuk vind zullen meer mensen het leuk vinden.'</p> <p><b>If I like it, more people will like it</b></p>
<p>Interesting, individually everybody the same</p> <p><b>Interesting, individual-ly everybody the same</b></p>	<p>De belangrijkste verandering in behoefte is natuurlijk de verschuiving in de smaak van muziek.</p> <p><b>The most important change is the shift in the liking of music</b></p>	<p>En het doel van Lowlands is gewoon meegaan met de muziek. We willen gewoon dat festival zijn wat niet misschien de aller prieste trends oppakt, maar misschien wel een klein beetje, maar zo gauw het ietsje groter wordt willen we daar bij zijn</p> <p><b>The goals of lowlands is to go with the music trends. We want to stay on the trends</b></p>	<p>En je merkt gewoon een generatiekloof.</p> <p><b>You notice a generati-on gap</b></p>
<p>Je ziet ongehoofdijk veel ouders met hun kinderen naar een festival gaan. Dus in die zin zijn het wel vrienden, maar qua smaak en gevoel en waar je ziet en dat is echt totaal totaal anders.</p> <p><b>Parents and children are going to festivals together. They both like it, but there taste and needs are completely different</b></p>	<p>Is het een goed muzikaal? nee, maar het slaat wel aan het slaat wel enorm aan en het raakt aan een gevoel waar heel veel mensen niet bij kunnen omdat ze gewoon vijftig zijn.</p> <p><b>Is it good musical wise? No. But it reaches a feeling we can't describe</b></p>	<p>De grootste uitdagingen zijn dat de concurrentiestrijd tussen op wereldniveau zegmaar, zo groot aan het worden is dat je dat soort hyper kapitalisme hebt.</p> <p><b>The biggest challenges are with artist on a world level. It is a kind of hyper kapitalism.</b></p>	<p>Oost-Europa is geopend. Azië is geopend dus er is maar één radiohead.</p> <p><b>Eastern Europe and Asia have opened. And there is only one Radiohead.</b></p>
<p>Er zijn altijd gekken die honderdduizend euro meer willen betalen voor een act, omdat ze denken 'daar staat m'n velde vof'. Dat is de grootste bedreiging. De kaart-prijzen gaan gewoon klandor omhoog en daar wordt enorm over geklaagd. En dan krijgen wij als organisator de schuld van, maar het is de schuld van de artiesten zelf die gewoon zeggen wij spelen alleen de plek waar ik het meest kan verdienen.</p> <p><b>There are always people who want to pay more, because then my festival site is full. Therefore, the ticket prices increase and we get the blame. But it is the fault of the artist.</b></p>	<p>als er natuurlijk zo'n krapte op de arbeidsmarkt is, dan gaat een uitloot een euro omhoog of zo. En dat voel je natuurlijk ook in de prijzen, maar niet in de mate waarin dat met artiesten het geval is.</p> <p><b>You feel the shortage in the labor market a little bit, but not as much as the increasing prices for artists</b></p>	<p>Zolang ik in deze business zit zeggen mensen dat is een bedreiging. En het gaat gewoon door en er komen steeds meer festivals.</p> <p><b>As long as I am in this business, prices are a thread. But there are still new festivals popping up</b></p>	<p>Dus we moeten ons ook realiseren dat het geld op dit moment in de westerse wereld gewoon tegen de plinten klot.</p> <p><b>Money in the Western world is there current-ly in an abundance.</b></p>
<p>Kijk, hoe lager mijn kaartprijs hoe minder risico.</p> <p><b>The lower my ticket price, the lower my risks</b></p>	<p>En dus er is maar één manier om te overleven en dat is het meegaan in de stroom, hoe naar dat ook af en toe is. Hoe chagrinig ik ook af en toe word van die agencies in Engeland en in Amerikaanse, die zijn nog het ergst. Ze beginnen gewoon met die headlines, ja dat is gewoon 1,3 miljoen en dan zeg ik van 'wat?' vorig jaar was het 500.000. Dat is wat ik noem het hyper kapitalistische systeem.</p> <p><b>The only way to survive is to follow the stream, otherwise I won't get any artists.</b></p>	<p>Wij hebben al 20 jaar daar een vergunning natuurlijk en zolang wij zijn aan de voorwaarden houden is dat prima. Maar als je ook nieuw overname met vergoeden nu, we hebben dat gehad met Ellen op 'Tanzelberg', ja dat is gewoon. Uitsluitend dat het goed karmen en de rechter zou uitspraak toeh van ja, het komt niet goed is dus dat zijn enorme risico's die je verdient.</p> <p><b>We have a permit for 28 years, and if we stick to those terms we will be fine. But for new festivals, you are not sure anymore until the final day.</b></p>	<p>We weten nu al dat we mogelijk tegen dezelfde stralingsbalken aanlopen en dan zijn we eigenlijk alweer te laat om te programmeren. Dus dan ja je moet een jaar eerder kijken en dan weet je gewoon dat de tegenstanders die kunnen dat ze weten dat het niet meent dat je weer moet gaan programmeren en dat je te dan weer laat bent en dat ze dan weer twee dagen voor het festival de nek omstraken.</p> <p><b>We will stumble against the same challenges next year. Opponents just wait for the final moment to make sure we go away.</b></p>

<p>Dus het is gewoon een strategisch spelletje geworden waarin andere belangen, of die nou relevant zijn of niet relevant zijn, gewoon heel keihard uit worden gespeeld.</p> <p><b>It has become a strategic game, where all the aspects are put on the table, if they are true or not, to make sure you go away</b></p>	<p>"M - Want zijn jullie bezig met dat stikstof beleid als dat gaat komen?" E- Ja, want het is natuurlijk een bedreiging voor iedere bedrijfsvoering en ook dus voor de festival bedrijfsvoering."</p> <p><b>The nitrogen law is a threat for each business, so also the festival business</b></p>	<p>Dan zijn er vijf acts interessant zijn waar we geen plek voor hebben en die niet in augustus komen of die niet op een NSU passen en dan zetten we een podium neer in het Goffert Park of het Malleveld of het Stadspark in Groningen en dan verzinzen we wel wat. Dat is heel pragmatisch.</p> <p><b>If we have acts that can't play on our current festivals, then we come up with something new. Very pragmatic</b></p>	<p>Ja want daar is niks. Groningen wil heel graag. Er wordt al jaren wordt er getrokken. We hebben ook The Rolling Stones gedaan en Tina Turner en alle drie provincies liepen uit. Dus er is wel potentieel alleen er is weinig wat er georganiseerd wordt.</p> <p><b>Yes because there is nothing there, but they really want to. There is a lot of potential, because nothing is organised in Groningen</b></p>
<p>Die mensen hebben er weer hele andere belang-namelijk dat de zondag rust is. Zaterdag om 12 uur gaat de telefoon bij de politie.</p> <p><b>The people who complain have other concerns, such a Sundays as a rest day.</b></p>	<p>Er loopt nu een rechtszaak tegen de verandering van onze vergunning. Ze zeggen dat ze hun bed uit trillen en als je meet, als je dat feitelijk meet, dan is het amper te meten.</p> <p><b>There is now a lawsuit going against us for the change of our permit. It is about noise disturbance, but if you measure it you don't notice anything</b></p>	<p>We zitten ruim binnen de geluidsnorm. We weten nu al dat het winnen. Op de klacht die er nu is. Maar het is gewoon tijd rekken en kosten maken.</p> <p><b>We are ok, we already know we are going to win. It is just making costs and taking time</b></p>	<p>De stok waarmee geslagen kan worden wordt mee geslagen. Daar moet je gewoon vanuit gaan, of het nou waar is of niet waar is.</p> <p><b>Everything that can be used against you will be used against you. Whether it is true or not.</b></p>
<p>Ja, er zijn altijd een paar die blijven boos. Dus je kunt een hele goede relatie hebben met je omgeving zoals dat bij LL hebben. Maar ik denk wel dat er langzaam maar lang een irritatie grens bereikt wordt. We worden natuurlijk in een van de drukst stichtsbekichte gebieden van de wereld.</p> <p><b>There are always a few who will stay mad. You can have a good relation with your environment, but in NL we have reached a irritation limit because we are so densy populated</b></p>	<p>Het is natuurlijk leuk om buiten te staan als het zomer is.</p> <p><b>It is nice to be outside in the summer</b></p>	<p>Dat gezeik lep zo hoog op en ik krijg zoveel maatregelen dat met dezelfde energie kan ik beter ergens zijn dat ik echt opgegaan ben en heb gezegd, meneer de wethouder, allemaal leuk en aardig wat u allemaal wil maar ik doe het niet, ik kom hier nooit meer terug, dag</p> <p><b>The whining ran high and it costs me too much energy, so I left and I told the councilor that I can't deal with all his requirements</b></p>	<p>productie innovaties dus. Hoe wek je is groep om. Wat doe je met je vulnis. Dat soort innovaties zitten we bovenop.</p> <p><b>Production innovation is important. How do you get current, where do you leave the waste water. Those kind of innovations</b></p>
<p>Kostenbesparing en duurzaamheid kunnen best samengaan. Maar overgloed, vaak moet je wat meer kosten begin nemen en dan verdienen je het later terug. In een groot bedrijf als mojo concert's, die zoveel doet kan dat heel interessant zijn om eerder wat kosten te nemen dan je hele keten te verbeteren.</p> <p><b>Cost saving and sustainability can best go together. You do have to invest in the first few years</b></p>	<p>want mensen raken gehecht aan dingen maar niet voordat ze verzigt raken moet je zeggen van ja dat doen we niet meer. En dan komt er gekiaag over en dan hoor je dat in het nieuws.</p> <p><b>People get attached to things. And before they become saturated you need to change it.</b></p>	<p>Want we moeten om de drie of om de vijf jaar moeten we gewoon andere dingen hebben. Om het fris te houden en om dingen anders te doen dan ze eerst deden.</p> <p><b>Every 3 years we need to change things to keep it fresh.</b></p>	<p>Je moet goed kijken wat er gebeurt in de humuslaag, gewoon overal kijken. Wat zijn er nieuwe ontwikkelingen en hoe kan je die inpakken met een strik en erom en zeggen dit is de nieuwe trend</p> <p><b>You need to look at the humuslayer. Just look everywhere. What are the developments and how can you sell them as a new trend.</b></p>
<p>Ik denk dat ze zo populair zijn omdat je in beperkte tijd heel veel kan beleven. Stel dat je veel naar podia gaat dat je een zogenaamde heavy user van live-muziek bent. Hoeveel shows zie je dan? Stuk of 12? Op een festival kun je dat in 1 dag doen, bij wijze van spreken.</p> <p><b>Festivals are popular because you can experience so much in a short time. That is not possible in a concert venue</b></p>	<p>allemaal mensen die op zoek zijn naar nostalgie</p> <p><b>Older people are looking for nostalgia</b></p>	<p>omdat ze eigenlijk het hele genre-idea aan het verlaten zijn. Ze kijken alleen naar "is dit oorspronkelijk? of avontuurlijk? doet het iets met mij?" Zelf het mij op het verkeerde been? is het relevant?"</p> <p><b>They got rid of the genre-idea. They look at weather it surprises people, whether it is adventurous</b></p>	<p>Ze zetten dingen neer waarvan mensen denken: 'shit dit moet ik ook doen'. Soort eye-opener.</p> <p><b>It should be an eye opener</b></p>

<p><i>Nou kijk, er is schaarste. Dat geldt voor de tickets maar ook voor de organisator. Welke acts zijn er op dat moment beschikbaar?</i></p> <p><b>There is scarcity in the amount of artists available</b></p>	<p><i>En iedereen wil die hoofdact hebben.</i></p> <p><b>Everyone want the same headliner</b></p>	<p><i>"En zou je wat kunnen vertellen over de nog niet bestaande stikstofwetgeving? Hoe gaat dat een rol spelen voor festivals? En wat voor gevolgen dat heeft. B - GDEIE! Geen flauw idee."</i></p> <p><b>We don't know what the nitrogen law will hold for us</b></p>	<p><i>Festivals zijn vaak echt een soort van frontrunners in heel veel dingen. In onze branche waren festivals de eerste die uit zichzelf met duurzaamheid aan de slag gingen. Ook gewoon uit irritatie nadat iedereen vertrokken is.</i></p> <p><b>Festivals can be frontrunners. They were the first in the branche to start with sustainability.</b></p>
<p><i>Maar dat is wel heel anekdotisch soms. Dat een BKS die dan die weilanden gebruikt voor parkeerplaatsen. Die boer werkt eraan mee. En voordat het festival begint, maait hij het gras. Nu moet je een bedrijf laten onderzoeken of er weidevallen zitten te broeden daar. Terwijl als een boer gewoon zijn gras maait hoeft hij dat ook niet te doen.</i></p> <p><b>The rules for festivals are different than for other branches when it includes the same aspects/conditions (a meadow f.e.)</b></p>	<p><i>De manier waarop wij NL hebben ingericht houdt niet vaak rekening met tijdelijke dingen.</i></p> <p><b>NL is not designed for temporarily things</b></p>	<p><i>Het ging om het uitvragen van een evenementenvergunning en er werd een systeem ontwikkelt.</i></p> <p><b>A system had been developed for the permits. It has been a trial but it failed because of fear.</b></p>	<p><i>Wij merken dat het overall anders gebeurde en dat je ook ieder jaar weer opnieuw moest beginnen. Dus als je BKS organiseert, heb je je vergunning gekregen en het jaar erop moet je weer dat hele ding weer doen.</i></p> <p><b>You need to start over each year when applying for a permit. Even if you are doing the same for many years.</b></p>
<p><i>Berend (NL)</i></p> <p><i>En dat gaat erover dat iedereen in de volksmond tegen bureaucratie is, maar iedereen die oplossingen verzint meewerkt aan een grote en meer bureaucratie. En ik denk dat dat wel een rol speelt. Denk dat men bang is zijn positie te verliezen.</i></p> <p><b>Everyone is against bureaucracy, but when it comes to it they are afraid losing their jobs</b></p>	<p><i>Berend (NL)</i></p> <p><i>Dat risico loop je misschien wel met vaste festivalterreinen dat het iets van geïnstitutionaliseerd raakt</i></p> <p><b>The risk of a permanent festival ground is that it becomes an institution and unpredictable</b></p>	<p><i>Berend (NL)</i></p> <p><i>"Klopt het dat je je er niet tegen kunt verzekeren? B - Dat kan wel, maar het is duur."</i></p> <p><b>You can have an insurance for bad weather, it just costs a lot of money.</b></p>	<p><i>Berend (NL)</i></p> <p><i>door een lobby van oerol had hij een slecht weer fonds opgericht, en daar moesten wij heel hard om lachen want daar kun je je gewoon tegen verzekeren.</i></p> <p><b>The bad weather fund has been set up. It is a joke since you can just have an insurance for it.</b></p>

# Appendix 6 - Clustering insights



PERMIT & S ON TIME

they stay  
nst you, they  
do everything  
ir power to  
you leave

The perfect site  
is in the nature  
with roads.  
AND NO DISTURBANCE

NO BETTER  
MARKETING  
TOOL  
TO ACTIVATE  
VISITORS

FESTIVALS  
ARE NOW FOR  
EVERYONE.

FESTIVALS  
CAN BE  
FRONT RUNNERS

VISITORS

AWARENESS  
OF sustainability  
among visitors.  
DON'T ACT LIKE

VISITORS

NO BETTER  
MARKETING  
TOOL  
TO ACTIVATE  
VISITORS

Like-minded  
people  
celebrating  
together

EXPERIENCE  
SOMETHING  
UNIQUE &  
ONLY NOW

IT FITS  
THE CURRENT  
FLEXIBLE &  
FAST WORLD

you have to offer  
more comfort  
& more quality  
→ high expectations

AS LONG AS  
FESTIVALS ARE  
SOLD OUT,  
people are  
willing to pay  
FOR IT

DIVERSITY &  
ABUNDANCE  
OF EXPERIENCES  
is popular

A FESTIVAL  
IS A MINI  
HOLIDAY

FESTIVALS  
ARE NOW FOR  
EVERYONE.

Generation  
GAP:  
changing young  
culture is  
the future

AWARENESS  
OF sustainability  
among visitors.  
DON'T ACT LIKE  
IT

BIGGEST  
CHANGE IS  
THE SHIFT  
IN MUSIC TASTE

FESTIVALS ARE  
NOT A TREND.  
IT IS A  
LIFESTYLE

Municipalities  
or  
Government

too much  
festivals  
RESULT:  
IRRITATION

THE NITROGEN  
EMISSION LAWS  
WILL HAVE  
IMPLICATIONS  
FOR FESTIVALS

WE LIVE IN A  
TIME OF ABUNDANCE  
& ECONOMIC  
GROWTH

(smaller)  
Festivals  
depend often  
ON FUNDS

CITIES ARE  
FULL AND  
START KEEPING  
FESTIVALS AWAY

if they stay  
against you, they  
will do everything  
in their power to  
have you leave

The perfect site  
is in the nature  
with roads.  
AND NO DISTURBANCE

HANDS-ON, BUT  
NOT STRATEGIC.  
QUICK LEARNING  
CYCLE

THE WEATHER  
IS A RISK

SMALL PARTIES  
BECOME  
COMMERCIAL

Festivals

Alcohol &  
DRUGS ARE A  
RISK &  
RESPONSIBILITY

DOES IT  
FIT YOUR DNA?  
ARE ORGANISATIONS  
WILLING TO  
CHANGE?

SUSTAINABILITY  
IS A MUST FOR  
SURVIVAL IN  
THE FUTURE,  
BUT IT IS A  
CHALLENGE

HAVING A BIG  
MOTHER COMPANY  
INCREASES  
SURVIVAL  
CHANCES

Quickly  
professionalized  
industry.  
REST DID NOT  
CHANGE WITH  
IT

BIG UNCERTAINTY  
IS WHETHER  
YOU GET A  
PERMIT & IF IT  
IS ON TIME

FESTIVALS  
CAN BE  
FRONT RUNNERS  
= MINI SOCIETY

MUSIC INDUSTRY  
DID NOT CHANGE,  
CLUBS HAVE  
BECOME  
FESTIVALS

HOW TO USE  
THAT ACTIVIST  
POSITION?  
WHAT SHOULD  
BE DONE?

HUGE → INTIMATE  
↳ why? age?

LOOK AT THE  
TRENDS:  
• DIGITAL TRANSITION  
• SUSTAINABILITY

TOO MUCH  
OF THE SAME.  
AMOUNT OF FESTIVALS  
DECLINING

NO ARTISTS  
= NO  
FESTIVAL/  
VISITORS

FESTIVALS  
DON'T WORK  
TOGETHER/  
SHARE KNOWLEDGE

ONE MISTAKE  
AND YOU  
ARE GONE  
• LACK OF  
INNOVATION

BE FINANCIALLY  
WEALTHY  
= GOAL

BOOKING YOUR  
LINE-UP IS HUGE  
CHALLENGE.  
HUGE  
COMPETITION

COMPLICATED  
AS BUILDING  
A CITY.

# Appendix 7 - Interview guide visitors

---

Nederlandse vragen

*English questions*

## Interview Guide - Visitors

### Sub-questions

- Kind of festivals - Naar welke festivals ga je?
- Why festivals - Waarom ga je naar festivals? Wat zoek je in een festival?
- Pros & Cons - Wat vind je er leuk/minder leuk aan?
- Future roadblocks - Wat zou voor jou een reden zijn om er niet meer naartoe te gaan?
- Needs & Wishes - Wat mis je bij een festival?
- Customer Journey

### Introduction

<personal introduction of the project>

Naam, interesses, opleiding etc - zou je iets over jezelf kunnen vertellen?

*Could you tell me something about yourself?*

Naar welke festivals ben je afgelopen jaren geweest? *To what festivals have you been over the last couple of years?*

Welke was het leukste? *Which one was the most fun?*

Waarom? *Why?*

### Kind of festivals

- Wat betekent een festival voor jou? *What does a festival mean for you?*
- Naar wat voor een soort festival ga je? *To what kind of festivals do you go?*
- Ga je liever naar eendaagse festivals of meerdaagse? *Why?*
- *Do you prefer a multiple day or one day festival? Why?*
- Waarom denk je dat festivals zo populair zijn? *Why do you think*

*festivals are so popular?*

- Als je 1 festival mocht uitkiezen overal ter wereld waar je nog een keer naartoe zou mogen gaan, welke is dat dan? En waarom? *If you could choose one festival in the world where you can go to? Which one would that be? And why?*
- Met wie ga je naar een festival? *With whom do you go to a festival? Why?*
- Spelen drugs een grote rol op festivals waar jij komt? Wat is je mening daarover? *Do drugs play a big role at the festivals you go to? What is your opinion of it?*

### Why festivals

- Waarom ga je naar festivals? *Why do you visit festivals?*
- Welk festival vind jij het leukste? *What do you like most about festivals? Why?*
- Wat zoek je in een festival? Wat is voor jou belangrijk? *What do you seek at a festival? What is important to you?*
- Naar welke ervaring ben je op zoek? *What kind of experience are you looking for? Why?*
- Wat heeft een festival voor jou sowieso nodig? *What does a festival definitely need? Why?*
- Naar welk festival zou je nooit gaan? *To what festival would you never go to? Why?*
- Hoe kies jij een festival? *How do you choose a festival?*

### Pros & Cons

- Wat vind je leuk aan een festival? *What do you like about a festival? Why?*
- Wat vind je minder leuk of vervelend aan een festival? Is dit iets waardoor je er niet meer naartoe zou gaan? Zo ja, waarom? *Why do you dislike about a festival? Is this something why you would stop visit a festival? Why?*

---

### (Future) Roadblocks

- Wat zou voor jou een reden zijn om niet meer naar een festival te gaan? *Waarom? What would be a reason for you to stop going to a specific festival? Why?*
- Wat zou je voor jou een reden zijn om voor een specifiek festival te kiezen? *Waarom? What would be a reason for you to choose for a specific festival? Why?*

### Needs & wishes (now and future)

- Wat mis je in festivals? *Waarom? What do you currently miss in a festival? Why?*
- Wat zou je graag zien? *Waarom? Hoe zou je ideale festival eruit zien? What would you like to see at a festival? Why? How would your ideal festival look like?*
- Heb je zelf wel eens overlast van festivals? *Zo ja, wat vind je er vervelend aan? Do you encounter any disturbance from festivals? If so, what do you dislike about it?*
- Wat is je mening over de hoeveelheid festivals die er op dit moment zijn? *What is your opinion on the current number of festivals?*
- Hoe zou een festival er over 10 jaar moeten uitzien volgens jou? *What should a festival look like in ten years?*

### Customer Journey

#### Before

- Wat doe je allemaal voorafgaand aan een festival? *Welke stappen loop je door? What do you prior to a festival? What steps do you go through?*
- Hoe ervaar je dit? *How do you experience this?*

#### During (one day or multiple day festival. Interviewee choses)

- Je komt aan op het festival.. *Waarmee ga je normaal gesproken naar een festival? Werkt dat voor jou? You are arriving at the festival... With what vehicle do you normally go to a festival? How does that work for you?*
- Wat doe je vanaf dan? *What do you do after that?*
- Hoe voel jij je daarbij? *How do you feel about that?*
- Wat zou je graag anders zien? *What would you like to see different?*

#### After

- Je loopt weer door de uitgang, en dan? *You are leaving again through the exit... what then?*
- Zijn er nog dingen die je aan het eind doet? *Are there other things you do at the end?*
- Welke gevoel hou je over aan het eind van het festival? *With what kind of feeling are you left at the end of the festival?*
- Hoe zou deze ervaring beter voor je kunnen zijn? *How can this experience be improved?*
- Wat zou idealiter je customer journey zijn? *What would your ideal customer journey look like?*

# Appendix 8: Personas

---

Falk (2009) describes five identity-related motivations for going to a museum or cultural activity:

## Explorer

The explorer is a visitor that seeks new discoveries and have a general interest. They want to explore and discover, interest in everything the place has to offer.

## Facilitator

These are visitors who are 'socially motivated'. They want to have a social experience with their group.

## Experience seeker

These visitors want to experience everything and see the site as 'an important destination'. They are the group who say 'look at me, I have done this'.

## Hobbyist/Professionals

This group is closely related to the program, having a job within the context or are highly passionate about its content. They visit for the lineup.

## Recharger

The recharger is a visitor that seeks an experience that recharges themselves and gives new energy. They seek a 'moment away' and find balance.

Bowen and Daniels (2005) describe four important clusters for festival motivations:

## Just being social

Bowen and Daniels describe these clusters as a group of people how are mostly interested in the other aspects of a festival, neglecting the musical aspects. They just want to have a good time, be social and focus more on the ancillary activities. They score lowest on all the motivational dimensions.

## Enrichment over music

This group of visitors wants to experience new things and discover. This can either be cultural, communal, personal renewal or knowledge. They also don't pay a lot of attention to the music and focus on the experience.

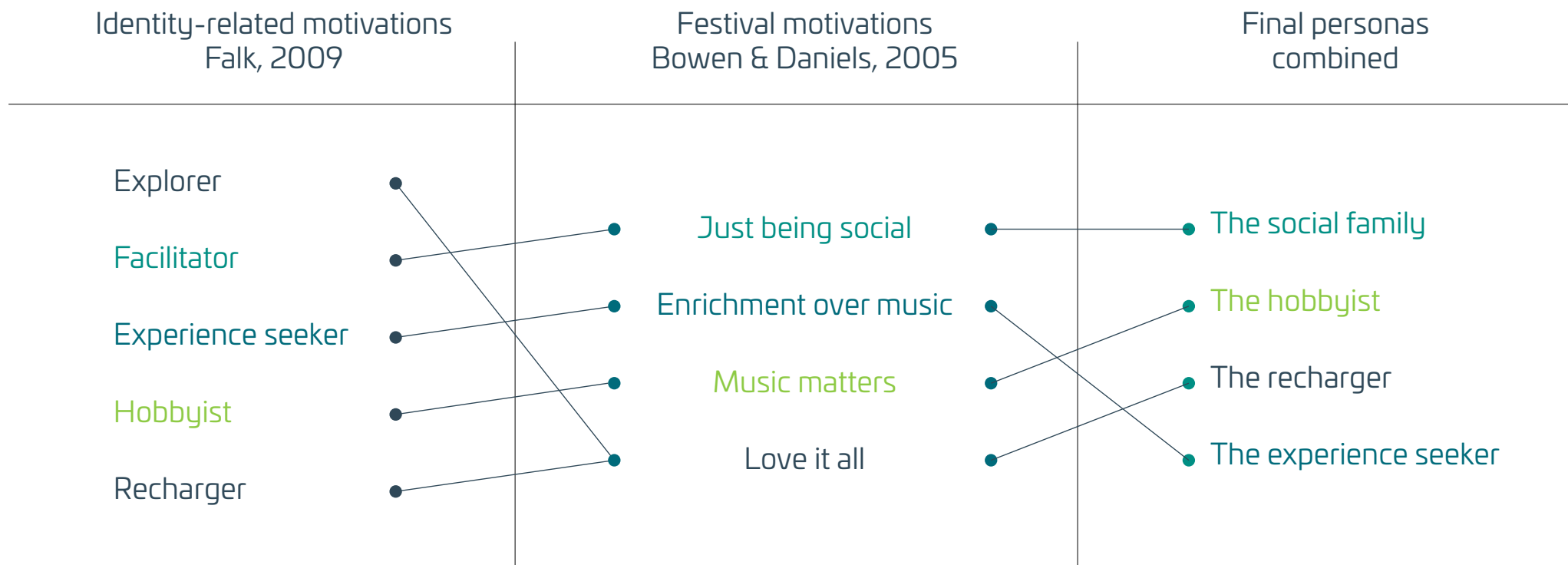
## Music matters

This group of visitors actually visit the festival for its lineup.

## Love it all










These visitors literally 'love it all' since they scored highest in all segments. They seem to like every aspect of the festival and focus on the 'wide-ranging appeal'. They seek a day of entertainment.

These motivations are combined together with insights from the interviews with visitors. Together, they create four final personas with shared needs. How they are linked can be seen on p.35. The names of the personas are based on existing names for motivations or characteristics.





# Appendix 9 - Customer Journey

Weekend festival	Before						During		
Activity	Deciding on going to a festival	Buying tickets	Checking program and making a schedule	Packing your bag	Travelling to the festival	Entering the festival	Setting up camp	Visiting the festival	
<b>Actions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Friends tell me about a festival</li> <li>- Decide whether to go</li> <li>- Check website for programming and prices</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Set the date for when tickets go online or check Ticketswap for tickets</li> <li>- Buy tickets online from a website</li> <li>- Pay with online banking</li> <li>- Receive digital ticket</li> <li>- Put it in my agenda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Check line-up and listen to it on Spotify or youtube</li> <li>- Select must sees</li> <li>- Check schedule</li> <li>- Share must sees with friends</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Check needed equipment</li> <li>- Buy when needed</li> <li>- Check the weather</li> <li>- Decide on who brings what</li> <li>- Buy food</li> <li>- Pack it strategically so it can be carried for a while</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Check transportation schedule</li> <li>- Public transport: check 9292 and whether they have a festival bus</li> <li>- Car: check if you should buy parking tickets and how far it is</li> <li>- Carry everything to the vehicle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wait in line for the entrance</li> <li>- Get a festival bracelet</li> <li>- Get your bag checked</li> <li>- Get a map and garbage bag</li> <li>- Carry bags to the camping</li> <li>- We had fun!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Find a camping spot</li> <li>- Set up camp</li> <li>- Grab a beer and something to eat from what you brought</li> <li>- Buy coins</li> <li>- Walk around and discover area</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Go through festival entrance</li> <li>- get checked</li> <li>- Walk around</li> <li>- visit cool activities</li> <li>- Get a beer</li> <li>- the camping (festival)</li> <li>- Go to toilet</li> <li>- Relax a bit</li> </ul>	
<b>Emotions</b>	 <p>Nice to make plans with friends</p>	 <p>Everything set, write in agenda</p>	 <p>pre-fun</p>	 <p>getting excited</p>	 <p>Hassle with carrying and full busses</p>	 <p>Getting the bracelet Wait in crowded line for hours</p>	 <p>Getting in line for expensive coins Carry to the grounds</p>	 <p>Finding a spot Getting in line for dirty toilets, crowded area</p>	 <p>Costs a lot of money</p>
<b>Experiences</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nice to plan activities with friends</li> <li>- Getting excited for the idea</li> <li>- Getting excited about the line-up</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Setting an alarm to buy tickets feels as an extra experience</li> <li>- Tickets are very expensive</li> <li>- Always a chance of getting an extra ticket on Ticket Swap. Also easier to get rid of your ticket.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pre-fun can start by checking line-up and making a schedule.</li> <li>- Listening and discovering new music</li> <li>- Share your excitement with friends</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Getting groceries that are useful for a festival takes time but is fun</li> <li>- Buying extra equipment costs again money</li> <li>- Checking the weather 100x a day to see what you should bring. All part of fun preparation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- You have to carry a lot of luggage a long way</li> <li>- Not nice that the transport is crowded and takes a lot of time</li> <li>- Tired and irritated before being there</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stand in a big crowd of people. not in line, for hour(s).</li> <li>- Nice to get your special bracelet</li> <li>- Hopefully you get all your groceries and equipment through security</li> <li>- Carry everything to the campsite is a lot of work</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- The campings are crowded and finding a spot is hard</li> <li>- You want the best spot</li> <li>- Getting in, again, a long line for the expensive coins</li> <li>- Grab a warm beer is not nice, but part of the experience</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- The expensive important get away</li> <li>- You have to see and do</li> <li>- The toilet you have a lot</li> <li>- The food expensive</li> </ul>	
<b>Opportunities</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Give the visitor other reasons to go to your festival beforehand, instead of line-up and friends. What else is important to them?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- What can be done about the ticket price? Can you make people understand why everything is so expensive?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- How can this fun be enhanced even more?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- What should they bring and what is the best way to transport it?</li> <li>- Can you help them on the campsite so they have to carry less?</li> <li>- Pick-up service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- How can the travelling time be decreased?</li> <li>- How can you decrease the waiting time?</li> <li>- Can you ease the carrying of stuff?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Can you ease the carrying of stuff?</li> <li>- Can the line become less crowded and long?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Can you ease the carrying of stuff?</li> <li>- How do you know the best place to go? Is there still a spot?</li> <li>- How do you get your own stuff cold without electricity?</li> <li>- Get coins less expensive</li> <li>- Transparency</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- How to get away</li> <li>- How to get everything expensive</li> <li>- How to route inc moment</li> <li>- How to get optimal f away</li> </ul>	

		After		
Attending the festival	Pack everything	Travelling home	Unpack bag	Check photo's and video's
<p>through the entrance and</p> <p>around the area, concerts and other</p> <p>beer or food (at site or</p> <p>the toilet and dance</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pack up tent and equipment</li> <li>- Throw garbage away</li> <li>- Get everything ready and walk to the exit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Find the festival bus to the train station or find your car</li> <li>- Carry everything to it</li> <li>- Wait in line for the bus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unpack your bag</li> <li>- Wash all the dirty laundry</li> <li>- Sleep early</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Check for photo's online</li> <li>- See aftermovie</li> <li>- Check your own photo's and video's</li> <li>- Share it with friends</li> </ul>
<p>festival grounds program</p>	<p>Tired and a lot to do</p>	<p>After-fun</p>		
<p>Has to be done, but with good memories</p>				
<p>experience is</p> <p>at, you want to</p> <p>ve to choose</p> <p>all the things to do</p> <p>ets are dirty and to wait in line a</p> <p>d is great but e</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- It needs to be done.</li> <li>- Want to leave it behind clean or let everything behind on the campsite. What do you take home? You want to carry as less as possible home.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hassle to carry everything home when you're tired.</li> <li>- Takes a lot of time to get home</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Get extra sleep because you're exhausted from the weekend</li> <li>- Everything needs to be cleaned, everything is dirty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sharing memories and pictures afterwards is fun</li> <li>- Realize what a great time you've had</li> <li>- High peak end</li> <li>- Everything is online fast</li> <li>- Exciting to find yourself or a friend in the photo's.</li> </ul>
<p>keep the lines</p> <p>make</p> <p>ng less</p> <p>e</p> <p>find the perfect</p> <p>luding relax</p> <p>s</p> <p>gain the</p> <p>eeling of getting</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- How to ease the packing of stuff</li> <li>- How to make sure people don't leave everything behind</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- How can the travelling time be decreased?</li> <li>- How can you decrease the waiting time?</li> <li>- Can you ease the carrying of stuff?</li> </ul>		

# Appendix 10 - Trends per DEPEST

## Demographic

### ◇ 25% of the Dutch population will be 65+ (development)

The Dutch population will remain to grow. The population will be older, due to aging. This means that the number of elderly increases and becomes a bigger part of the society than before. On the opposite, there will be less people who want to have a child and families will become smaller.

Prognose: 18 miljoen inwoners in 2029. (2018). Retrieved from <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/51/prognose-18-miljoen-inwoners-in-2029>

### ◇ More elderly than youngsters (4.2 vs. 3.8) (development)

As a result of the aging population, there will be less children than elderly.

Prognose: 18 miljoen inwoners in 2029. (2018). Retrieved from <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/51/prognose-18-miljoen-inwoners-in-2029>

### ◇ The Netherlands is densely populated (development)

With an increasing population, the density will increase as well. More people will live on a smaller amount of space. Urbanism enhances this

Prognose: 18 miljoen inwoners in 2029. (2018). Retrieved from <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/51/prognose-18-miljoen-inwoners-in-2029>

Sterke groei in steden en randgemeenten verwacht. (2019). Retrieved from <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/37/sterke-groei-in-steden-en-randgemeenten-verwacht>

### ◇ 2/3 of the population growth will be due to migration, multicultural grows (trend)

Since more people immigrate to the Netherlands than emigrate, the growth of the population will be due to migration.

Prognose: 18 miljoen inwoners in 2029. (2018). Retrieved from <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/51/prognose-18-miljoen-inwoners-in-2029>

### ◇ Urbanization increases in bigger cities (trend)

The 'randstad' will increase to grow, same as the bigger cities in other provinces. Living in cities becomes more attractive and due to the aging population, less people move or die.

Sterke groei in steden en randgemeenten verwacht. (2019). Retrieved from <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/37/sterke-groei-in-steden-en-randgemeenten-verwacht>

### ◇ Globalization decreases (development)

Globalization will decrease due to a lack in confidence and trust between countries. The tensions between big economies like India, China and the USA increases and working together becomes less naturally.

Nederland in 2030 en 2050. Twee referentiescenario's. (2015). Retrieved from [https://www.wlo2015.nl/wp-content/uploads/PBL\\_2015\\_WLO\\_Nederland-in-2030-en-2050\\_1558.pdf](https://www.wlo2015.nl/wp-content/uploads/PBL_2015_WLO_Nederland-in-2030-en-2050_1558.pdf)

## Ecological

### ◇ Because of the Brexit, there is a reduced mobility of artists (development)

Closing borders causes people having to apply for a visa. Increasing tensions between countries makes it forbidden for some people to travel to certain countries. With England leaving the EU, it becomes harder for the artists to travel to and from England. The position of England in the music industry will therefore change.

What effect would Brexit have on free movement?. Retrieved from <https://ukandeu.ac.uk/fact-figures/what-effect-would-brexit-have-on-free-movement/>

### ◇ Number of people travelling by train increases (trend)

Due to a changing environment, where fossil fuels disappear, urbanisation increases and traffic jams become more of a problem in the urban areas, more people will travel by the 'green' train. The train network will maintain to develop itself, connecting rural areas to the cities. Innovation causes trains and public transport to become faster than cars.

ProRail verwacht in 2030 tot 45% meer reizigers per trein. (2018). Retrieved from <https://www.treinreiziger.nl/prorail-verwacht-in-2030-tot-45-meer-reizigers-per-trein/>

### ◇ Number of people owning a car decreases (trend)

The new generation that is working, values owning a car (materialisation) less than the previous generations. Shared cars will become more popular and replace most of the cars owned by individuals.

By 2030, the transport sector will require 138 million fewer cars in Europe and the US. (2018). Retrieved from <https://www.pwc.com/sk/en/current-press-releases/by-2030-transport-sector-will-require-138-million-fewer-cars.html>

---

### ◇ An economic crisis is upon us, causing a decrease in buying power (trend)

As scientist predict, an economic crisis is upon us. Whether this will happen in two years or ten years, the effect of it will still be noticeable in 2030. People will have less money to spend and more people will be unemployed.

Economen zien signalen van naderende recessie: 'Wellicht eind volgend jaar'. (2019). Retrieved from <https://nos.nl/artikel/2310081-economen-zien-signalen-van-naderende-recessie-wellicht-eind-volgend-jaar.html>

### ◇ Sharing economy increases, materialistic mindset decreases (trend)

The sharing economy will be one of the driving forces behind the developments and environment of 2030. Since the generation of millenials now have become the working class group, they will determine most of the developments.

Benson-Armer, R., Noble, S., & Thiel, A. (2015). The consumer sector in 2030: Trends and questions to consider [Ebook]. McKinsey&Company. Retrieved from [http://prospectiva.eu/blog/doc/The\\_consumer\\_sector\\_in\\_2030.pdf](http://prospectiva.eu/blog/doc/The_consumer_sector_in_2030.pdf)

## Political

### ◇ Nitrogen emission laws have an effect on industries (development)

In 2030, every industry will have felt the effect of the nitrogen emission laws. The government has taken action on the damaged nature by preventing tasks that have a high pollution. Every industry has to apply for a permit that includes the amount of emissions that is emitted. Some industries have therefore strongly declined, for example the construction sector and agriculture.

<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/aanpak-stikstof>  
<https://insights.abnamro.nl/2019/08/stikstof-uitspraak-kost-bouwsector-komende-vijf-jaar-14-miljard-omzet/>

### ◇ Soft drugs will not be legalized (development)

For years, there has been a discussion about the legalization of soft drugs. In 2021, the first steps towards legalization will be made by a trial conducted by the Netherlands. This trial will entail ten municipalities that will sell controlled and legal weed. The prediction is that this trial won't be of success since the black market will. To give an example: if a supermarket will only sell Jupiler beer, people will start looking for other options on the black market. The same will happen with this new

weed trial. Due to this, the trial will be cancelled and the discussion about legalizing drugs and controlling the supply will be off the table again.

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/absolute-voorwaarde-is-dat-de-productie-en-levering-van-cannabis-buiten-het-criminele-circuit-gebeuren~bed4e24c/>

### ◇ Diesel cars are abandoned from Amsterdam (development)

Amsterdam will abandon gasoline and diesel cars in 2030, due to the amount of pollution. It is said that people living in Amsterdam live a year less than other Dutch citizens due to the pollution. Abandoning cars is the first step towards a clean and emissions free living environment.

<https://nos.nl/artikel/2282977-amsterdam-wil-benzine-en-dieselauto-s-verbieden-in-2030.html>

### ◇ Sustainable Development Goals are redefined (trend)

The SDG are meant to be reached in 2030. These goals are quite challenging, trying to reduce hunger and poverty. In ten years time, the SDG will need to be redefined in order to have them actually work, otherwise they will disappear.

### ◇ 'Omgevingswet' fully active (state)

The expectation is that the omgevingswet will be active at 2021. Even if this will be delayed, the omgevingswet will be fully active by 2030, meaning that different projects will be adjusted to one another. This will resolve in a more coherent living environment. As the Rijksoverheid describes, the law 'will make it possible to solve local problems'. They focus on creating a valuable living environment, make climate adaptation possible, create strong and healthy cities or regions and have the ability to be ready for the future. Every business, industry or city will have to add in order to keep reach the vision of the Omgevingswet.

<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/omgevingswet>

## Economic

### ◇ Nitrogen emissions are decreased actively (development)

Due to climate change and adjusted regulations/laws, the nitrogen emissions are decreased. This is one of the steps taken to fight the warming up of our planet.

<https://www.rivm.nl/stikstof>

### ◇ More awareness for nature preservation (development)

Climate change makes us become more aware our surroundings and nature. The number of tiles in our urban areas cause problems and more care goes to improving our surroundings. Nature preservation is one way of tackling this increasing awareness.

<https://www.natuurenmilieu.nl/themas/mobiliteit/onze-visie-mobiliteit/>  
<https://www.natuurmonumenten.nl/natuurvisie>  
[https://res.cloudinary.com/natuurmonumenten/raw/upload/v1543910781/2018-12/Visie-Natuurmonumenten-op-natuur-en-landschap-in-2040\\_0.pdf](https://res.cloudinary.com/natuurmonumenten/raw/upload/v1543910781/2018-12/Visie-Natuurmonumenten-op-natuur-en-landschap-in-2040_0.pdf)

### ◇ Fewer methane emissions (development)

Next to reducing nitrogen emissions, every kind of emission will have to decrease in order to fight global warming. Therefore, methane emissions will have to decrease as well. Nature preservation will cause more trees and decrease in cattle breeding less cows emitting methane.

<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/37/lagere-broeikasgasuitstoot>  
<https://www.knmi.nl/kennis-en-datacentrum/uitleg/broeikasgas-methaan>

### ◇ Lobby for increasing biodiversity (trend)

Since we don't feel that more awareness for nature preservation is sufficient enough, the Netherlands starts a lobby of increasing the biodiversity as well. Due to the increasing density and urbanization the Netherlands are decreasing its biodiversity of plants and animals (state).

<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/natuur-en-biodiversiteit/beleid-voor-natuur-en-biodiversiteit>  
[https://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/biodiversity\\_2020/2020%20Biodiversity%20Factsheet\\_NL.pdf](https://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/biodiversity_2020/2020%20Biodiversity%20Factsheet_NL.pdf)

### ◇ Decrease of fossil fuels (state)

The fossil fuels are decreasing and this will remain to decrease until they are gone.

<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/duurzame-energie/toekomst-fossiele-brandstoffen>

### ◇ Decrease of cattle breeding (development)

To fight emissions, farms have to change and this includes the decrease of cattle breeding. They have three opportunities: move, change or stop. They are currently

the biggest polluter.

<https://veeteelt.nl/nieuws/melkveesector-blijft-2018-zeven-procent-onder-fosfaatplafond>

### ◇ The circular economy is the solution to reducing commodities (trend)

The government is trying to find ways that have an effect on the use of commodities and the decrease of fossil fuels. The circular economy and the reuse of materials is a method that is increasingly supported by our government.

<https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2019/02/08/kabinet-helpt-minder-grondstoffen-gebruiken-in-2030>

### ◇ The weather has become more extreme (development)

Climate changes causes a change in local weather. This is currently already noticeable, having temperature records throughout this winter (2019-2020). The first storms with a name have reached the Netherlands and it is assumed that this is only the beginning of more extreme and quickly changing weather.

<https://www.knmi.nl/kennis-en-datacentrum/achtergrond/extrem-weer-en-klimaatverandering>

### ◇ Less meat, more plants consumed (trend)

More people have become vegetarians or vegans. People become more aware of this change in climate change and the economy reacts on that by a decrease in the consumption of meat or fish.

<https://www.stichtingmilieunet.nl/andersbekekenblog/duurzaam/nationale-week-zonder-vlees-in-2030-eet-nederland-meer-plantaardig-en-minder-dierlijk.html>

<https://www.rtinieuws.nl/economie/artikel/486/vlees-noch-vis-we-eten-steeeds-vaker-vleesvervangers>

## Social

### ◇ 25% of employees is at home with a burnout (trend)

Increasing pressure, digitalization and living in a high pace cause more burnouts than before. Since no real action has been taken by the government of companies, more people end up home for a longer period of time. Losing your short term contract or being a ZZP'er enhances this effect even more.

<https://www.ggznieuws.nl/home/door-werkstress-is-in-2030-is-een-kwart-van-werkenden-minder-inzetbaar/>

### ◇ Increasing individualism, need for physical connections (trend)

Digitalization and the increasing screentime cause for offline places to disappear, resulting in a decrease of physical connections. Having the ability to escape to your online world makes it possible to neglect this effect. The society therefore increases to become more individually focused. Everything is about 'me'.

[https://www.futureconsult.nl/wp-content/uploads/2019/10/SZWScenariosSamenleven2030\\_2019.pdf](https://www.futureconsult.nl/wp-content/uploads/2019/10/SZWScenariosSamenleven2030_2019.pdf)  
<https://www.pwc.nl/nl/dienstverlening/people-and-organisation/documents/pwc-de-toekomst-van-werk-2030.pdf>

### ◇ Government and authorities fight depressions (trend)

The increasing amount of uncertainty, climate change, individualism and pressure cause more and more depressions. Fighting this, the government starts to develop programs that should help people to reconnect to the world and get rid of their depression.

<https://www.zorgvisie.nl/schippers-30-procent-minder-depressies-in-2030/>

### ◇ Flight shame due to social pressure and awareness (trend)

Another big pollutor remain the flight industry. Next to eating meat, the shame on taking flights to destinations around the world increases. The increase in gas prices will also cause the 1% to be able to afford tickets, resulting in a more exclusive trip than before. The 'normal' citizen won't be able to afford it anymore.

<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/vliegschaamte-welke-vliegschaamte-nederlander-pakt-deze-zomervakantie-vaker-het-vliegtuig-b1676803/>

### ◇ Sustainability awareness is embedded in every social layer (development)

With farmers' protest, focus on universities and raising the taxes, no one will be able to neglect the impact of global warming: whether people believe in it or not, the effect and awareness is embedded in every social layer of our society.

### ◇ Gender equality has increased (development)

Human rights will remain to be challenged throughout the world. Gender rights are time and time again challenged by parties who are more conservative. Even though

people still have to fight for rights, we will have more gender equality than ever before.

<https://www.sdgnederland.nl/sdgs/doel-5-vrouwen-en-mannen-gelijk/>

### ◇ Fear of missing out: FOMO (trend)

The infinite supply of possibilities caused by digitalization makes us not want to miss anything. Whether FOMO is currently already a topic, as long as there is digitalization, trends and social media, it is assumed that this phenomenon won't go away.

<https://www.gezondheidsnet.nl/psychische-klachten/heb-jij-last-van-fomo-fear-of-missing-out>

### ◇ Everything is an experience (trend)

With the millennials value materialism less and experiences more, the experience economy is likely to increase even more when the generation of millennials will transform into the working class. They will create and design everything accordingly to their experience and purpose standards.

<https://www.accenture.com/us-en/blogs/blogs-bill-lesieur-everything-economy>  
<https://www.the-future-of-commerce.com/2018/10/25/customer-experience-in-2030-will-look-like-this/>

### ◇ Less alcohol will be consumed, drinking is the new smoking (development)

After abandoning smoking, a new scapegoat will be pointed out. In this case the other thing people love so much: alcohol. The long term effect of alcohol will become more visible and petitions will start that decrease the amount of alcohol consumption in our society, eventually resulting in alcohol disappearing from our society.

<https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/alcohol-als-het-nieuwe-roken-dat-kan-en-moet-b57a9953/>  
<https://www.trimbos.nl/kennis/cijfers/cijfers-alcohol>

### ◇ We do everything online and everything can be done online (state)

With every offline tool transforming in an online device (from watch to smartwatch), it becomes easier to be connected every moment of the day. It makes our lives easier and more efficient, resulting in a trend that will definitely become an even more standardized living style in 2030.

### ◇ Social control of behavior increasing (trend)

Social media and technological developments cause for a more social control in our lives. We know where our friends are every moment of the day. This is currently only accepted by a small group of people, but expected to increase in popularity over the years ones the younger generation accepting this already becomes working class.

<https://www.nrc.nl/nieuws/2019/06/14/wij-hebben-u-in-de-gaten-a3963755>  
<https://handhavingsacademie.info/sociale-controle-sociale-cohesie/>

### ◇ Polarisation increases (trend)

Transparency causes people to give their opinion online to the rest of the world. This effect results in an even more polarized community where there are only strong opinions. We think we know too much and for every argument, a confirmation can be found online.

<https://nos.nl/artikel/2278034-scp-nederlanders-hebben-gevoel-dat-polarisatie-toeneemt.html>

## Technological

### ◇ VR, AI, holograms & AR have been implemented as a means (trend)

Technologies that are currently being used on a few platforms, are expected to be fully implemented withing ten years time. VR games are still in development and becomes more affordable in high quality. The next step will be the development and implementation of holograms in daily worklife.

<https://medium.com/swlh/lets-explore-a-new-reality-the-future-of-vr-ar-9f73ed38364d>

### ◇ Every product is intelligent (development)

From devices to kitchen tools, every product is expected to become some what intelligent or smart in the future. Smart ovens are already embedded and our home can be connected via Google home. In 2030, this will have become mainstream and not solely used by enthusiasts.

<https://www.infineon.com/cms/en/discoveries/internet-of-things-2030/>

### ◇ Always connected (development)

Different trends and developments are connected with each other. Making it easier and more efficient to do everyting online also enhances the phenomena that people will actually be online 24/7.

<https://www.infineon.com/cms/en/discoveries/internet-of-things-2030/>

### ◇ Bio science is making big steps (development)

Once in a while, a news item pops up that scientist have managed to create something from artificial materials or only one cel. People and products can bew adjusted more in every way possible, so that it fulfills our needs. While eternal life is still unreachable, bio science makes it possible to optimize our foodchain and adjust our dna to a 'better' version.

### ◇ Autonomous e-vehicles are found in the streetscene (trend)

The rise of technology and the decrease in fossil fuel gives autonomous cars a chance to become part of the daily streetscene and make our life even more efficient.

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/nl/pdf/2019/sector/kpmg-mobility-2030-transforming-the-mobility-landscape.pdf>  
<https://home.kpmg/nl/nl/home/insights/2019/03/mobility-2030-transforming-the-mobility-landscape.html>

### ◇ 3D printers everywhere (trend)

3D printers are more affordable and easier to use than every. Technical students use in every project and the number of materials that are printable increase every year. When a technology is so increasingly popular, it is expected that this will become slightly mainstream in 2030.

Jiang, R., Kleer, R., & Piller, F. T. (2017). Predicting the future of additive manufacturing: A Delphi study on economic and societal implications of 3D printing for 2030. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, 84-97.

### ◇ On demand (designer)drugs that do specifically what you want (trend)

Our needs vary and with alcohol becoming less popular, people tend to go to drugs. Within our fast and on demand world, people only want the drugs they know and where they know exactly what it will do and what need it will fulfill.

---

Tailor made designer drugs.

[https://www.vice.com/en\\_us/article/gyzx57/synthetic-drugs-could-change-the-global-drug-trade-forever-v26n3](https://www.vice.com/en_us/article/gyzx57/synthetic-drugs-could-change-the-global-drug-trade-forever-v26n3)

◇ **Everything needs to be fast and now (trend)**

The on demand world makes our lives easier and tailored to our busy daily life. Ordering products online and having them delivered the next day enhances efficiency and is therefore not likely to become any less. We can do what we want, whenever we want it.

DeVaney, S. A. (2015). Understanding the millennial generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 69(6).

◇ **'Everything' can be solved with technology (development)**

Combining these trends, it is assumed that in 2030 almost everything can be solved with technology.

◇ **Robotics implemented in each sector (development)**

Why let people do something when robotics do it faster? Currently, robotics are still expensive and not always worth investing in. But with technology developing fast, smart technology will decrease in price. It is therefore expected that the use of robotics will become more common also in smaller runs.

Benson-Armer, R., Noble, S., & Thiel, A. (2015). *The consumer sector in 2030: Trends and questions to consider* [Ebook]. McKinsey&Company. Retrieved from [http://prospectiva.eu/blog/doc/The\\_consumer\\_sector\\_in\\_2030.pdf](http://prospectiva.eu/blog/doc/The_consumer_sector_in_2030.pdf)

## Music & Event industry

◇ **The only festivals that exist have a purpose (development)**

Millenials are the working class, meaning that work landsape will chance according to the behavior of it employees. Millenials known to want a feeling of fulfillment and belonging. They don't seek 'just a job' but a job that challenges them and makes them add something to the world. With standards changing, more is expected from the festivals. They will have to become purpose oriented in order to remain in existence.

◇ **Number of festivals is decreased (development)**

With the Netherlands becoming more crowded and with less space to host events, it is assumed that the already slightly decreasing number of festivals will remain to decrease until a strong (and still big) core is left.

◇ **Festivals are for everyone, democratized industry (development)**

Every generation and every kind of disability has the chance to go to a festival. Festivals are becoming more inclusive and less fragmented for certain groups. People who have less to spend will get the chance to go to a festival with the help of fundings, so no one is excluded.

<https://magazines.rijksoverheid.nl/vws/onbeperktmeedoen/2019/02/toegankelijke-festivals>

◇ **New music genres will occur by mixing and adapting current styles (trend)**

Some instruments will remain to exist, such as guitar music. What is currently already visible, is that old number are being re-used. When the regulations on a song of, for example, the Beatles will end in a couple of years, it is expected that the older massive songs will be reproduced.

<http://www.bbc.com/culture/story/20190521-what-will-music-be-like-in-20-years>

◇ **Due to technical development, stages are more of an experience, mostly with VR, holograms or AR (trend)**

◇ **The traditional radio disappears (development)**

With the fast and on demand economy, people want to listen to the music they want to every time of the day without losing time to advertisements. This is something radio can adjust to and it is therefore expected to lose its former popularity.

<https://www.emerce.nl/nieuws/toekomst-radio>

◇ **Increasing amount of artists and niches. More artists than ever before, so long term popularity has become more of a challenge. Middle tiers comes up (trend)**



---

The effect of the on demand world is also visible in the number of genres that come up. With the online world at your feet, people want to listen to the specific music they like, resulting in more genres than ever before.

<https://www.rollingstone.com/music/music-features/what-is-happening-to-streamings-superstars-845395/>

◇ **The first actual hit song by a computer is written (trend)**

The first song on a computer is already written, but within ten years it is expected to become a hit as well. Robots will be so advanced by that point that it can create a song that will fulfill our likings.

<http://www.bbc.com/culture/story/20180112-is-this-the-worlds-first-good-robot-album>

◇ **Superstars don't rely on just music, but create a brand through other platforms (trend)**

Due to the number of genres and competition within the field of music, new superstars will gain their fame through all their other 'talents' as well. Think about a fashion label, acting, cooking, vlogging or going into politics. One talent is not enough anymore. These stars will mostly come from already known families.

◇ **Everyone can put their music online (state)**

It is currently already happening, but with open source increasing and people having the ability to create any kind of platform online, the number of platforms where people can share their own content will likely to increase as well.

◇ **The role of songs and music changes, popularity is based on number of streams on online platforms (development)**

The way songs are written is changing. They are adjusted on getting enough plays. Due to Spotify, artists publish songs that are likeable or very mellow until it reaches one 'hit', after that the song actually starts. It becomes more important for artists to have people finish those first seconds in order to get a play and get paid. This changes the entire way of how songs are written.

◇ **Music is only published by separate hits (trend)**

With our fast world, artists release songs only in separate singles. This is faster and every song is seen as a 'single', creating a bigger platform for it.

◇ **Nostalgia stays important (trend)**

With the popularity of Stranger Things, the 80's have become popular all over again. After the popularity of the LP, it is waiting for the new generation to reinvent the cd.

[https://www.vpro.nl/speel~WO\\_VPRO\\_15658414~af1-37-de-logische-comeback-van-de-cd~.html](https://www.vpro.nl/speel~WO_VPRO_15658414~af1-37-de-logische-comeback-van-de-cd~.html)

◇ **Performances become an even more important physical link to music (trend)**

With the digital world and digitalization, the offline performance becomes an even more important and unique experience that brings people together. Listening to music will be one of the things done, but it will mostly bring people together.

<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/06/bezoek-aan-concerten-bereikt-recordhoogte>

◇ **Intimate settings are more popular than massive events (trend)**

As described in the interviews, every interviewee expects massive events to become more intimate. Massive events will still exist, but have a more intimate feeling.

◇ **Artists won't fly around the world anymore only to perform due to emissions (development)**

Coldplay has been the first one to refuse a performance due to sustainability. It is expected that more artists will follow their steps and new ways of performing are thought of. The hologram trends might be a way to do so, but it is expected that festivals will find local ways of creating a lineup.

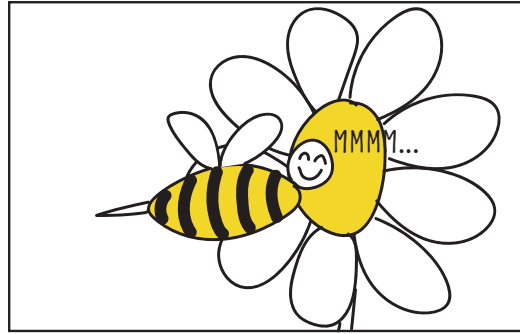
◇ **Exclusivity deals cause a more local and diverse program (development)**

Exclusivity deals have the same results as artists refusing to perform. It will result in new creative ways of booking a lineup and a boost for local talent.

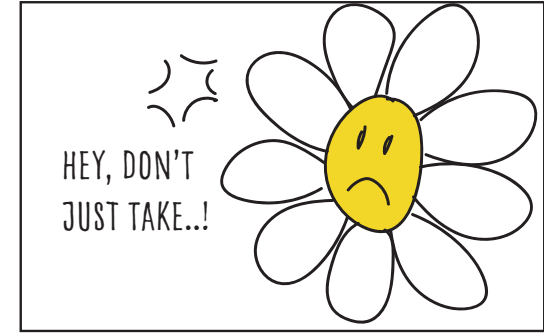
# Appendix 11 - Be the Bee analogy with text



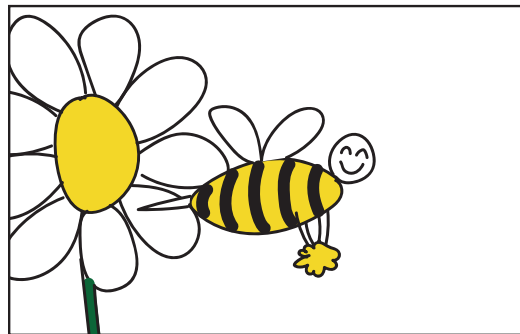
The bee flies around and stumbles upon a flower, immediately falling in love with it.



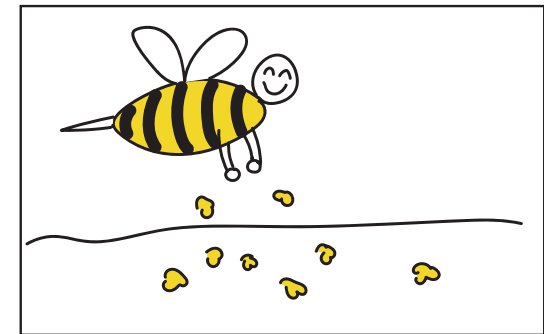
She flies towards it starts eating it nectar.



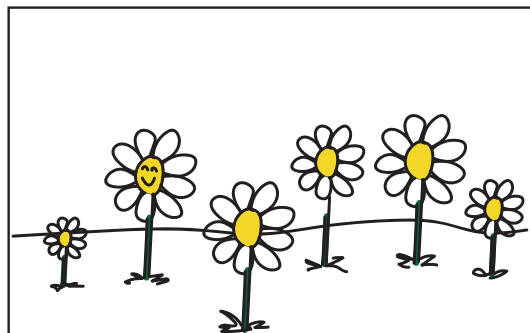
The flower is taken by surprise: 'Hey, don't just take nectar from me! You can't just get here and take my nectar'.



The bee grabs some of the flowers seeds...



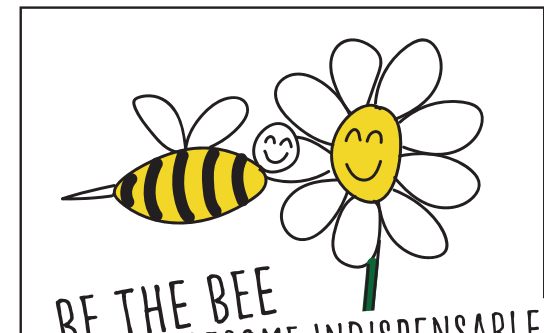
and starts spreading it around.



Around the flower, lots of little flowers pop-up, even all the way to the other side of the meadow.



'Wow thank you!' says the flower. 'I could not have done this without you!' If you do this once in a while, then you can eat of my nectar.



# Appendix 12 - VNG viewpoints

---

The following points are derived from the website of the VNG:

## Terms of employment

- Equal employment relations should be the basis

## Asylum

- Refugees should be quickly integrated in the Dutch society

## Board

- The board should place the social challenges upfront and be flexible. Trust in other organisations and the government is therefore key.

## Culture & Sports

- Culture and sports should be affordable and accessible for everyone.

## Economics

- Investments should be made to connect the rural areas with the bigger cities. Broadband internet has an important role in this.

## Energy and climate

- In 2030, the CO2 emissions should be reduced with 49% in comparison to 1990.

## Europe & International

- Local investments should still exist in the future
- Increase the quality of the living environment
- Guarantee information security and privacy
- Well functioning internal market
- Execution of the SDG's
- Stimulating economy

## Information society

- Control and coordination on e-government
- Protect the privacy of citizens

## Youth

- Good housing of schools
- Responsible for consultation bureaus
- Organisation of youth aid

## Social support and care

- Thinking from the perspective of what citizens need
- More attention for prevention

## Climate and mobility

- Climate adaption, energy transition and circular economy

## Environmental law (omgevingswet)

- Good balance between using and protecting the physical living environment

## Education

- Ability to a qualitative education of 16 hours per week for every 0-4 year old child

## Public health

- Give people the care they need, with a personal approach. People who need extra care should be considered and helped.

## Public order and safety

- Everyone should feel safe in their own environment
- Make the police visible

## Work, income and social security

- Prevention of social dichotomy
- Increase participation in society of citizens

## Care and safety

- Everyone should be helped, in their own way.

# Appendix 13 - Sustainable Development Goals

---

The following points are derived from the document 'De Global Goals in het gemeentelijk beleid' and <https://sustainabledevelopment.un.org>

They are divided in the four domains of the policy defined by the municipalities.

## Social domain

Global goal 1: End poverty in all its forms everywhere

Global goal 2: End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture

Global goal 3: Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages

Global goal 4: Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

Global goal 5: Achieve gender equality and empower all women and girls

Global goal 8: Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all

Global goal 10: Reduce inequality within and among countries

Global goal 11: Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable

## Sustainable economy and employment opportunities; infrastructure

Global goal 2: End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture

Global goal 8: Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all

Global goal 9: Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation

Global goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns

## Physical domain

Global goal 6: Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all

Global goal 7: Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all

Global goal 11: Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable

Global goal 13: Take urgent action to combat climate change and its impacts

Global goal 14: Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development

Global goal 15: Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss

### Safety, good governance and partnerships

Global goal 16: Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels

Global goal 17: Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development



# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



## Appendix 14 - Best practices festivals

---

How are festivals currently dealing with these challenges municipalities face? And how are festivals adding to those challenges? In order to gain an understanding of what is currently happening, several festivals have been researched.

Note: these insights are derived from what could be found online. Other initiatives might exist.

### ACT

- ◇ Give workshops about how to be sustainable yourself.

### DGTL

- ◇ Cutlery and plates are turned into compost within 24 hours, then distributed among local farmers.

### Into the Great Wide Open

- ◇ Installed a playground for local children.
- ◇ Have refugees work at the festival.
- ◇ Local children can do a mini internship at the festival.

### Make the world great again festival

- ◇ Visitors get the chance to change their energy supplier and go sustainable.

### Mysteryland

- ◇ Camping runs on energy from frying fat.
- ◇ Camping recycle store: second-hand camping gear.
- ◇ Trees for traffic.
- ◇ Donate your sleeping bag to an organization for homeless people.

### Northside

- ◇ No parking spots near the festival so less cars are used.

### Outdoor Stereo Festival

- ◇ For every ticket, one euro goes to improving the park afterward.

### Paradigm

- ◇ Harvest the potatoes for their fries on their own land.
- ◇ Energy through feces.
- ◇ Rainwater for toilets.

### Pride

- ◇ Fights for equality among social groups, in specific the LGBT community.

### Terraforma

- ◇ Visitors take an active part in rebuilding the festival's ground and the old labyrinth.
- ◇ Makes a report after each event to describe the progress.

### Welcome to the future

- ◇ The decor made from recycled materials.
- ◇ Bio-oil used instead of fossil fuels.

### Welcome to the Village

- ◇ Dorp: a village with innovative startups.
- ◇ In 2022 completely circular.
- ◇ Decor made out of second-hand products.

## Appendix 15 - Creative session schedule

### Timetable

1. Brainstorm - How can we... (20 min)
2. Clustering (10min), discuss results (10 min) and select best ideas with dots (10 min)
3. Detail ideas with idea sheet (40 min)
4. Present concepts (15 min)
5. Cluster concepts (5 min)
6. Closing discussion/reflection

# Appendix 16 - Idea sheet

---

Idea name:

How can we...:

Draw/explain idea:

Design guidelines:

- Involve locals
- Be approachable
- Find a shared interest
- Activate visitors
- Have a long term effect
- Emphasize on local characteristics
- Make the community a better place
- Make it accessible for everyone



# Appendix 17 - Idea generation during creative festival session and individual round

Idea name: **TOO GOOD TO GO** | How can we...:

Draw/explain idea:

Design guidelines:

- Involve locals
- Be approachable
- Find a shared interest
- Activate visitors
- Have a long term effect
- Emphasize on local characteristics
- Make the community a better place
- Make it accessible for everyone

Idea name: | How can we...:

Draw/explain idea:

Design guidelines:

- Involve locals
- Be approachable
- Find a shared interest
- Activate visitors
- Have a long term effect
- Emphasize on local characteristics
- Make the community a better place
- Make it accessible for everyone

Idea name: **Recycled product development** | How can we...: **technische attributen festival dividend DONATE / Create**

Draw/explain idea:

Design guidelines:

- Involve locals
- Be approachable
- Find a shared interest
- Activate visitors
- Have a long term effect
- Emphasize on local characteristics
- Make the community a better place
- Make it accessible for everyone

Idea name: **CASH 4 TRASH** | How can we...: **SUSTAINABILITY RESPONSIBILITY + PD CREATING TOGETHER + TOGETHERNESS**

Draw/explain idea:

Design guidelines:

- Involve locals
- Be approachable
- Find a shared interest
- Activate visitors
- Have a long term effect
- Emphasize on local characteristics
- Make the community a better place
- Make it accessible for everyone

Idea name: **PRE PARTIE** | How can we...:

Draw/explain idea:

Design guidelines:

- Involve locals
- Be approachable
- Find a shared interest
- Activate visitors
- Have a long term effect
- Emphasize on local characteristics
- Make the community a better place
- Make it accessible for everyone

Idea name: **Food Experience** | How can we...: **Involve locals & activate visitors**

Draw/explain idea:

Design guidelines:

- Involve locals
- Be approachable
- Find a shared interest
- Activate visitors
- Have a long term effect
- Emphasize on local characteristics
- Make the community a better place
- Make it accessible for everyone

Idea name: **De Biecht** | How can we...: **Find shared Interest**

Draw/explain idea:

Design guidelines:

- Involve locals
- Be approachable
- Find a shared interest
- Activate visitors
- Have a long term effect
- Emphasize on local characteristics
- Make the community a better place
- Make it accessible for everyone

**DOOR & VOOR LOCALS**

**BEFORE** ~~trust~~, openness → pijn + dilemma's

Platform voor lokale bewoners om dilemma's voor te leggen

Geef de bewoners een keuze → Pre-party voor locals

inamelen afval/oude meubels/kleren + Grof vuil + doe er iets mee op het festival

Need a job? laat lokale mensen helpen op het festival

1 DAG HETJE VOOR KARWEI TJE → klussen bij de omgeving

kondig het aan laat weten dat je aan te denken grote beslissing

hier komt een festival, meer weten? (een ons budget)

input bord op de plek van het festival

24

**DURING** commitment trust-co-evolve GRATIS KAARTJES

in het zonnetje netjes

LOCALS DINNER/BREAKFAST

DOORZICHTIGE HEKKEN

eigen local ingang

BACKSTAGE KONVOOI

festivals vijlotes

groene energie voor de buurt

Groene stroom opwekken & teruggeven

Focus & sell local food

POP-UP PARK

mini-altaar samen werken aan een standbeeld voor in het park

GEEF LOCALS EEN BAAN

Gesloten → OPEN

25

**CO-EVOLVE**

- SERVICE AWARENESS LOCAL CHARACTERISTICS
- SHARED INTEREST
- MOTIVATE LOCAL CITIZENS

help locals in the house & help for a day & get a free ticket

turns farms into festival locations, help the farmers

DIGITAL PLATFORM TO VOTE ON INITIATIVES & DILEMMAS

Local establishments serve the food on the festival

BRING TOGETHER ideas for co-evolving/raising money

Local talent on the festival

let festival grounds flow into the community

5% of ticket sales goes to co-evolving the environment

26

**openness** Approachable CENTRAL PLACE

transparent fences

DIGITAL PLATFORM TO DISCUSS IDEAS

LOCAL DINNER TO SHOW FESTIVAL

THANK YOU!

festival hub

office at festival grounds

OWN ENTRANCE

50

**COMMITMENT**

- Long term effect
- physical / visible benefit
- touchpoints throughout the year

FACTS turn farms into festival locations

PRE-PARTY for locals evening before

Build/help with a local playground

visitors create a thank you statue

DONATE LEFT OVER GOODS & FOOD TO LOCALS

cycle for local energy

run for money

thank you part bench

Pick-up bulky waste

Pool

inside

Permanent location with permanent facilities

51

**TRUST** Communicate show compassion

LETTER

WHATSAAPP AVAILABILITY-HOTLINE

POP-UP NOTICE AT GROUNDS

PING

BACKSTAGE TOUR + DILEMMAS

TICKET € Free ticket

lend out tools/cars

A or B feedback loop

BEFORE	DURING	AFTER
idea	Everyday updates	drinks

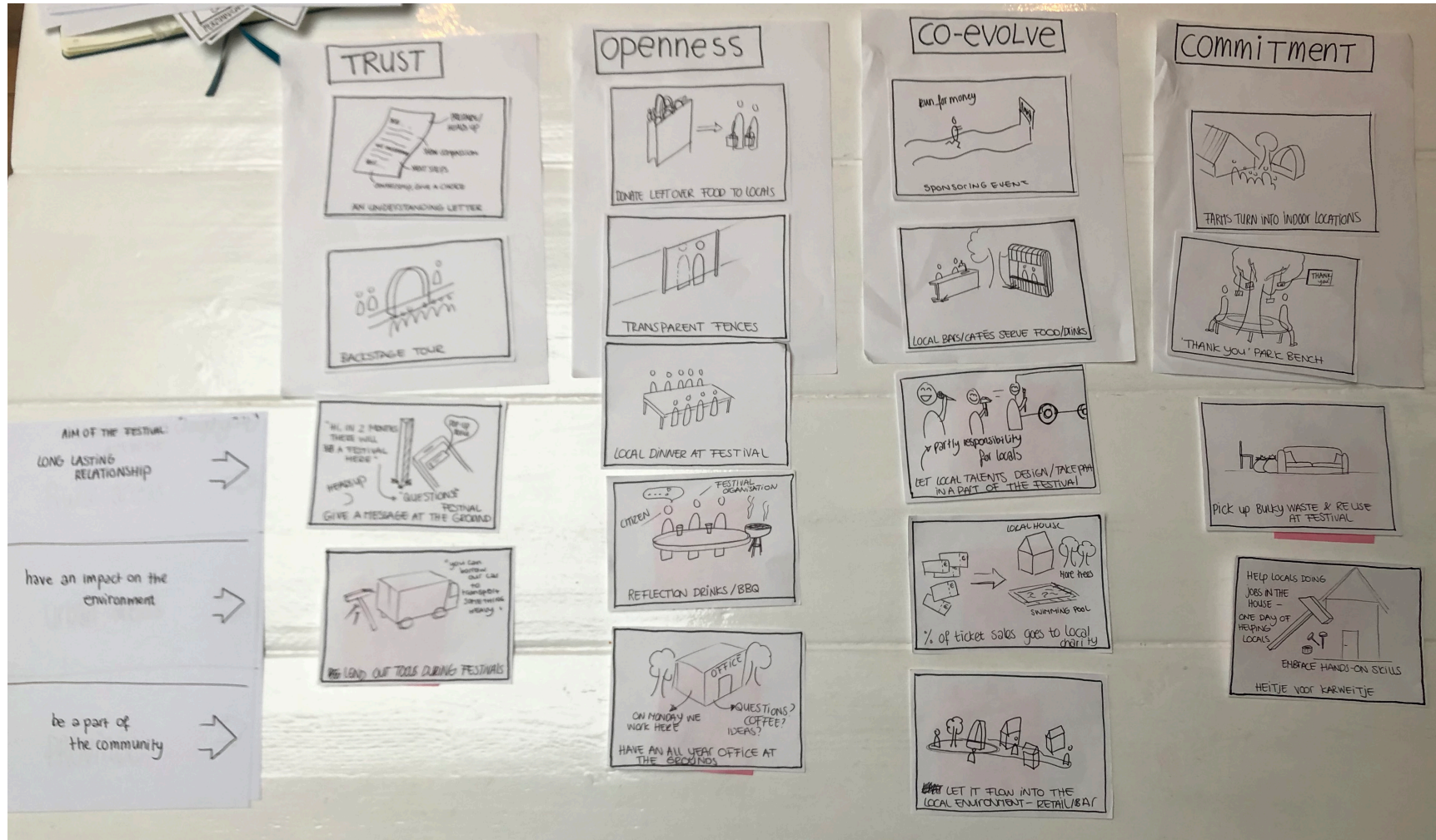
52

## contradictions

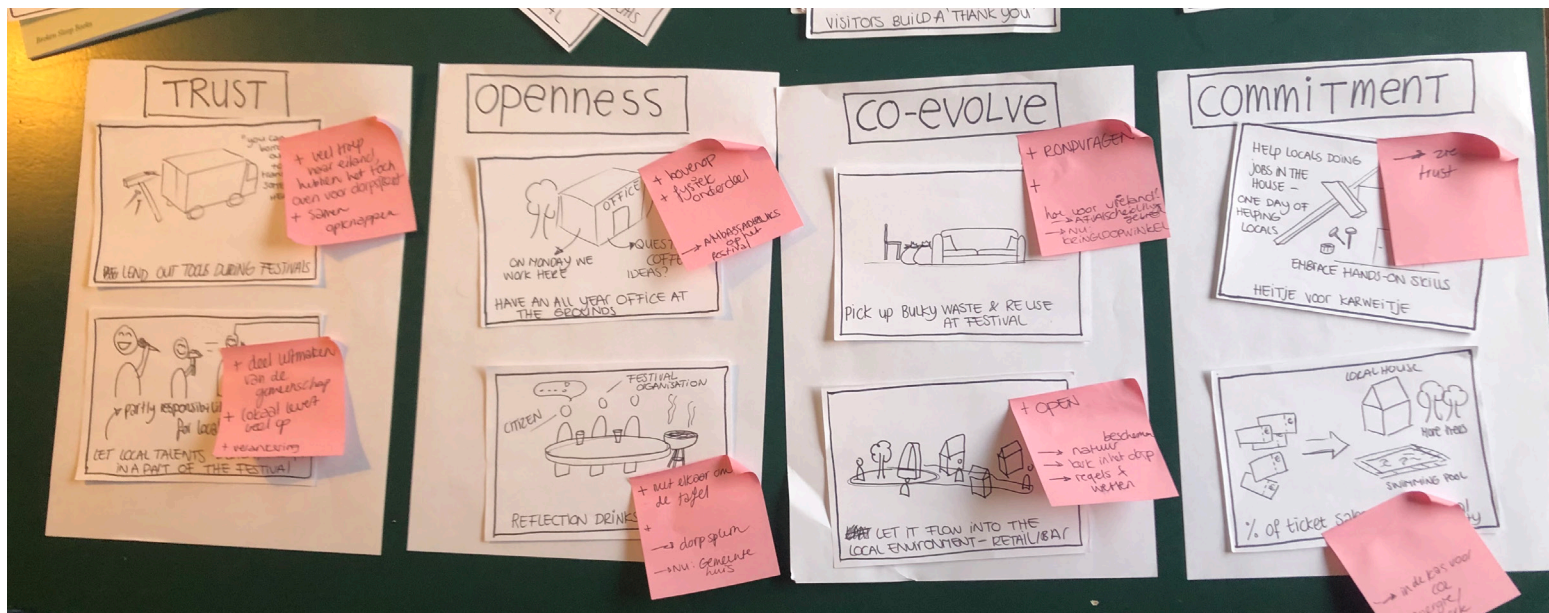
### characteristics

- focused on everything within the fences ↔ look beyond the fences
- focus on music ↔ broad spectrum of activities
- DONT COMMUNICATE BETWEEN FESTIVALS ↔ COMMUNICATE & WORK together
- fragile bonds with environment ↔ strong bond with environment
- no long term benefits only short term ↔ long term benefit
- closed, open for a select group ↔ invite locals
- mystery within (or backstage) ↔ open to the local community
- think that festivals are the best thing ↔ listen to others, reflect open minded

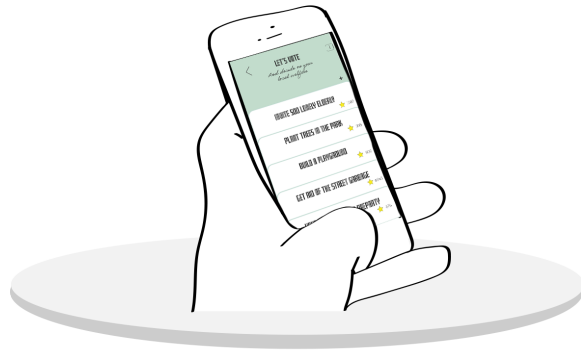
# Appendix 18- Clustering interaction principles



# Appendix 19 - Selected ideas two sessions - ITGWO & Individual



# Appendix 20 - Online Platform



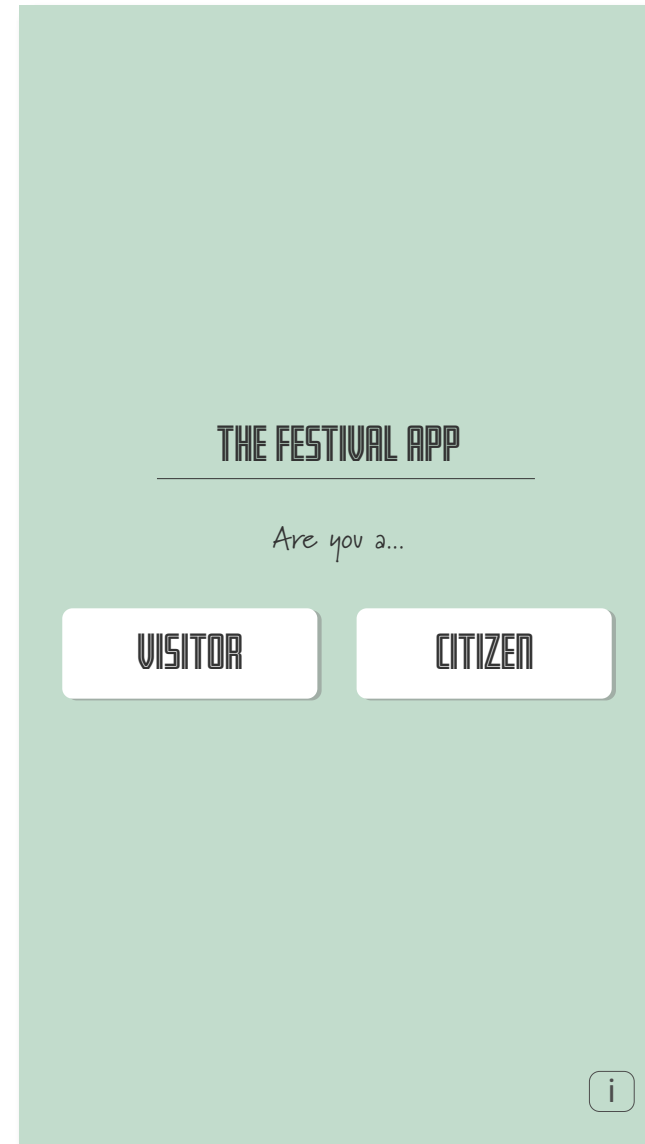
Before



During

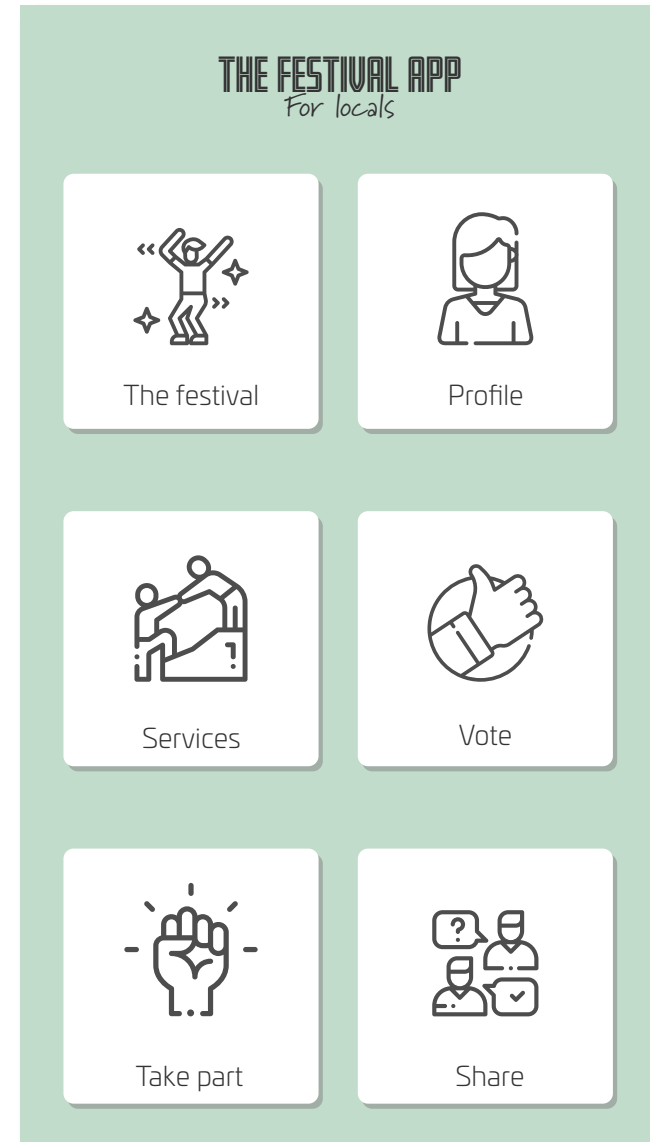
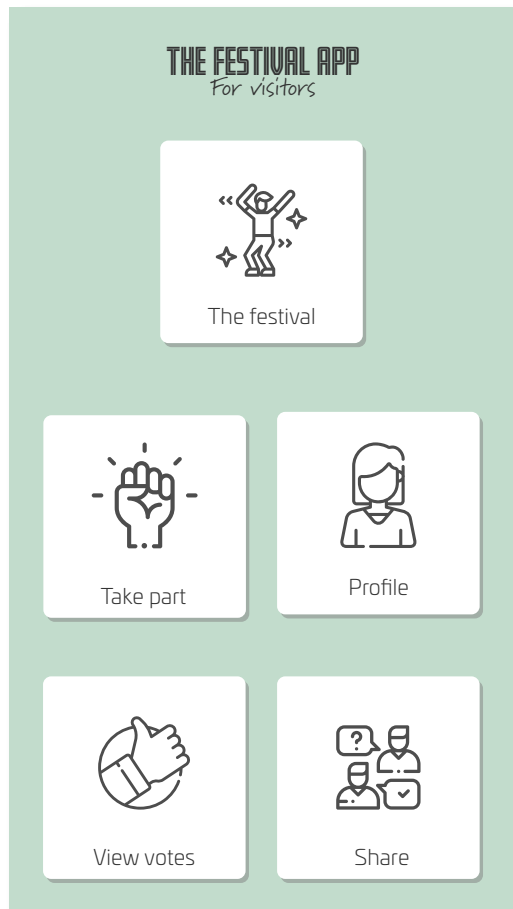


After



## Home screen

The home screen shows the different functionalities of the app (figure 53 & 54). The stakeholders can select the option they would want to see, and always have the possibility to return to this home screen. Both citizens and visitors see a different home screen with different functionalities.

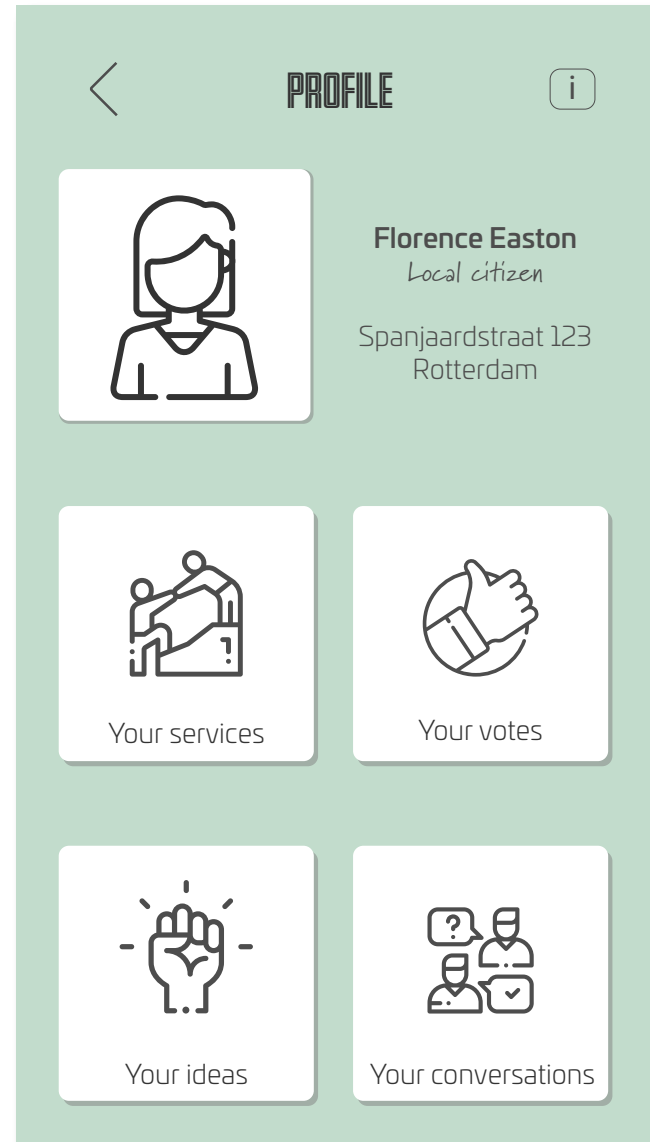


### Option 1: The festival

The first option is to click on the festival button. This will lead the stakeholder to the page that explains everything about the festival, the lineup and map of the festival ground. It is linked to the current festival app.

### Option 2: Profile

The second option is going to your own profile (figure 55). The stakeholders can create their own profile and upload a profile picture. It can select the options where it took part in, for example the services it requested or the conversations it has. This creates a quick overview of where the stakeholder participated in.

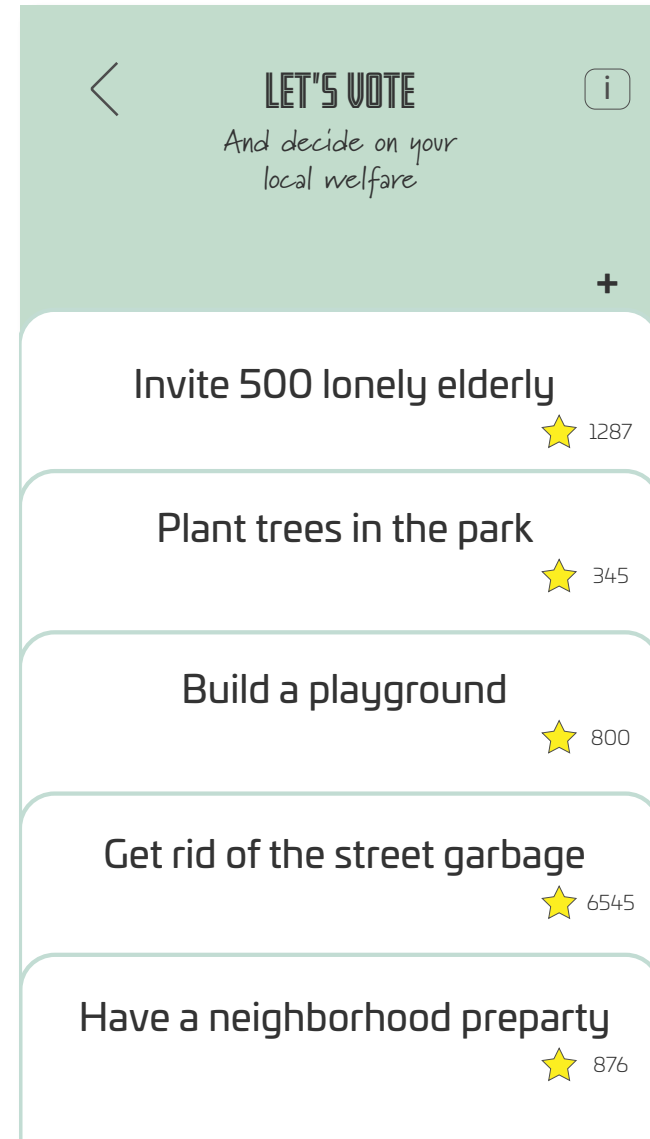
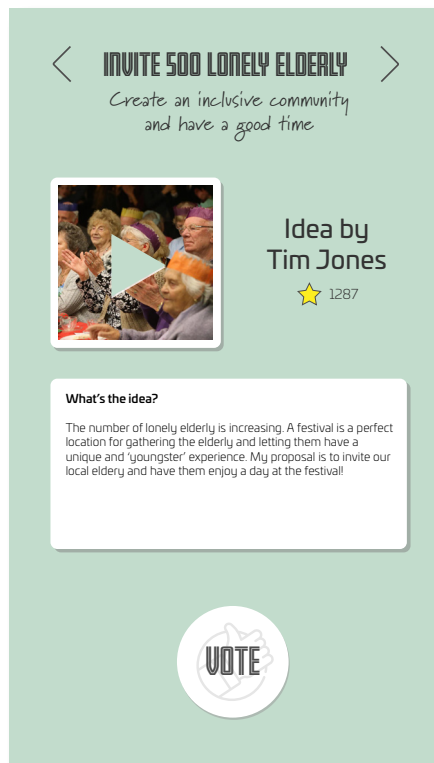




### Option 3: Vote

The third option is to vote in initiated local ideas (figure 57). This sends the stakeholder to a page where it can view the ideas regarding local welfare, send in an idea themselves and vote for one. The option with the most votes gets selected to implement in the local environment. Every participant can write about the idea and upload a short video or photo (figure 56). The festival will eventually announce the winner.

The information button describes the meaning of this option. It described the system, why people vote and what will be done with the winning idea.



#### Option 4: Take part

The stakeholders also have the option to take part in the festival (figure 58 & 59). This is a similar system to option 3, where stakeholders can vote on each others ideas and talents. This will secure the quality of the acts, gives festivals the possibility to see the interests of the stakeholders and let go of certain parts of the lineup.

< **DECORATION BY MY CLASS** >

*With my 5th grade, we will spend a day making decorations*



Idea by  
**Maria de graaf**  
★ 3465

**What's the idea?**

I teach the 5th grade, and we love to do crafting. Together with my 5th grade, each of us will make a painting about what makes us happy. These paintings can be put together to create a wall of happiness for the visitors!

**VOTE**

< **BE A PART OF THE FESTIVAL** i

*Show your skills and take part in the festival*

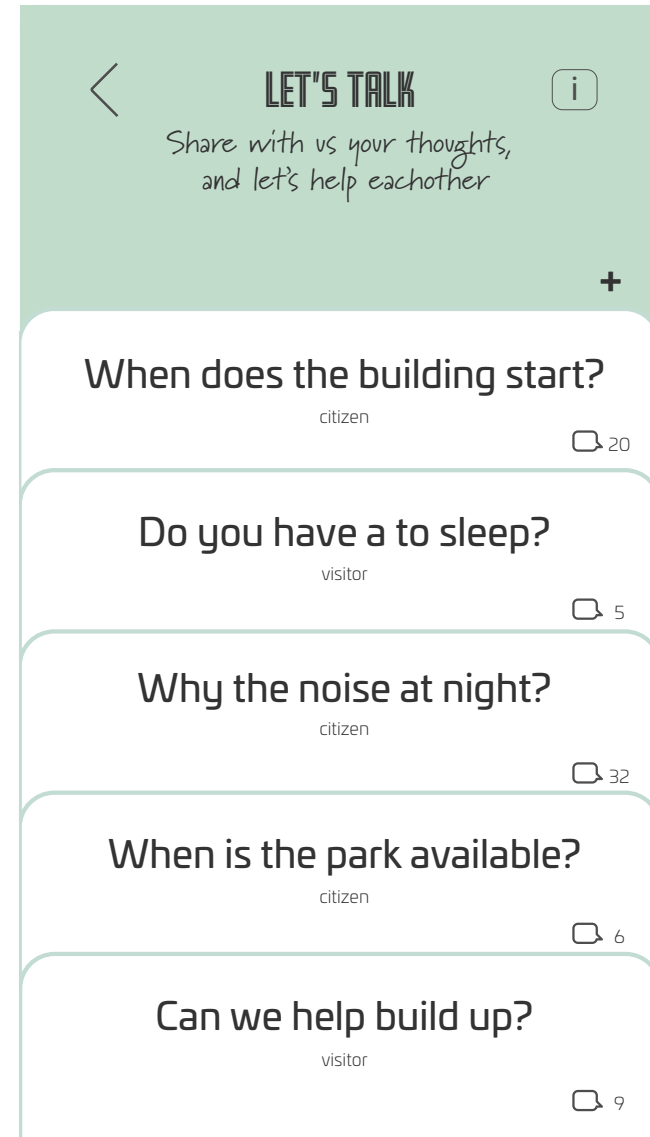
+

- A muppet show** ★ 312
- A model of the festival** ★ 567
- Dutch oven food stand** ★ 700
- The youth orchestra playing** ★ 980
- Decoration made by my class** ★ 3465

### Option 5: Share

Besides voting, stakeholders get the possibility to start a discussion and share questions or ideas with each other (figure 60). This will create an open community that relies on each other.

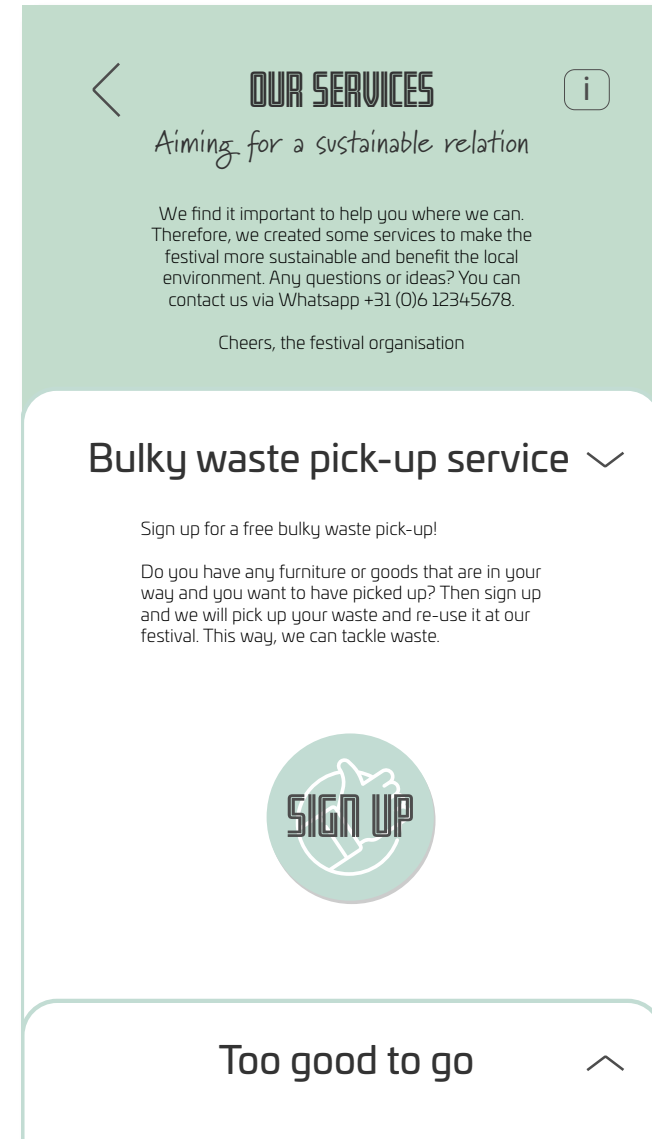
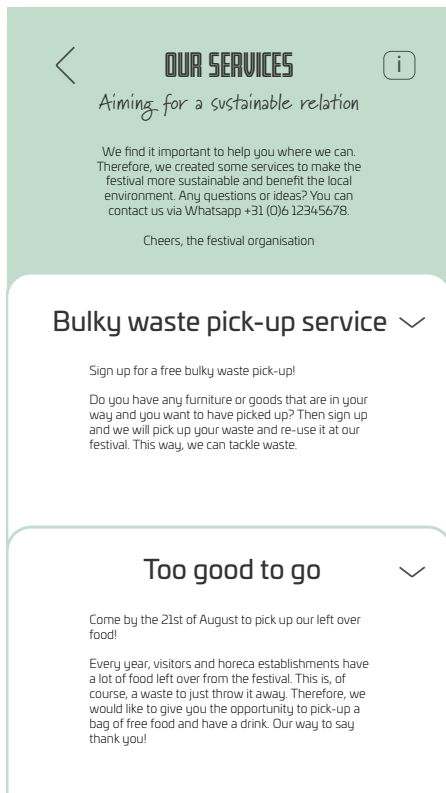
The information button describes what the 'share' section is about. It describes rules and the purpose of this section.



## Option 6: Festival services

For the citizens, the festival offers services (figure 61 & 62). This will be communicated via the app as well. The services offered by the festival depend on the future scenario the festival has chosen. Keeping this option structure and clear, citizens will have the option to sign up for a service if they would want to use it.

The information button describes why festivals offer these kinds of services and what the citizens can do with it.



# Appendix 21 - Setup validation

---

Nederlandse vragen  
English questions

## Algemeen

- ◇ Kan een sterke relatie ervoor zorgen dat festivals in 2030 relevant zullen blijven? *Can a strong relationship make sure festivals will stay relevant in 2030?*
- ◇ Kan een festival, door het versterken van de banden tussen de bewoners en bezoekers, ervoor zorgen dat ze een permanente locatie krijgen? *Can a festival, by strenghtening the bonds between citizens and visitors, make sure that a permanent position is created?*

Statements:

- ◇ Dat de bezoekers/inwoners en festival elkaar vertrouwen versterkt de positie van de festivals. *That the citizens/visitors and festival trust each other will strengthen the position of the festivals.*
- ◇ Dat de bezoekers/inwoners en festival transparant naar elkaar zijn versterkt de positie van de festivals. *That the citizens/visitors and festival are transparent with each other will strengthen the position of the festival.*
- ◇ Dat de bezoekers/inwoners en festival samen werken aan de welvaart van een omgeving versterkt de positie van de festivals. *That the visitors/citizens and festival word together on the welfare of an evironment will strengthen the position of the festival.*
- ◇ Dat de bezoekers/inwoners en festival zich zichtbaar inzetten voor elkaar versterkt de positie van de festivals. *That the citizens/visitors and the festival are committed to each other strenghtens the position of the festival.*
- ◇ Geven de drie scenario's een compleet beeld van de verschillende manieren waarop festivals een relatie zouden willen opbouwen met de omgeving? Mist er nog iets in dit schema? *Do the three scenarios give a complete overview of the different ways festivals*

*could create a strong relationship with its stakeholders? Should something be added?*

## Scenario 1

- ◇ Scenario 1 zorgt voor een formele relatie. *Scenario 1 enables a formal relationship.*
- ◇ Scenario 1 is haalbaar/realistisch in de jaren 21-23-26-29. *Scenario 1 is feasible in the years 2021-23-26-29.*
- ◇ Wat zijn pluspunten? Wat zijn verbeterpunten? *What are pros and cons?*

## Scenario 2

- ◇ Scenario 2 zorgt voor impact in de omgeving. *Scenario 2 makes an impact on the environment.*
- ◇ Scenario 2 is haalbaar/realistisch in de jaren 21-23-26-29. *Scenario 2 is feasible in the years 2021-23-26-29.*
- ◇ Wat zijn pluspunten? Wat zijn verbeterpunten? *What are pros and cons?*

## Scenario 3

- ◇ Scenario 3 zorgt ervoor dat festivals een onderdeel van de omgeving worden. *Scenario 3 ensures that festivals will become a part of the community.*
- ◇ Scenario 3 is haalbaar/realistisch in de jaren 21-23-26-29. *Scenario 3 is feasible in the years 2021-23-26-29.*
- ◇ Wat zijn pluspunten? Wat zijn verbeterpunten? *What are pros and cons?*

---

### Reflectie/samengevat

- ◇ Welke scenario zou je door welk festival gebruikt kunnen zien worden? *Which scenario will be used by what kind of festivals?*
- ◇ Welke scenario is het sterkste en waarom? *Which scenario is strongest and why?*
- ◇ Welk scenario is het zwakste en waarom? *Which scenario is weakest and why?*
- ◇ Wat zijn pluspunten? Wat zijn verbeterpunten? *What are overall pros and cons?*

### VNPF

- ◇ Zouden festival hier interesse in hebben? *Would festivals be interested in this? Why or why not?*
- ◇ Hoe zou dit naar de festivals gebracht kunnen worden? *How can this message be brought to the festivals?*
- ◇ Zou VNPF hierin een rol kunnen spelen? *Could VNPF play a role in this?*
- ◇ Hoe kan VNPF hier een rol in spelen? *How can VNPF play a role in this?*
- ◇ Wat zouden de volgende stappen zijn? *What could next steps be?*
- ◇ Wat zijn mogelijke obstakels? *What are possible obstacles?*

### ITGWO

- ◇ Welke scenario is het beste geschikt voor jullie? *Which scenario is best suited for you?*
- ◇ Wat zouden jullie hiervan kunnen gebruiken? Wat is interessant? *Which parts could you use from it? What is interesting?*
- ◇ Wat is minder interessant? *What is less interesting?*
- ◇ Wat is jullie mening over online platform? *What is your opinion of the online platform?*
- ◇ Wat zijn obstakels? *What are obstacles?*
- ◇ Mijn inzicht is dat op het gebied van communicatie er nog stappen

gemaakt kunnen worden. Hoe staan jullie hier zelf in? Wat voor obstakels komen jullie hierin tegen? *My insight is that on the communication side, steps could still be taken. What is your opinion of that? What obstacles do you foresee with it?*

## Appendix 22 - Personal Reflection

---

The project has been reflected on in different moments during the process. This personal reflection is the final reflection moment of this project. It describes how the process went, what I learned and what my view is of the result. The project has been an incredibly challenging journey, both personally as professionally. On a personal level, it learned me a lot about managing a project by yourself and dealing with both your strengths and weaknesses. On a professional level, it learned me to individually deal with a project that is scoped on an entire landscape, instead of one specific company.

### Learning objectives

At the beginning of the project, three learning objectives were defined: gain in-depth knowledge of the festival ecosystem, implementing co-creation techniques and focus on the details. Implementing co-creation techniques has been challenging and I did not fully succeed it the way I wanted it. This was sometimes frustrating, but I tried to change my view on it and use it as a valuable stakeholder insight.

### In-depth knowledge

Thanks to all the interviews conducted with field experts, I had the ability to create a broad overview of the festival landscape. These people were all very approachable and open to an interesting conversation. The informal approach within the festival landscape made it easy to reach out to people and due to the timing (not in the festival season), they actually had time for me. I realize that without these field experts, my knowledge of the ecosystem would not have been this saturated. This has, again, shown me the effect and impact of an in-depth interview next to desk research. I also got to learn that the ecosystem of large festivals is much more complicated than one might expect at the beginning. It was an interesting landscape to design for.

### Co-creation

As described, the use of co-creation techniques has been challenging. The first step of co-creation is to have your stakeholders understand why you want to do a session and what the value is. The next step is then to schedule this moment. This has been a challenge due to long-distance contact and communication via email. Next time, it would be easier to be stationed at the office or have black on white

agreements regarding expectations. Nevertheless, discussing the project with field experts during the project did help to gain focus, validate decisions and come up with new ideas.

The co-creation session with design students was successful due to the timing of it. The session was planned at the late stage of the project, where most of the insights were already collected. Discussing these insights and coming up with ideas was very valuable and resulted in ideas that later on have been used in the scenarios. By taking part in it yourself, you get challenged and creative which is harder to do on your own. For a future session in this kind of project, I would advise to have the session at the same stage of the project. It resulted in more valuable concepts than in an earlier stage.

### Detailing

Project teams often have their own natural division of roles. My role is almost never to fully detail the project but often to be the 'project manager' making decisions and managing the final result. Therefore, this learning objective has been my most personal challenge. With a clear plan, I tried to tackle this step-by-step. By forcing myself to finish my greenlight report in rough lines, I actually had time to focus on detailing and checking everything during the final part of this project. It has been demanding to keep forcing myself to make sure the details fit. It might not be perfect yet, but it has been an interesting journey to deal with the entire project myself.

### Project approach & planning

As expected at the beginning of this project, the project follows an iterative planning process where you have to adjust to unforeseen factors. Having never done a project of this size individually, planning it seems like an impossible job at the start. As it turns out, even though the planning did change during the process, the result and final phase of the project have been as scheduled. Unforeseen challenges such as communication or the coronavirus don't need to have a lot of influence when the planning of the project is approached as iterative. This perspective helped me during the process.

---

## Communication

During the project, communication has been a topic. This has to do with expectation management and the personal importance of the project. Learning to let it go and continuing without becoming dependent on other parties have been a big learning for me. I learned that a project can have big differences in priority to different stakeholders, something that does not happen too often within student project groups, and that you have to learn to let it go and act as an independent party.

## Project result

During the research phase of the project, the complexities and risky landscape became clear. There are many challenges festivals have to tackle every year and my project was only a hundred days. One of the biggest individual challenges was to make decisions regarding the direction of the project. The landscape kept fascinating me and at the beginning, even though you know it's not possible, you want to solve every single challenge for the entire industry. It helped me to come up with some boundary conditions that should be implemented in the project, one of them being a project scoped for the entire Dutch festival industry. At the end and within the timeframe of a hundred days, I think I managed to come up with a valid project that is scoped for the entire industry but specific enough so every festival can make its own tailored roadmap. It serves as an inspirational tool for festivals to start reflecting on their own organization and operation.