

Talkin' 'bout my generation

Popliefhebbers worden steeds ouder. Wat betekent dit voor de poppodia?



Foto's door Martin Waalboer (2011)

Janine Gravesteijn

Studentnummer: 3765768

Opleiding: Theater- Film- en Televisiewetenschappen, Universiteit Utrecht

Specialisatie: Kunstbeleid en –management

Begeleidend docent: Toine Minnaert

Tweede lezer: Philomeen Lelieveldt

Datum: 20 juli 2012

*I like the bed I'm sleeping in
It's just like me, it's broken in
It's not old - just older
Like a favorite pair of torn blue jeans
This skin I'm in it's alright with me
It's not old - just older*

Just Older - Jon Bon Jovi & Billy Falcon, 2000

Voorwoord

Tijdens een vrijwilligersvergadering van Cultuurpodium Boerderij vertel ik aan de aanwezige vrijwilligers dat ik mijn Master Thesis ga schrijven over de vergrijzing van de poppodia. De gehele zaal barst spontaan in lachen uit. Ik zie sommige vrijwilligers denken; wat bezielt een meisje van tweeëntwintig jaar om zich hiermee bezig te houden? Toch melden vrijwilligers van verschillende leeftijden zich ter plekke aan om mee te werken aan mijn onderzoek. Ze zijn betrokken en nieuwsgierig. Daarnaast willen ze graag praten over hetgeen waarvoor sommige van hen zich al jarenlang inzetten: Cultuurpodium Boerderij. Ook voor de bezoekers van de Boerderij geldt dat ze graag meepraten over hun passie: het bezoeken van de Boerderij en andere poppodia. Zonder de medewerking van zowel de vrijwilligers als de bezoekers van de Boerderij was deze thesis niet tot stand gekomen. Ik wil daarom alle vrijwilligers en bezoekers die hebben meegewerkt aan mijn onderzoek bedanken voor hun inzet en de leuke gesprekken die tijdens en na de focusgroep sessies plaatsvonden. Zo ging ik elke avond na de focusgroepen pas rond 12 uur 's nachts naar huis, moe maar voldaan. De leuke, spontane gesprekken hielden mij al die tijd op de been.

Daarnaast wil ik ook mijn collega's van de Boerderij bedanken voor hun steun en interesse tijdens het opzetten van mijn onderzoek. In het bijzonder wil ik Arie Verstegen bedanken voor de mogelijkheid om naast mijn werk mijn studie te kunnen voltooien. Ook ben ik heel dankbaar voor het vertrouwen van het bestuur van de Boerderij. Ik wil bestuurslid Danny Friedrichs bedanken voor zijn inzet als gespreksleider tijdens de focusgroepen. Tijdens het gehele proces stonden zowel Toine Minnaert als Philomeen Lelieveldt van de Universiteit Utrecht altijd voor mij klaar. Ook hen wil ik bedanken voor de begeleiding tijdens het schrijfproces. Tot slot wil ik ook mijn familie en vriend bedanken voor het aanhoren van al mijn verhalen. Het einde van mijn studententijd nadert, maar de toekomst biedt veel uitdagingen. Eén van die uitdagingen is de vergrijzing. Ik hoop dat u na het lezen van deze Thesis met een bredere blik naar dit begrip zult kijken.

Janine Gravesteijn

Pijnacker, juli 2012

Inhoudsopgave

1. Inleiding	6
1.1 Aanleiding.....	6
1.2 Doelstelling.....	8
1.3 De vraagstelling.....	8
1.4 Werkwijze.....	9
1.5 Relevantie.....	9
1.6 Leeswijzer.....	10
2. Theoretisch Kader	11
2.1 Vergrijzing: kans of bedreiging?	11
2.1.1 Een dubbele vergrijzing.....	11
2.1.2 Ouderen in alle soorten en maten.....	12
2.1.3 De belevingswereld van 50-plussers.....	13
2.2 Vergrijzing en cultuurdeelname	14
2.2.1 Cultuurdeelname en leeftijdsopbouw.....	14
2.2.2 Kansen voor de cultuursector.....	15
2.2.3 Ouderen, traditionele cultuur en populaire cultuur.....	16
2.3 Popmuziek en generaties	19
2.3.1 Generaties en populaire cultuur.....	19
2.3.2 Popmuziek voor alle leeftijden.....	20
2.4 Een Boerderij als poppodium	22
2.4.1 Een Boerderij als poppodium.....	22
2.4.2 Poppodia en publiekssamenstelling.....	24
2.4.3 Perspectieven voor poppodia.....	26
3. Data en methoden	28
3.1 Verantwoording onderzoeksmethode	28
3.2 Operationalisering en populatie	29
3.2.1 Werving.....	30
3.2.2 Onderzoekssetting.....	31
3.2.3 Deelnemers: bezoekers en vrijwilligers.....	31
3.3 Dataverzameling	31
3.3.1 Gespreksleidraad.....	32

4. Analyse en resultaten.....	34
4.1 Vrijwilligers aan het woord.....	34
4.1.1 <i>Leeftijdsopbouw en de betekenis van vergrijzing.....</i>	34
4.1.2 <i>Motieven voor bezoek aan poppodia.....</i>	38
4.1.3 <i>Programmering en generaties.....</i>	42
4.1.4 <i>Het verwachtingspatroon.....</i>	45
4.1.5 <i>Contact met bezoekers.....</i>	48
4.2 Bezoekers aan het woord.....	50
4.2.1 <i>Leeftijdsopbouw en de betekenis van vergrijzing.....</i>	50
4.2.2 <i>Motieven voor bezoek aan poppodia.....</i>	53
4.2.3 <i>Programmering en generaties.....</i>	59
4.1.4 <i>Het verwachtingspatroon.....</i>	64
4.2.5 <i>Contact met bezoekers.....</i>	68
5. Conclusies en aanbevelingen.....	71
5.1 Conclusies.....	71
5.1.1 <i>Vergrijzing als begrip.....</i>	71
5.1.2 <i>Vergrijzing en het bezoek aan poppodia.....</i>	72
5.1.3 <i>Programmering en vergrijzing.....</i>	73
5.1.4 <i>Wensen, behoeften en verwachtingen.....</i>	73
5.1.5 <i>Het bereiken van oudere bezoekers.....</i>	74
5.2 Aanbevelingen.....	75
5.3 Suggesties voor vervolgonderzoek.....	76
6. Literatuurlijst.....	77
7. Bijlagen.....	80
Bijlage 1: De focusgroep deelnemers.....	80
Bijlage 2: Gespreksschema.....	83

Talkin' 'bout my generation

Popliefhebbers worden steeds ouder. Wat betekent dit voor poppodia?

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

“Berichten over de alarmerende vergrijzing van de poppodia”, zo luidt de aankondiging van één van de reportages van het actualiteiten programma *Nova / Den Haag Vandaag* op 20 november 2004. In deze uitzending besteedt Nova aandacht aan de vergrijzing in het popcircuit. “Poppodia zijn aan het vergrijzen”, dat is de conclusie van de reportage en die boodschap slaat in het popcircuit in als een bom. Vanuit het veld wordt fel gereageerd, omdat er in de reportage van Nova wordt gesproken over onderzoek dat uitwijst dat jongeren niet meer naar de poppodia komen (Nova, 2004). Volgens Jaap van Beusekom, destijds directeur van het Nationaal Popinstituut, wordt hier gesproken over een onderzoek dat niet bestaat (3voor12, 2004).

De Vereniging Nederlandse Poppodia en Festivals (VNPF) reageert als volgt: “*Nova brengt onzin over de vergrijzing van het publiek van poppodia. Het klopt dat het publiek ouder wordt. Niet omdat jongeren niet meer komen, maar omdat er ook oudere jongeren komen. Ooit zijn zij op jonge leeftijd voor het eerst een poppodium binnen gelopen en zijn er niet meer weggegaan. Het publiek is daardoor alleen maar gegroeid*”. De VNPF geeft op hun website aan dat er anno 2004 gewerkt wordt aan een uitgebreid onderzoek naar de samenstelling van het poppubliek (VNPF, 2004). Dit onderzoek, *Het publiek van poppodia anno 2004*, van onderzoeksbureau Letty Ranshuysen verschijnt begin 2005. Ranshuysen enquêteerde in het najaar van 2004 meer dan 3500 bezoekers van twaalf poppodia in Nederland. In haar rapport schrijft Ranshuysen dat de ‘hardnekkige veronderstelling’ dat het publiek van poppodia veroudert, kan worden weerlegd. Ze stelt dat bezoekers naarmate ze ouder worden het poppodium wel langer trouw blijven. Zolang poppodia jonge bands en dance programmeren zal het publiek volgens haar niet verouderen, omdat er een evenredige aanwas van jong publiek is (Ranshuysen, 2005: 1). Met deze conclusie lijkt de discussie over vergrijzing in het popcircuit even gesust.

In 2009 duikt het begrip vergrijzing echter opnieuw op, dit keer in *Het grote poppodium onderzoek*, een rapport uitgegeven door de VNPF. In het rapport komt naar voren dat de leeftijdsopbouw van het publiek van de Nederlandse poppodia zich aanzienlijk heeft verbreed. Er wordt gesteld dat de gemiddelde leeftijd bij popconcerten is toegenomen. Er wordt echter een expliciete kanttekening geplaatst; “*Toch behoeft de vergrijzing enige nuancering. Er is volgens vele geïnterviewden een onbetwistbare stijging van de gemiddelde*

leeftijd zichtbaar, maar vergrijzing is hier een te krachtige term voor” (Vreeke & Van Dalen, 2009: 42).

De heftige reacties op de Nova reportage vanuit het veld hangen deels samen met de emotionele lading van het begrip vergrijzing. In Nederland is de vergrijzingproblematiek een populair onderzoeksthema. Vergrijzing is echter een gevoelig onderwerp omdat het meestal gaat over de negatieve gevolgen en kosten die het met zich meebrengt. De term vergrijzing wordt daarnaast vaak geassocieerd met slinkend publiek. Het is echter niet per definitie zo dat als het publiek vergrijst, het publiek vermindert. Op de korte termijn vergrijst het publiek vooral omdat het aandeel ouderen in de bevolking toeneemt. Hierdoor neemt de gemiddelde leeftijd toe, maar daarmee slinkt het publiek niet (Twaalfhoven, 2011: 26).

Ook fotograaf Martin Waalboer is anno 2011 gefascineerd door de vergrijzing van het publiek van de poppodia. Na aanleiding van dit thema maakte hij de fotoreportage *‘Forever Young’*, naar eigen zeggen een ode aan de voor altijd jong van geest blijvende oudere mens. Waalboer fotografeerde 50-plus concertbezoekers, om te laten zien dat het gewoon is om als 50-plusser naar een popconcert te gaan. Hij zegt hierover het volgende: *“Vaak gaat het over de oude kop van Lou Reed, Mick Jagger of Bob Dylan en hun vermogen gewoon maar door te gaan met het maken van muziek en het produceren van nieuwe albums. Nooit gaat het over de koppen van dat oude publiek en wat er in die koppen omgaat. Ik kan het wel raden: dat publiek weet van zichzelf dat het gewoon jong blijft. En terecht, want leeftijd zit tussen je oren, net als bij Bob en Lou. En het is de popmuziek die al die mensen jong houdt. Maar: terwijl de maatschappij de beroemde oude garde adoreert, omdat die lui ‘nog zo fantastisch bezig zijn’, ben je als leeftijdgenoot van die te gekke oudere muzikant volgens diezelfde maatschappij al snel een moeilijk plaatsbare oudere. Raar, waarom zou je als 50-plusser ineens tot de een of andere problematische doelgroep behoren?”* (Melkweg, 2011).

Waalboer legde zijn eigen waarnemingen met betrekking tot 50-plus concertbezoekers in beeld vast. Ook Fons Dellen, één van de makers van de spraakmakende Nova reportage over de vergrijzing in het popcircuit, geeft aan dat zijn conclusies mede gebaseerd zijn op zijn eigen waarnemingen en ervaringen (3voor12, 2004). Hoewel ik net de twintig gepasseerd ben, heb ik als concertganger, productie leider en PR-medewerker bij Cultuurpodium Boerderij in Zoetermeer, dagelijks te maken met oudere concertbezoekers. Regelmatig wordt er door bezoekers gebeld of er echt alleen maar staanplaatsen te koop zijn. Voor mensen die niet in staat zijn om lang te staan is er een mogelijkheid om een barkruk te reserveren, zodat zij tijdens het concert even kunnen gaan zitten. Aangezien er slechts enkele zitplaatsen beschikbaar zijn moet ik hen echter vaak teleurstellen. In sommige gevallen merk je dat oudere bezoekers eerder naar huis gaan omdat zij vanwege fysieke klachten niet het gehele concert kunnen volhouden. In dit soort gevallen wordt je met je neus op de feiten gedrukt. Niet alleen omdat het op de korte termijn

vervelend is voor de betreffende bezoeker, maar wat zijn de gevolgen van de vergrijzing op de lange termijn? Hoe lang blijven deze oudere bezoekers nog komen? Hoe kunnen we ervoor zorgen dat zij de poppodia niet links laten liggen? Welke verwachtingen en behoeften heeft deze 'oudere' bezoeker van de poppodia? Kortom, wat gaat er in hun 'grijze' hoofden om?

1.2 Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is het achterhalen van denkbeelden van bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij over de vergrijzing van de poppodia om in te kunnen spelen op wensen en behoeften die leven bij bezoekers. Er wordt getracht deze doelstelling te bereiken door bezoekers en vrijwilligers te laten discussiëren over hun opvattingen over de vergrijzing en het bezoek aan poppodia in focusgroep sessies.

1.3 De vraagstelling

De hoofdvraag die in dit onderzoek centraal staat luidt als volgt:

Hoe kijken bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij aan tegen de vergrijzing van de poppodia?

Om antwoord te kunnen geven op deze centrale onderzoeksvraag zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Hoe denken bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij over het thema vergrijzing en in hoeverre leeft dit thema bij hen?
2. Heeft de vergrijzing volgens bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij gevolgen voor het bezoek aan poppodia?
3. Heeft de vergrijzing volgens bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij invloed op de programmering van poppodia?
4. Wat is het verwachtingspatroon van bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij als het gaat om het inspelen op wensen en behoeften van oudere bezoekers?
5. Welke communicatiemiddelen zouden poppodia volgens bezoekers en vrijwilligers van de Cultuurpodium Boerderij moeten inzetten om oudere bezoekers te bereiken?

1.4 Werkwijze

Dit onderzoek richt zich op de vergrijzing van de poppodia. Dit verschijnsel wordt verdiept door middel van een case study. Het is een kwalitatief onderzoek dat is gericht op de opvattingen van vrijwilligers en bezoekers van Cultuurpodium Boerderij in Zoetermeer. Er wordt onderzocht hoe de bezoekers en vrijwilligers aankijken tegen de vergrijzing van de poppodia. Door middel van focusgroepen zijn de opvattingen van de vrijwilligers en bezoekers geïnventariseerd. Focusgroep onderzoek maakt het mogelijk om deelnemers te laten voortbouwen op de antwoorden van andere deelnemers. Door deze groepsdynamica is het mogelijk om meer diepgaande antwoorden te verkrijgen dan bij individuele interviews of kwantitatief publieksonderzoek (Ketelaar, Hentenaar en Kooter, 2011: 18).

1.5 Relevantie

Er is veel onderzoek gedaan naar de vergrijzing van de samenleving (Van Overbeek & Schipper, 2005; De Boer, 2006; Van Campen, 2008). Ook de cultuurdeelname van ouderen is door verschillende auteurs onderzocht (Knulst, 1992; Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009). Vergrijzing is een veel besproken thema in de wereld van de klassieke muziek (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009; Stokmans & Van Uden, 2010). Ik heb echter geen onderzoek kunnen vinden dat zich toespitst op de vergrijzing op van de poppodia. Dit onderwerp maakt deze studie wetenschappelijk relevant. Mijn Thesis draagt bij aan de kennis over vergrijzing en cultuurdeelname, in het bijzonder op het gebied van popmuziek.

De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek is inzicht verkrijgen in de mogelijke gevolgen van vergrijzing voor de poppodia. Door meer inzicht te krijgen in de gevolgen van de vergrijzing wordt het mogelijk om een toekomstvisie te ontwikkelen. In dit onderzoek wordt geprobeerd behoeften en publiekseisen van bezoekers te achterhalen om het huidige ouder wordende publiek te behouden en uit te breiden. Dit onderzoek kan daarom een inspiratiebron vormen voor zowel het management als voor de marketingafdeling van de poppodia. Dit onderzoek heeft in het bijzonder een praktische relevantie voor Cultuurpodium Boerderij, aangezien de wensen en behoeften van de bezoekers van dit poppodium in kaart worden gebracht. De uitkomsten kunnen een handvat bieden voor de ontwikkeling van een toekomstgericht publieksbeleid.

1.6 Leeswijzer

Deze Master Thesis is als volgt opgebouwd: allereerst zullen in het theoretisch kader theorieën met betrekking tot vergrijzing, cultuurdeelname en popmuziek uiteengezet worden. De eerste paragraaf van dit hoofdstuk richt zich op de betekenis van het begrip vergrijzing. Er wordt aandacht besteed aan het belang van differentiatie bij de indeling van ouderen in categorieën. Verder wordt er dieper ingegaan op de belevingswereld van 50-plussers. De tweede paragraaf richt zich op vergrijzing in samenhang met cultuurdeelname. In dit gedeelte wordt gekeken naar cultuurdeelname in relatie tot leeftijd. Ook worden de kansen van de vergrijzing voor de cultuursector belicht. De daaropvolgende paragraaf gaat dieper in op vergrijzing en popmuziek. Er wordt gekeken naar popmuziek als bindmiddel van generaties. Tot slot richt de laatste paragraaf zich op de instellingen die popmuziek presenteren, de poppodia. In het bijzonder wordt aandacht besteed aan Cultuurpodium Boerderij in Zoetermeer.

Hoofdstuk 3 biedt inzicht in de methodologie die gebruikt is om een antwoord op de onderzoeksvragen te geven. Het eerste gedeelte van dit hoofdstuk richt zich op de methodische verantwoording van deze studie. Hierbij wordt dieper ingegaan op de methode focusgroep onderzoek. Ook wordt er aandacht besteed aan de werving van de deelnemers aan de focusgroepen. Verder wordt de gespreksleidraad die tijdens de focusgroepen is gehanteerd besproken.

De uitkomsten van dit onderzoek zullen in het vierde hoofdstuk worden geanalyseerd. Het eerste gedeelte van dit hoofdstuk richt zich op de opvattingen over de vergrijzing van de poppodia van de vrijwilligers van de Boerderij. In het tweede gedeelte komen de opvattingen van de bezoekers aan bod. Tot slot volgt de conclusie waarin antwoord wordt gegeven op de onderzoeksvragen. Ook zullen er enkele aanbevelingen worden gedaan en zullen er suggesties voor nader onderzoek worden gegeven.

2. Theoretisch kader

2.1 Vergrijzing: kans of bedreiging?

De komende jaren zal de bevolking naar verwachting steeds verder vergrijzen. Volgens voorspellingen van het Sociaal Cultureel Planbureau bestaat de bevolking in 2030 voor een kwart uit 65-plussers (Schnabel, 2011: 6). Vaak worden in de media de negatieve gevolgen van de vergrijzing benadrukt. Zo heerst er grote bezorgdheid over de kosten van de vergrijzing, zoals het stijgen van pensioenkosten en kosten voor de gezondheidszorg (Schnabel, 2011: 7). Kansen met betrekking tot de vergrijzing lijken overschaduw te worden door deze negatieve berichtgeving.

2.1.1 Een dubbele vergrijzing

Een snellere vergrijzing en een hogere leeftijdsverwachting dan eerder aangenomen, dat zijn de twee meest opvallende conclusies uit de bevolkingsprognose 2010-2060 van het Centraal Bureau van de Statistiek (Van Duin & Garssen, 2010: 3). Volgens het CBS groeit het aantal 65-plussers tussen nu en 2040 van 2,4 miljoen naar 4,6 miljoen. Daarnaast stijgt de levensverwachting in de komende halve eeuw voor mannen van 78,8 naar 84,5 jaar. Bij vrouwen neemt deze levensverwachting toe van 82,7 naar 87,4 jaar (Van Duin & Garssen, 2010: 3). Er is sprake van een dubbele vergrijzing. Er komen niet alleen meer ouderen bij, maar deze ouderen hebben ook een hogere levensverwachting (Duimel, 2011: 13).

Momenteel bereikt de geboortegolf van het eerste decennium na de Tweede wereldoorlog, de zogenoemde 'babyboomers', de pensioengerechtigde leeftijd. Dit zorgt ervoor dat er in een korte periode veel niet-werkende ouderen bij komen. Ten tweede leven zij langer door verbeterde levensomstandigheden. De verbeterde gezondheidszorg en betere arbeidsomstandigheden hebben ervoor gezorgd dat de huidige levensverwachting hoger is dan vroeger, met als gevolg dat de vele ouderen ook nog eens ouder worden dan voorheen (Duimel, 2011:13). Rond 2050 zal het grootste gedeelte van de generatie babyboomers zijn overleden, waardoor de verhouding tussen de diverse leeftijdsgroepen weer evenwichtiger zal zijn. Er is dus sprake van een tijdelijk verschijnsel (Verzijden & Franssen, 2004: 1). Dat neemt niet weg dat de vergrijzing de komende jaren invloed zal hebben op de samenleving.

Vergrijzing is geen eenduidig begrip en kan op verschillende manieren worden opgevat. Zo kan er al van vergrijzing worden gesproken als het personeelsbestand van een organisatie voor het grootste gedeelte uit 40-plussers bestaat. In economische termen wordt met vergrijzing bedoeld op de verschuiving in de kwantitatieve verhouding tussen werkenden en niet-werkende ouderen (Schnabel, 2011: 7). In de culturele sector wordt de term vergrijzing vaak geassocieerd met slinkend publiek (Twaalfhoven, 2011: 26). Zo wordt het

begrip vaak in verband gebracht met de klassieke muziekwereld. Het publiek van klassieke concerten vergrijsst en over het algemeen neemt de publieke belangstelling af. Doordat er geen nieuwe aanwas van publiek is vergrijsst het publiek van de klassieke concerten (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 49-50). In deze Thesis wordt met het begrip vergrijzing bedoeld op de geleidelijke veroudering van publiek van poppodia. In het popcircuit is er wel een nieuwe aanwas van publiek, alleen neemt de gemiddelde leeftijd van de bezoekers toe omdat ouderen blijven komen. Het gaat hier niet alleen over 65-plussers die niet meer werkzaam zijn, maar ook vijftigers die nog wel werken (Schnabel, 2011: 7).

2.1.2 Ouderen in alle soorten en maten

Het is niet mogelijk om alle ouderen over één kam te scheren. Differentiatie is een kernbegrip als het om ouderen gaat. Dat niet alle ouderen hetzelfde zijn, wordt benadrukt in de publicatie *50pk. tijd voor cultuur* van Brand, Hendrikse en Kok (2009). Zij stellen dat het van belang is om ouderen niet alleen in te delen naar leeftijd, maar ook rekening te houden met levenshoudingen en levensfasen. Ouderdom kan niet meer onder één noemer worden gevangen. Zo kan er een onderscheid gemaakt worden tussen actieve ouderdom en hoge ouderdom. De groep ouderen die zich in de actieve ouderdomsfase bevindt kan zichzelf goed redden en is nog inzetbaar in de maatschappij. De groep ouderen die zich in de hoge ouderdomsfase bevindt is aangewezen op intensieve zorg van anderen en de overheid. Aan deze categorieën zitten geen afgebakende leeftijdscategorieën vast (Verzijden & Franssen, 2004: 2). Mijn thesis richt zich op ouderen die zich in de actieve ouderdomsfase bevinden en in staat zijn zelfstandig activiteiten te ondernemen.

Indeling op basis van leeftijd, is de meest eenvoudige manier om ouderen te categoriseren (Brand, Hendrikse & Kok 2009: 17). Zo onderscheidt Marion Duimel (2011) in haar publicatie *Naar het stenen tijdperk of naar de Stones*, drie leeftijdsgroepen: de aankomende ouderen (50-64 jaar), de ouderen (65-79 jarigen) en 80-plussers (Duimel, 2011: 16). Het probleem van deze manier van indelen ligt echter bij het feit dat leeftijd tegenwoordig niet vanzelfsprekend een bepaalde leeftijdsfase aanduidt. Vroeger trouwden mensen rond hetzelfde levensjaar en kregen rond dezelfde leeftijd kinderen, terwijl het tegenwoordig heel normaal is als mensen op latere leeftijd trouwen of kinderen krijgen. In die zin is de levensloop van mensen minder voorspelbaar geworden dan vroeger. Daarom wordt er steeds vaker naast leeftijd ook gekeken naar zaken als gezondheid, inkomen, generatie en belangrijke gebeurtenissen in het leven. Belangrijke gebeurtenissen, waaronder stoppen met werken, kinderen die het huis uit gaan, geboorte van de eerste kleinkinderen, overlijden van de partner of het ontstaan van gezondheidsklachten, zorgen er vaak voor dat 50-plussers anders in het leven komen te staan (Brand, Hendrikse & Kok 2009: 20).

De huidige 50-plusser verschilt sterk met die van voorgaande generaties. Hij is vitaal en actief, heeft een brede interesse, vaak een hogere opleiding en beschikt in veel gevallen over voldoende financiële middelen om activiteiten te ondernemen. Kortom, de huidige 50-plusser staat nog midden in de samenleving (Brand, Hendrikse & Kok 2009: 11).

2.1.3 De belevingswereld van 50-plussers

50-plussers staan over het algemeen positief in het leven. Zo blijkt uit onderzoek dat 77 procent van de 50-plussers geen moeite heeft met ouder worden. Iets minder dan de helft van de 50-plussers voelt zich verbonden met de eigen generatie. Opmerkelijk is dat meer dan de helft van de 50-plussers zich meer thuis lijkt te voelen bij andere generaties. Dit hangt waarschijnlijk samen met het feit dat de meerderheid van de 50-plussers zich jonger voelt dan men daadwerkelijk is. Zo voelt 40 procent van de 50-plussers zich een veertiger en 25 procent voelt zich zelfs een dertiger (50+ Expertisecentrum, 2006: 12). De meeste 50-plussers voelen zich 10 tot 15 jaar jonger dan dat zij werkelijk zijn. Ze voelen zich gezond en willen volwaardig deel uitmaken van de samenleving. Dit komt mede doordat 40 procent van de 50-plussers nog werkzaam is. De meeste 50-plussers gaan pas wanneer ze 65 jaar zijn met pensioen.

De 50-plussers die niet meer werken, hebben veel vrije tijd en besteden steeds meer van hun vrije tijd buitenshuis (Brand, Hendrikse & Kok 2009: 11). In de afgelopen 25 jaar is de vrije tijd in de leeftijdsgroep tot 60 jaar afgenomen, omdat in de meeste huishoudens zowel de man als de vrouw buitenshuis werken. Er zijn echter wel meer middelen gekomen om de vrije tijd vorm te geven. Dit zorgt voor concurrentie tussen de verschillende vormen van vrijetijdsbesteding. Boven de 50 jaar komt daar geleidelijk meer tijd voor beschikbaar en na pensionering wordt dit nog meer (Schnabel, 2011: 8)

Over het algemeen stelt de 50-plusser hoge eisen aan kwaliteit en service. Persoonlijke aandacht wordt erg gewaardeerd. Wanneer men het gevoel heeft dat hij of zij persoonlijk benaderd wordt kan dit een reden zijn dat een 50-plusser jarenlang trouw een bepaalde gelegenheid bezoekt. Daarnaast kan de sociale omgeving van een 50-plusser een belangrijke invloed uitoefenen op de keuzes die een 50-plusser maakt. Vrienden, kennissen, maar vooral ook de kinderen zijn een belangrijke bron van informatie. Wanneer 50-plussers uit eigen kring goede verhalen horen, is de stap om het product aan te schaffen praktisch al genomen. De meeste 50-plussers zijn prijsbewust. Al zien ze prijs ook als een teken van kwaliteit. 50-plussers zijn bereid meer te betalen als daar meer kwaliteit tegenover staat (Brand, Hendrikse & Kok 2009: 12). Ook wat betreft mediagedrag is de doelgroep niet te vergelijken met andere groepen. Zo neemt een 50-plusser nog echt de tijd een krant of tijdschrift te lezen. Zeker 80 procent leest een landelijk dagblad. Zestig procent leest daarnaast een regionaal dagblad (Brand, Hendrikse & Kok 2009: 12).

Meer dan de helft van de 50-plussers vindt het soms moeilijk om bij te blijven op het gebied van technologie. 52 procent van de 50-plussers verklaart echter zijn of haar best te doen om op de hoogte te blijven van nieuwe ontwikkelingen. De meningen met betrekking tot technologische ontwikkelingen zijn niet altijd positief. Zo is 71 procent van de 50-plussers van mening dat technologische ontwikkelingen bijdragen aan een onpersoonlijkere wereld (50+ Expertisecentrum, 2006: 14). Meer dan een kwart van de 50-plussers is van mening dat het leven ze overkomt, tegenover bijna 40 procent dat het gevoel heeft controle te hebben over het leven (50+ Expertisecentrum, 2006: 12).

Paul Schnabel, directeur van het Sociaal Cultureel Planbureau, stelt dat de vergrijzing naast kostenstijgingen ook positieve gevolgen met zich meebrengt. Kunst en cultuur kunnen volgens hem de vergrijzing verzilveren, door te profiteren van de groeiende groep kapitaalkrachtige ouderen met een zee aan vrije tijd (Schnabel, 2011: 6). Financieel hebben de ouderen in Nederland de meest gunstige positie van alle leeftijdsgroepen. Dit geldt zowel voor de hoogte van het inkomen als voor de omvang van het vermogen. Tot 40 jaar wordt er nauwelijks vermogen opgebouwd. In combinatie met meer vrije tijd maakt dat de groeiende groep ouderen, gepensioneerd of niet, tot een aantrekkelijke doelgroep voor culturele aanbieders (Schnabel, 2011: 9-10). In de volgende paragraaf wordt dieper ingegaan op vergrijzing en deelname aan cultuur.

2.2 Vergrijzing en cultuurdeelname

Een vergrijzende bevolking consequenties voor de deelname aan cultuur (Duimel, 2011: 15). Deze demografische ontwikkeling lijkt niet ongunstig uit te pakken voor culturele instellingen. De vergrijzing van de Nederlandse bevolking stimuleert de deelname aan cultuur (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 124-125). Ouderen hebben namelijk relatief veel interesse in cultuur. Daarbij zijn ouderen steeds hoger opgeleid en het opleidingsniveau hangt sterk samen met cultuurdeelname. Verder zijn ouderen de leeftijdsgroep met de meeste vrije tijd. In die zin biedt de vergrijzing dus kansen voor de cultuursector (Duimel, 2011: 13). In deze paragraaf wordt er ingegaan op cultuurparticipatie en de rol die leeftijd hierbij speelt. Verder worden kansen voor de cultuursector met betrekking tot de vergrijzing belicht.

2.2.1 Cultuurdeelname en leeftijdsopbouw

Uit het rapport *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars* (2009), de meest recente trendrapportage over cultuurparticipatie van het Sociaal Cultureel Planbureau, blijkt dat leeftijd een belangrijke rol speelt als het gaat om cultuurdeelname (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 14-16). Naast opleidingsniveau, is leeftijd het meest differentiërende kenmerk als het gaat om culturele belangstelling en deelname aan cultuur (Van den Broek,

De Haan & Huysmans, 2009: 42). Naar de cultuurdeelname van 50-plussers is nog maar weinig onderzoek gedaan.

In hun vrije tijd en mate van cultuurdeelname zijn de huidige ouderen veel actiever dan de ouderen van 30 jaar geleden (Duimel, 2011: 16). Verbeterde arbeidsomstandigheden, verbeterde gezondheidszorg en hogere opleiding hebben ertoe geleid dat mensen er op hogere leeftijd een actieve levensstijl op na kunnen houden. De verwachting is dan ook dat in de toekomst de cultuurdeelname van ouderen zal blijven stijgen (Duimel, 2011: 17-19). Veranderingen in de publiekssamenstelling hangen vooral samen met de leeftijd van de bezoekers. De toename aan culturele activiteit is vooral te vinden bij jongeren tot 20 jaar en bij 50-plussers (Duimel, 2011: 15). Van de groep ertussenin is bekend dat vooral zij de afgelopen decennia meer verplichtingen en dus minder vrije tijd heeft gekregen, wat zichtbaar is in de cultuurdeelname (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 122).

Cultuurdeelname is afhankelijk van levensfasen (Twaalfhoven 2011: 26). Voorbeelden van levensfasen zijn bijvoorbeeld bij de ouders wonen, een gezin met jonge kinderen hebben of de periode vanaf pensionering. Gepensioneerden en alleenstaanden hebben over het algemeen meer vrije tijd dan jonge gezinnen (Duimel, 2011: 20). Het blijkt vooral dat het hebben van jonge kinderen een negatief effect heeft op cultuurdeelname (Nagel, 2004: 3). Mensen ouder dan 40 jaar, zonder kinderen en van 65 jaar of ouder vertonen een hogere cultuurdeelname dan gemiddeld (Duimel, 2011: 20). Na het veertigste levensjaar neemt de culturele belangstelling toe (Twaalfhoven, 2011: 25). Daarnaast hangt de woonomgeving van ouderen samen met cultuurdeelname. Op het platteland is de vergrijzing veel sterker dan in stedelijke gebieden (Laarakker & Poll, 2011: 68).

Als we kijken naar de leeftijdsopbouw is het beeld bij de diverse cultuuruitingen niet eenduidig. Meer dan andere kenmerken differentieert leeftijd wie waar naartoe gaat (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 11). Cultureel erfgoed trekt relatief veel jongere ouderen (50-64 jaar), cabaret trekt vooral 20-34 jarigen en popconcerten de brede leeftijdsgroep 20 tot 50 jarigen. Bij klassieke muziek zijn oudere leeftijdsgroepen oververtegenwoordigd. Het publiek bestaat vooral uit 65-80 jarigen. Anders dan bij andere vormen van podiumkunst, zoals popmuziek, is er geen aanwas van jong publiek. Hierdoor vergrijsst het publiek van klassieke concerten (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 49-50).

2.2.2 Kansen voor de Cultuursector

Volgens Paul Schnabel (2011), directeur van het Sociaal Cultureel Planbureau, is de vergrijzing van de samenleving gunstig voor de wereld van kunst en cultuur. Schnabel vindt echter dat dit beter tot uitdrukking zou moeten komen in het cultuurbeleid van de overheid en

in de publieksoriëntatie van culturele aanbieders (Schnabel, 2011: 12). Er zijn steeds meer ouderen en ze zijn beter opgeleid dan vorige generaties, ze hebben gemiddeld meer geld te besteden, ze blijven langer vitaal en actief, ze beschikken over tijd en ze zijn mobiel. Ze zijn ook kritisch dus het is van belang dat het aanbod goed aansluit bij hun belangstelling (Schnabel, 2011: 12). In het cultuurbeleid is deze doelgroep echter zelden de groep die men wil bereiken. Het wordt zelfs als een verwijt gezien, wanneer het publiek voornamelijk uit ouderen bestaat. Het cultuurbeleid richt zich met name op jongeren en etnische minderheden (Schnabel, 2011: 10). Beleidsmakers anticiperen niet echt op de vergrijzing van het kunstpubliek. Als kunst vooral ouderen trekt is dat vaak reden tot grote zorg (Twaalfhoven 2011: 24).

Je zou verwachten dat beleidsmakers momenteel druk bezig zijn om te anticiperen op deze groeiende potentiële oudere doelgroep (Twaalfhoven, 2011: 24). Terwijl het aantal 50-plussers in snel tempo toeneemt, richten veel organisaties zich in hun marketing en communicatie toch nog steeds vooral op een jonger publiek. (Brand, Hendrikse & Kok 2009: 22). Met de wensen en behoeften van ouderen houden cultuurinstellingen weinig rekening. Volgens Schnabel geldt dit zowel voor de programmering, de manier van werven en voor voorzieningen van culturele instellingen. Voorbeelden hiervan zijn late aanvangstijden van voorstellingen, weinig zitruimte in musea en slecht leesbare tekstborden. Ouderen hechten bijvoorbeeld meer dan jongeren waarde aan ordelijke, goed verlichte en toegankelijke ruimten (Schnabel, 2011: 10). Cultuurinstellingen zouden bij de ontwikkeling en uitvoering van hun beleid nadrukkelijker rekening moeten houden met de wensen en beperkingen van 55-plussers (Twaalfhoven, 2011: 27). De cultuurminnende babyboomers zijn immers een grote en groeiende publieksgroep (Twaalfhoven, 2011: 27).

Ouderen hebben tijd en geld voor cultuurdeelname. Ook zijn ze er fysiek toe in staat, doordat huidige en toekomstige ouderen vergeleken met vorige generaties langer, 'jong', vitaal en gezond blijven. De huidige vijftigers en zestigers lijken tien jaar jonger dan hun ouders en twintig jaar jonger dan hun grootouders op die leeftijd (Jongenelen, 2011: 34). In plaats van mensen vast te pinnen op hun leeftijd doet de cultuursector er goed aan ouderen aan te spreken op hun jonge geest (Schnabel, 2011: 12).

2.2.3 Ouderen, traditionele cultuur en populaire cultuur

Cultuur is onder te verdelen in populaire cultuur en traditionele cultuur. Onder de populaire cultuur vallen onder andere popconcerten, cabaret en film. Musea, monumenten, klassieke muziek en ballet, zijn vormen van traditionele cultuur (Duimel, 2011: 15). Er zijn de laatste jaren meer ouderen en meer alleenstaanden. Daarnaast genieten nieuwe generaties van een hogere opleiding en een hoger inkomen. Deze ontwikkelingen hebben bij verschillende culturele instellingen geleid tot meer bezoekers (Duimel, 2011: 21). Als het aan de ouderen

ligt ziet het er voorlopig gunstig uit voor de cultuursector, aangezien deze groep over de 'ideale kenmerken' beschikt: hoogopgeleid, hoog inkomen, actieve levensstijl, vrije tijd, interesse in vormen van populaire cultuur, naast hun interesse voor traditionele vormen van cultuur (Duimel, 2011: 21).

Mensen in de leeftijd tot 65 jaar hebben minder vrije uren te besteden dan enkele decennia geleden, doordat er meer huishoudens zijn waarin beide partners betaald werk verrichten. Met betrekking tot de invulling van die schaarsere vrije tijd is er bovendien meer concurrentie ontstaan (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 13). Het aanbod voor vrijetijdsbesteding is in de loop der jaren steeds groter geworden. Er is minder sprake van een culturele canon, als richtsnoer bij de keuze uit dat aanbod. Daarnaast is er minder hiërarchie in het aanbod (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 125). Volgens Schnabel wordt de afstand tussen hoge en lage kunst niet meer gezien als een onoverbrugbare kloof. De populaire cultuur is geen verboden gebied meer (Schnabel, 2011: 9). Deze ontwikkeling leidde tot de opkomst van de culturele omnivoor. Ouderen hebben niet langer enkel belangstelling voor traditionele cultuur, vele combineren belangstelling voor populaire en traditionele cultuur (Duimel, 2011: 19). De vergrijzing zal dus waarschijnlijk gunstig uitpakken voor de traditionele culturele instellingen, maar ook popconcerten kunnen straks meer senioren verwachten (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 52).

De groei van het oudere publiek bij traditionele en populaire vormen van cultuur heeft niet alleen te maken met de toename van het aantal ouderen in de samenleving, maar ook met hun hogere opleidingsniveau, hogere inkomen en de mate van vrije tijd. Ook culturele voorkeuren die zij van jongs af aan hebben meegekregen spelen een rol. De nadruk op het belang van traditionele cultuur heeft een stempel gedrukt op het culturele gedrag van oudere generaties. Culturele voorkeuren worden namelijk gevormd tijdens de jeugd. Bij latere generaties was tijdens hun jeugd het populaire aanbod sterk in opkomst (Duimel, 2011: 19)

Op gebied van het bereik van populaire muziek vonden er de afgelopen jaren grote veranderingen plaats. Tussen 1995 en 2007 groeide het aandeel van de bevolking dat ten minste één maal per jaar een musical, pop- of jazzconcert bezocht van 25 procent naar 34 procent (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 51). Zoals eerder vermeld onderscheidt Duimel (2011) in haar publicatie *Naar het stenen tijdperk of naar de Stones?* drie leeftijdsgroepen: de aankomende ouderen (50-64 jaar), de ouderen (65-79 jarigen) en 80-plussers. Duimel stelt dat de aankomende ouderen het meest cultureel actief zijn. Voor elke groep zijn monumenten en musea het populairst, gevolgd door klassieke muziek. Dit geldt alleen niet voor de groep aankomende ouderen, bij hen heeft het bezoeken van popconcerten een populariteitsslag gemaakt en het bezoek aan klassieke muziek ingehaald (Duimel, 2011: 16).

Al geruime tijd vergrijst het publiek van de traditionelere vormen van cultuur. Musea en monumenten, ballet en klassieke muziek, trokken vooral meer 65-79 jarigen, terwijl er juist weer meer 50-64-jarigen naar cabaret, bioscoop en popconcerten gingen. Het bezoek aan populaire cultuur neemt momenteel toe en dat aan traditionele cultuur blijft gelijk. Het lijkt erop dat de balans in de publieke belangstelling meer doorslaat in de richting van de populaire cultuur (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 9). Bij de podia zat de populaire cultuur in de lift, terwijl de belangstelling voor klassieke muziek en opera juist afnam (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 119).

In tegenstelling tot klassieke muziek is er in het popcircuit sprake van een positieve tendens. De belangstelling voor popmuziek laat op alle fronten groei zien. Het bereik steeg sinds 1983 van minder dan een vijfde naar ruim een derde van de bevolking. Daardoor steeg het aantal bezoeken aan een popconcert (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 51). De belangstelling voor popconcerten groeide in nagenoeg alle lagen van de bevolking. Hoewel het in de oudste leeftijdscategorieën nog niet zo vanzelfsprekend is, is een bezoek aan popconcerten allerm minst een zaak van alleen jongeren. Integendeel, het bereik van popconcerten is onder tieners kleiner dan onder mensen in de leeftijd tussen 20 en 50 jaar. Ook op hogere leeftijd gaat men steeds vaker naar popconcerten (Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 52). In tabel 2.1 is een overzicht te zien van het bezoek aan popconcerten in Nederland van 1995 tot en met 2007. De gegevens zijn afkomstig van het Aanvullend voorzieningengebruikonderzoek (AVO) '95-'07. Hieruit blijkt dat de belangstelling voor popconcerten bij vrijwel alle leeftijdsgroepen is toegenomen. Deze tabel kan echter een vertekend beeld van de werkelijkheid zijn, aangezien het SCP ook musicals onder popmuziek schaaft.

Tabel 2.1 Bezoek aan popconcerten naar leeftijdsgroep (%)

Leeftijd	1995	1999	2003	2007
6-11	6	15	22	22
12-19	29	36	32	37
20-34	43	43	46	44
35-49	28	31	39	43
50-64	15	19	26	31
65-79	7	9	9	15
>80	3	2	3	4

(Bron: SCP AVO '95-'07 in *Van den Broek, De Haan & Huysmans, 2009: 51*)

2.3 Popmuziek en generaties

In de beginjaren was popmuziek voorbehouden aan de jongere generatie, die zich daarmee afzette tegen haar ouders. Uit onderzoek blijkt echter dat mensen de muziek uit hun tienertijd de rest van hun leven meenemen (Nuchelmans, 2011: 40). Dit betekent dat de doelgroep van popmuziek steeds breder wordt. Zo zijn tegenwoordig bij optredens van pop- en rockgroepen uit de jaren '60 en '70 veel ouderen te vinden, terwijl in de jaren '60 en '70 hun publiek over het algemeen uit jongeren bestond. De gemiddelde leeftijd van het publiek neemt langzaam toe (Schnabel, 2011: 7). Popmuziek krijgt een breder bereik doordat er naast jongeren steeds meer oudere popliefhebbers bij komen (Twaalfhoven, 2011: 3). Deze paragraaf richt zich op het begrip generatie in samenhang met de populaire cultuur.

2.3.1 *Generaties en populaire cultuur*

Het begrip generatie kan uiteenlopende beelden oproepen. Aan de ene kant bestaan er generaties binnen families. In dit geval wordt er gesproken van het familiale generatiebegrip. Aan de andere kant kan de term generatie duiden op kenmerken van gehele bevolkingsgroepen uit verschillende geboortejaren, het zogenaamde maatschappelijke generatiebegrip (Van den Broek, Bronneman & Veldheer, 2010: 11). In deze thesis gaat het om de tweede interpretatie van het begrip generatie. Tot welke generatie iemand behoort is van belang, omdat dit iets zegt over de omstandigheden in de tijd dat zij hun culturele voorkeuren meekregen. In die zin kan er gekeken worden hoe deze voorkeuren doorwerken in hun latere leven (Duimel, 2011: 20).

Zoals in de vorige paragraaf naar voren kwam, verschillen generaties in hun niveau van deelname aan verschillende cultuurvormen. Een generatie is een groep mensen geboren tussen twee jaartallen. De babyboomgeneratie is bijvoorbeeld de generatie van 1946-1955. Met andere woorden, mensen die in deze periode zijn geboren behoren tot dezelfde generatie. Uit het rapport *Generaties in Nederland* (2010) van het Sociaal Cultureel Planbureau blijkt dat het behoren tot een bepaalde generatie sterker samenhangt met het bezoek aan populaire cultuur dan aan traditionele cultuur. Vergeleken met de generatie van 1936-1944 hebben alle generaties daarvoor minder interesse in populaire cultuur, maar de latere generaties elk steeds meer. Als dit zo blijft, betekent dit een groei voor het bezoek aan populaire cultuur (Duimel, 2011: 20).

De oorsprong van de populaire cultuur en daarbij de popmuziek, ligt in de Verenigde Staten. In de eerste tien jaar na de Tweede Wereldoorlog vormde zich in de Verenigde Staten een jongerencultuur, die al snel in één adem werd genoemd met het begrip populaire cultuur. Jongeren hadden meer geld te besteden. Ze konden daardoor voorzien in hun eigen vervoer, kleedden zich anders dan hun ouders, luisterden naar andere muziek en creëerden hun eigen ontmoetingsplaatsen. Dit was het begin van het in de literatuur veel besproken

generatieconflict (Mutsaers, 1998: 159). Het imago van de naoorlogse generatie werd geleidelijk steeds zorgwekkender. De problemen rondom deze generatie werden direct gekoppeld aan de nieuwe muziekcultuur (Mutsaers, 1998: 160).

In 1954 werd de naam 'rock-'n-roll' de officiële verzamelnaam voor de populaire muziek die op tieners gericht was (Mutsaers, 1998: 160). Jongeren hadden een nieuwe, eigen muziekwereld gecreëerd, waarvan de ouderen als consumenten uitgesloten waren. Er werd steeds vaker gesproken over een generatieprobleem of generatiekloof (Mutsaers, 1998: 161). De titel van deze thesis; *Talkin' 'bout my generation*, verwijst naar het lied van het verzet tegen de ouderen uit die periode, *My Generation*. Dit nummer van de Londense band The Who uit 1965, met de beroemde uitspraak: "*I hope I die before I get old*", zorgde ervoor dat de sixties generatie een protestimago kreeg. Kort daarna werd de nieuwe popmuziek erkend als een serieuze muziekvorm onder de naam 'rock' (Mutsaers, 1998: 162). De generatie van de jaren '60 heeft aanstoot gegeven tot een culturele verandering met verstrekkende gevolgen voor de wereld van kunst en cultuur. De grensvervaging tussen traditionele en populaire cultuur is een blijvend effect van de toenmalige stijging van het cultuurgood popmuziek (Mutsaers, 1998: 163).

De popgeschiedenis wordt gekenmerkt door vernieuwing en verandering en trekt voortdurend nieuwe publieksgroepen aan. Iedere generatie ontdekt, ontwikkelt en koestert een muziekgenre. Popmuziek breekt voortdurend met tradities (Mutsaers, 1998: 170). Muziek wordt in de loop van de geschiedenis door jongeren ingezet om zich af te zetten tegen hun ouders en om een nieuwe generatie te binden (Mutsaers, 1998: 172-173). Bij popmuziek horen al sinds de jaren vijftig bepaalde uiterlijke jongerenstijlen. Jongerenstijlen worden niet voor niets naar popmuziekgenres genoemd. Popmuziek is bij uitstek het identificatiemiddel voor jongeren (Mutsaers, 1998: 157). Op het moment dat een nieuwe groep of soloartiest door een identificeerbare en in termen van stijl beschrijfbaar publieksgroep wordt opgepikt, wordt er in de media al snel van een 'nieuwe generatie' popmuziekgebruikers gesproken. Op deze manier wordt het begrip generatie gekoppeld aan de vluchtigheid en de hoge omloopsnelheid van popmuziektrends. In het geval van artiesten die langer dan een paar jaar populair blijven, wordt de generatiebindende kracht van hun muziek verbonden aan de jaren waarin de artiest opkwam (Mutsaers, 1998: 158).

2.3.2 Popmuziek voor alle leeftijden

Het beeld van het soort popmuziek dat jongeren mooi vinden verandert voortdurend. De kern van popmuziek is de hitparade. Een kenmerk van nummers in de hitparade is dat de lengte van deze songs is beperkt tot drie à vier minuten, zodat deze nummers gemakkelijk in de radioprogrammering in te passen zijn (Ter Bogt, 1997: 11). Naast de hitparade muziek ontwikkelde zich sinds de jaren '50 verschillende popstijlen, waaronder; rock, soul, folk,

reggae, funk, disco, heavy metal, house en rap. Dergelijke popstijlen zijn niet uitgesloten van de hitparade, maar vaak zijn het de melodieuze nummers met een opvallende ritmische structuur die hierin terecht komen (Ter Bogt, 1997: 11-12). Voorkeur voor een bepaalde vorm van popmuziek hangt samen met de mate van identificatie. Jongeren zoeken muziek die aansluit bij hun belevingswereld (Ter Bogt, 1997: 12).

Tom ter Bogt (1997) stelt dat er verschillende motieven zijn voor jongeren om naar popmuziek luisteren. Ten eerste omdat ze de muziek eenvoudigweg mooi vinden. Ten tweede vanwege de vorm en de sfeer; een drijvende beat, kunstige gitaarriffs en de kleur van de zang. Daarnaast is de presentatie van de artiest van groot belang. Dit hangt met name samen met de opkomst van de televisie, waarbij de videoclip het dominante medium werd voor de popularisering van de popmuziek. Jongeren voelen zich ook vaak tot popmuziek aangetrokken, omdat zij zelf dromen van een carrière als muzikant of omdat de levenswijze van de artiest als aantrekkelijk wordt gezien. Zo kan een artiest als identificatieobject dienen (Ter Bogt, 1997: 14-15).

Tegenwoordig overheerst acceptatie van popmuziek en respecteren volwassenen het feit dat popmuziek voor jongeren een belangrijk onderdeel is van hun vrijetijdsbesteding (Ter Bogt, 1997: 11). Het luisteren naar popmuziek wordt op steeds jongere leeftijd gestimuleerd. Vanaf de kleutertijd zijn er al groepen zoals K3, waar je als kind fan van kunt worden. Popmuziek is al lang geen jongerencultuur meer, maar voor alle leeftijden (Kamer, 2008: 175). Popmuziek is niet langer een muziekgenre voorbehouden aan de jongeren generatie. Zo zie je tijdens concerten van The Rolling Stones vaak verschillende generaties die gezamenlijk genieten van het concert. Kinderen worden vergezeld door hun ouders, iets wat vroeger ondenkbaar was (Nuchelmans, 2011: 40).

Popmuziek is verbonden met generaties die er mee zijn opgegroeid, maar niet aan de oudere generaties, zoals bijvoorbeeld de huidige 80-plussers (Duimel, 2011: 20). Daarentegen zijn de zogenoemde Babyboomers opgegroeid in de jaren '60, van jongs af aan vertrouwd met popmuziek. Het is dus niet vreemd dat deze toekomstige ouderen van popmuziek blijven houden naarmate ze ouder worden. De oudere popliefhebbers blijven steeds langer doorluisteren naar popmuziek. Zij luisteren zowel naar hun generatiegenoten als naar jongere singer-songwriters, geïnspireerd op hun oude voorgangers (Kamer, 2008: 175). Verouderde popmuziekgenres leven voort op de podia, juist omdat er een sterke generatiebinding vanuit gaat. De talloze 80's en 90's party's wijzen op de behoefte van het collectief om de muziek van toen te herbeleven (Mutsaers, 1998: 176).

Opvallend is dat aan de ene kant de consument steeds minder wil betalen voor opgenomen muziek, die is immers vaak gemakkelijk gratis te downloaden. Aan de andere kant is de bereidheid om veel geld te betalen voor concerten van diezelfde artiesten veel groter geworden. Concertbezoek neemt toe en kaartjes worden duurder. Een artiest ging

vroeger op tournee om zijn nieuwe album te promoten. Tegenwoordig brengt een artiest een nieuwe plaat uit, om zijn tournee onder de aandacht te brengen. Daar wordt het meeste geld mee verdiend. Het live-circuit is momenteel het meest gezonde deel van de popindustrie (Kamer, 2008: 175-176). De volgende paragraaf richt zich op de organisaties die live popmuziek presenteren, de poppodia.

2.4 Poppodia als fenomeen

Nederland kent een levendige popcultuur. Een belangrijk onderdeel van deze popcultuur zijn de poppodia, organisaties gespecialiseerd in het presenteren van live popmuziek. Het grootste deel van de activiteiten bestaat uit popconcerten (Dee & Schans, 2010: 5). Deze paragraaf richt zich op het fenomeen 'poppodium'. In het bijzonder wordt er aandacht besteed aan Cultuurpodium Boerderij in Zoetermeer. Daarnaast komt de publieksamenstelling van poppodia aan bod. Tot slot wordt gekeken welke perspectieven de vergrijzing kan bieden voor poppodia.

2.4.1 Een Boerderij als poppodium

Dit onderzoek richt zich op vrijwilligers en bezoekers van Cultuurpodium Boerderij (Boerderij). De Boerderij is een poppodium in Zoetermeer, dat al jaren door het Nederlands Fonds voor Podiumkunsten wordt erkend als kernpodium. Het fonds maakt onderscheid tussen A, B en C podia. Vanaf 1 januari 2010 is de Boerderij officieel benoemd tot een A-podium. A-Podia zijn kernpodia die beschikken over een zaalcapaciteit van minimaal 450 bezoekers, minimaal honderd popactiviteiten per jaar organiseren en minimaal 25 subsidiabele concerten per jaar hebben (Verstegen, 2012: 20). De Boerderij heeft de beschikking over twee ruimtes, één grote zaal met een capaciteit van 750 bezoekers en een podiumcafé voor optredens geschikt tot 100 bezoekers (Verstegen, 2012: 20). Het poppodium is voor een groot deel afhankelijk van vrijwilligers. Er is een bestand van gemiddeld 120 personen die voor allerlei werkzaamheden worden ingezet, zoals bij de kassa, bar, muntenverkoop en werkzaamheden omtrent licht en geluid.

Het programma van de Boerderij bestaat voornamelijk uit concerten. Met name de genres Rock, Progressieve rock, Symfo, Blues, en Jazz worden zeer regelmatig geprogrammeerd. Op het gebied van Fusion/Jazz is de Boerderij sinds 2008 toonaangevend geworden in Nederland. Naast de eerder genoemde genres zijn er ook dance- en cabaretavonden in de Boerderij. Deze danceavonden voorzien in een behoefte bij de "oudere jongeren" die een avondje wil dansen op de muziek van de 70/80 en 90er jaren. Het cabaretaanbod van de Boerderij kent vooraanstaande cabaretiers als Gavier Guzman en Arie Koomen. Soms zijn dit try outs van cabaretshows. Wekelijks repeteren er 50 bands in de oefenruimtes bij de Boerderij. De oefenruimtes worden voornamelijk in de avonden en

in het weekend verhuurd. In 2009 trok de Boerderij meer dan 48.000 bezoekers (Verstegen, 2012: 7).

Nederland neemt een unieke positie in op het gebied van poparchitectuur. Nergens in de wereld is de podiadichtheid zo groot (Jolles & Van Beusekom, 2007: 11). Het fenomeen 'poppodium' bestaat pas sinds de jaren '70 van de vorige eeuw. Net als veel andere poppodia in Nederland is de Boerderij in de jaren '70 ontstaan uit een kraakbeweging (Cultuurpodium Boerderij, 2009). De eerste poppodia ontstonden in panden die niet specifiek ontworpen waren voor het presenteren van live muziek: een leegstaande bioscoop (Nighttown Rotterdam), een Boerderij (Zoetermeer), een voormalig verenigingsgebouw (Tivoli Utrecht), een kerk (Paradiso Amsterdam) en veel andere panden die nog te herkennen zijn aan de namen van de poppodia, zoals het Burgerweeshuis en de Melkweg. De leegstaande bioscopen, kerken en fabrieken waarover het gaat, kwamen toevallig rond de jaren '70 leeg te staan en hier werd gebruik van gemaakt door initiatiefnemers van de podia (Zwaans & Van Oort, 2007: 2). Zolang er een podium in kon en licht, geluid, stroom, publiek en een bar dan was een pand geschikt (Jolles, 2007: 25).

In de beginjaren werden de poppodia geëxploiteerd door vrijwilligers; de exploitatie geschiedde zonder overheidssteun. Pas vanaf midden jaren '80 begon de subsidiëring vanuit de overheid. De meeste poppodia waren open jongerencentra beheerd door een stichting zonder winstoogmerk met een onbezoldigd bestuur (Van Beusekom, 2007: 13). Dit geldt ook voor de Boerderij, die in 1975 door de gemeente Zoetermeer werd erkend. In de daaropvolgende jaren ontwikkelde de Boerderij zich van Open Jongerencentrum tot Cultuurpodium. De Boerderij is tot op heden een stichting en draagt sinds kort officieel de naam Cultuurpodium Boerderij, voorheen was de naam Stichting jongerenwerk Zoetermeer. Hieraan is af te leiden dat ook de Boerderij ontstaan is uit het jongerenwerkcircuit.

Tijdens de economische opleving van de jaren '90 werd een begin gemaakt met de grootschalige verbouwing en vervanging van de oude panden. Zo verhuisde de Boerderij eind jaren '90 van een oorspronkelijke oude Boerderij, naar het huidige pand aan de Amerikaweg in Zoetermeer, dat speciaal voor de presentatie van popmuziek is ontworpen (Boerderij, 2009). De aanleiding voor de vervanging van de panden was een veranderde wetgeving ten aanzien van milieuwetgeving en arbeidsomstandigheden. Daarnaast speelden de wensen en behoeften van de bezoekers een rol (Zwaans & Van Oort, 2007: 2-3). Het publiek van poppodia bestaat steeds vaker, behalve uit jongeren, ook uit mensen die samen met de popmuziek ouder zijn geworden en meer comfort eisen. Zo is een garderobe geen luxe meer, maar een voorwaarde (Jolles, 2007: 25). De eisen van het publiek zijn in de loop der tijd gestaag gestegen. Het publiek wil niet meer in de rij staan, niet meer in rokerige, lawaaijige, donkere ruimtes in de bierplassen staan en daarnaast worden de geluidskwaliteit en de akoestiek steeds belangrijker. Dit kan een gevolg zijn van de

verandering van de samenstelling van het publiek, namelijk zowel ouder als jonger publiek, meer vrouwen en meer allochtonen (Zwaans & Van Oort, 2007: 3). In paragraaf 2.4.3 wordt dieper ingegaan op de publiekssamenstelling van poppodia.

2.4.2 Poppodia en publiekssamenstelling

Er zijn verschillende soorten poppodia. De Vereniging Nederlandse Podia en Festivals maakt een onderscheid tussen kleine poppodia (capaciteit tot 400 mensen), middelgrote poppodia (capaciteit van 400-1000 mensen) en grote poppodia (capaciteit van 1000 tot meer mensen) (Dee & Schans, 2010: 7). Cultuurpodium Boerderij wordt met een capaciteit van 750 bezoekers gerekend tot de middelgrote poppodia. Uit onderzoek van Letty Ranshuysen komt naar voren dat het publiek van kleine, middelgrote en grote poppodia van elkaar verschilt. Uit het onderzoek blijkt dat hoe kleiner het podium is des te jonger het publiek. Ook de bezoekfrequentie hangt sterk samen met het podiumtype: hoe kleiner het podium, hoe trouwer het publiek. Kleine podia hebben het meest trouwe publiek. Daarentegen hebben grote podia relatief weinig bezoekers die regelmatig terugkomen. Bij middelgrote podia komt het publiek gemiddeld 5 keer per jaar (Ranshuysen, 2005: 18-21).

De verschillen in het publiek van de verschillende soorten podia hangen tevens samen met de plaats waar het podium gevestigd is. De meeste poppodia bevinden zich, net als het aantal inwoners, in het zuiden en het westen van Nederland, met name in de grote steden (Dee & Schans, 2010: 7). Grote podia zijn vaak in grote steden gevestigd en daar is er sprake van een andere bevolkingsopbouw dan in middelgrote steden en kleine gemeenten. Gemiddeld komt 57 procent van het publiek van poppodia uit de directe omgeving. Hiermee wordt bedoeld de plaats waarin het poppodium gevestigd is. Daarnaast verschilt de programmering tussen de drie typen podia, wat van invloed is op de leeftijdsopbouw van het publiek (Ranshuysen, 2005: 20). Grote podia programmeren de hele week door een gevarieerd aanbod. Middelgrote en kleine podia zijn een stuk beperkter in hun aanbod. Dit hangt samen met de gages van de bands. Grotere bands vragen hogere gages en zijn daarom soms onbereikbaar voor kleinere podia (Nuchelmans, 2011: 43). Hoe groter het podium hoe meer publiek het aantrekt van buiten de eigen omgeving. Over het algemeen geldt hoe groter de artiest, en hoe unieker het optreden, hoe verder een bezoeker ervoor wil reizen (Vreeke & Van Dalen, 2009: 40-41).

Uit het onderzoek van Ranshuysen (2005) blijkt dat de gemiddelde leeftijd van het publiek van poppodia 25 jaar is. Dat neemt niet weg dat het publiek in de loop der jaren zich steeds verder heeft verbreed. Oudere bezoekers blijven hun oude liefde, popmuziek, trouw. Het lijkt erop dat de ontwikkeling dat men op steeds jongere leeftijd start met uitgaan, in dit geval zwaarder lijkt te wegen dan de trend dat het uitgaanspubliek verouderd. Mannen domineren het poppodiumpubliek. Door de toenemende interesse voor poppodia onder

vrouwen neemt het aandeel vrouwelijke poppodiumbezoekers gestaag toe (Ranshuysen, 2005: 20).

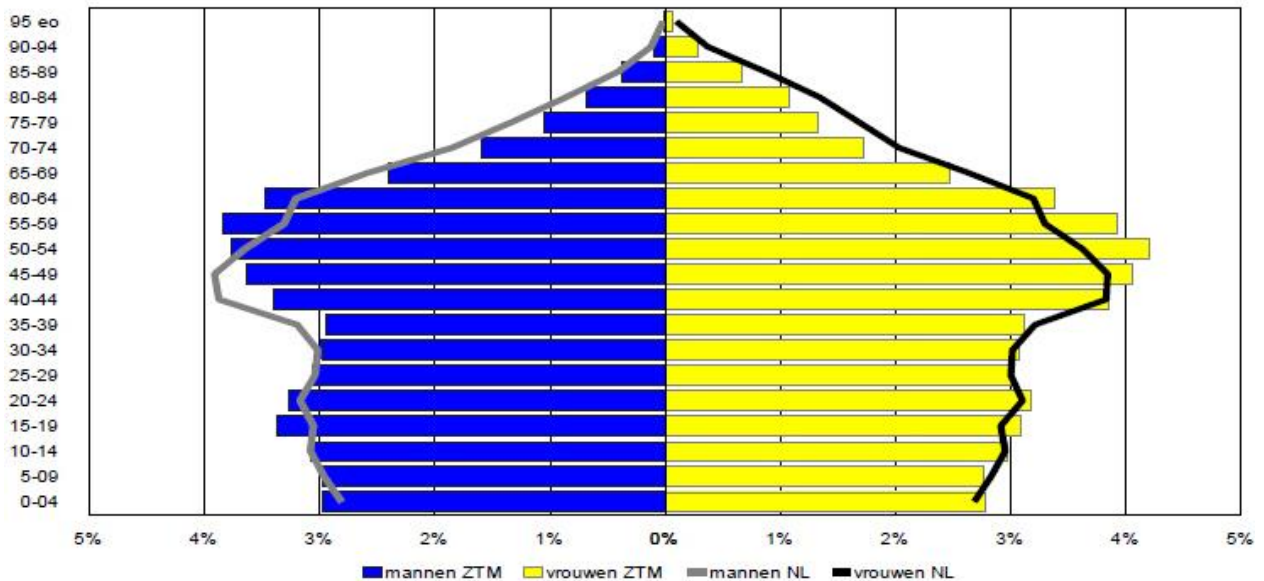
Zoals in eerdere paragrafen naar voren is gekomen, is de Nederlandse bevolking aan het vergrijzen. Deze veranderende samenstelling van de Nederlandse bevolking is zichtbaar in de publiekssamenstelling van poppodia (Vreeke & Van Dalen, 2008: 41-42). Hoewel de Nederlandse poppodia geen structureel publieksonderzoek doen, is er voldoende basis om te concluderen dat de leeftijdsopbouw van het publiek bij de Nederlandse poppodia zich aanzienlijk heeft verbreed. Naast onderzoek van Letty Ranshuysen (2005) waarin deze ontwikkeling wordt gesignaleerd, wijst ook Het grote poppodium onderzoek van Vreeke & Van Dalen (2009) uit dat de gemiddelde leeftijd bij concerten is toegenomen. Zij stellen wel dat de vergrijzing enige nuancering kent. Er is een stijging van de gemiddelde leeftijd zichtbaar, maar jongeren blijven over het algemeen de primaire doelgroep bij de poppodia. (Vreeke & Van Dalen, 2009: 42).

In 2011 heb ik een uitgebreid publieksonderzoek uitgevoerd ten behoeve van Cultuurpodium Boerderij. Voor de ontwikkeling van het publieksbeleid wenste de Boerderij meer inzicht te krijgen in haar huidige bezoekers. 157 bezoekers namen deel aan dit publieksonderzoek en vulden een uitgebreide enquête in. De respondenten waren tussen de 18 en 63 jaar oud. Het bleek dat de gemiddelde leeftijd van de bezoekers van de Boerderij 46 jaar is (Gravesteijn, 2011: 3). Dit is vergeleken met de gemiddelde leeftijd van 25 jaar die uit het onderzoek van Ranshuysen naar voren kwam relatief oud. Het is daarom interessant om te kijken naar de bevolkingsopbouw van Zoetermeer, de gemeente waarin Cultuurpodium Boerderij gevestigd is.

In figuur 1.1 is de bevolkingsopbouw van Nederland tegenover de bevolkingsopbouw van Zoetermeer gezet. De grijze en de zwarte lijn duiden de bevolking van Nederland als geheel aan. Het blijkt dat de bevolking van Zoetermeer redelijk overeenkomt met de landelijke bevolking. In beide gevallen zijn de oudere leeftijdsgroepen (40-64 jaar) groter dan de jongere leeftijdscategorieën. De gemiddelde leeftijd van de bevolking van Zoetermeer ligt iets hoger dan de gemiddelde leeftijd in Nederland. Opvallend is dat de bevolking van Zoetermeer zowel uit meer mannen als vrouwen in de leeftijdsgroep 55-59 jaar bestaat in vergelijking met de Nederlandse bevolking. Ook zijn er in Zoetermeer over gemiddeld meer vrouwen van 50-54 jaar dan in Nederland. Aangezien het aantal ouderen in Zoetermeer oververtegenwoordigd is, is het voor een podium als de Boerderij interessant om zich te richten op de oudere doelgroep. Uit het eerder uitgevoerde enquêteonderzoek blijkt echter dat het publiek van de Boerderij niet alleen uit Zoetermeer komt. Het podium lijkt behalve een lokale functie ook een regionale functie te vervullen (Gravesteijn, 2011: 10).

Figuur 1.1 Bevolkingsopbouw van Zoetermeer en Nederland

Bevolkingspiramide Zoetermeer en Nederland, 1 januari 2012



(Bron: Gemeente Zoetermeer, 2012. Bevolkingspiramide Zoetermeer en Nederland 1 januari 2012. Geraadpleegd op 15 juli 2012 via www.zoetermeer.nl)

2.4.3 Perspectieven voor poppodia

Pierre Ballings, directeur van Paradiso, stelt in een interview met Boekman redacteur André Nuchelmans dat het publiek zo oud is als de band die op het podium staat. Al zal er volgens hem altijd een jonger publiek zijn dat op de oudere band afkomt. Daarnaast zijn er ook ouderen die op nieuwe muziek afkomen, maar dit aandeel is volgens hem aanvankelijk kleiner (Nuchelmans, 2011: 43). De popliefhebber wordt gemiddeld steeds ouder. Dit biedt perspectieven voor poppodia. De muziekindustrie heeft haar zinnen al op de oudere popliefhebber gezet. Oudere muzikliefhebbers kopen hun cd's nog in een cd-winkel, zijn geïnteresseerd in luxe editions en hebben hier ook budget voor (Nuchelmans, 2011: 41).

Arno Prins van Muziekresearch.nl zegt in een interview met Nuchelmans (2011) dat er voor podia in de regio een mogelijkheid ligt om meer inkomsten te genereren door concerten in voorkeursgenres van oudere muzikliefhebbers te organiseren. Hij stelt dat de grotere podia niet de noodzaak hebben om zich op een specifieke doelgroep te richten, maar dat dit voor podia in de regio wel interessant kan zijn. Het is dan wel van belang om rekening te houden met de eisen die een ouder publiek stelt (Nuchelmans, 2011: 43-44). In dit onderzoek wordt getracht om wensen en behoeften van oudere bezoekers van de Boerderij te inventariseren. Er wordt gekeken in hoeverre er moet worden ingespeeld op deze wensen en behoeften, om de oudere poppodiumbezoeker te behouden en deze doelgroep uit te breiden. Het is namelijk van belang om deze doelgroep te bedienen, omdat deze bezoekers

relatief veel vrije tijd hebben en daarnaast ook vaak kapitaalkrchtig zijn. Kortom, de oudere popliefhebber is een interessante doelgroep voor de poppodia. In het volgende hoofdstuk wordt ingegaan op de onderzoeksmethode die gedurende dit onderzoek is toegepast.

3. Data en methode

3.1 Verantwoording onderzoeksmethode

Het grootste deel van het publieksonderzoek met betrekking tot podia bestaat uit enquêteonderzoek. Letty Ranshuysen (1999) stelt echter dat directies van podia wel eens veel meer kunnen hebben aan onderzoek waarin het publiek zelf aan het woord komt in plaats van statistische informatie over sociaal-geografische achtergrondkenmerken waar de meeste enquêtes naar toe leiden. Deze statistische gegevens geven volgens haar wel inzicht in basiskenmerken, maar kunnen geen antwoord geven op complexere vragen: zoals wat beleeft de bezoeker? Kwalitatief onderzoek biedt hierin de uitkomst, omdat er sprake is van meer diepgang en daarnaast kan er worden gekeken naar persoonlijke waarden en geschiedenissen die een rol spelen bij het besluit om een podium te bezoeken (Ranshuysen, 1999: 44). Daarom is in dit onderzoek gekozen voor een kwalitatieve benadering. In dit hoofdstuk wordt deze keuze nader toegelicht.

Na aanleiding van een door mij eerder uitgevoerd enquêteonderzoek in 2011 van Cultuurpodium Boerderij, waarin naar voren kwam dat de gemiddelde leeftijd van de bezoekers 46 jaar is, ben ik in gesprek gegaan met directeur Arie Verstegen over een kwalitatief onderzoek met focusgroepen. Nadat ik mijn ideeën ook aan het bestuur van Cultuurpodium Boerderij heb voorgelegd, heb ik bestuurslid Danny Friedrichs benaderd of hij tijdens de focusgroepen als gespreksleider wilde fungeren. Hij stemde meteen toe en samen met het bestuur gaf hij mij input en nieuwe inspiratie om verder te bouwen aan de uitwerking van het onderzoek.

Voor het opzetten van het focusgroep onderzoek is gebruikt gemaakt van het boek *Groepen in focus* (2011) van Paul Ketelaar, Felix Hentenaar en Marloes Kooter. Dit boek vormt een theoretische handleiding met een praktische inslag voor het uitvoeren van focusgroep onderzoek. Het doel van focusgroep onderzoek is het inventariseren van opvattingen binnen bepaalde groepen. Groepsdynamica speelt een centrale rol in de uitvoering van focusgroep onderzoek (Ketelaar, Hentenaar en Kooter, 2011: 15). Er wordt gebruik gemaakt van de groepsdynamica om door middel van de interactie tussen deelnemers in een groep dieper inzicht te krijgen in percepties, motieven en houdingen van personen. In focusgroep onderzoek ligt de nadruk op menselijk contact, dat wil zeggen dat focusgroep onderzoek meer gericht is op verdieping van betekenissen en niet op metingen (Ketelaar, Hentenaar en Kooter, 2011: 18). Kenmerken van deelnemers zelf en deelnemers onderling, maar ook de onderzoekssetting kunnen invloed hebben op de interactie in de focusgroepen (Ketelaar, Hentenaar en Kooter, 2011: 15).

Het voordeel van focusgroep onderzoek is dat deze methode respondenten toe staat om te reageren en voort te bouwen op de antwoorden van andere deelnemers in de groep. Dit synergetisch effect van de groepssetting resulteert in het voorbrengen van data die niet zouden zijn ontdekt in individuele interviews (Ketelaar, Hentenaar en Kooter, 2011: 25). Een nadeel van focusgroep onderzoek is dat generalisatie van de uitkomsten van de focusgroepen niet mogelijk is door het geringe aantal respondenten dat deelneemt. Daarnaast zijn de antwoorden van deelnemers niet onafhankelijk van elkaar en ook dit aspect beperkt de generaliseerbaarheid van de resultaten. Er moet rekening worden gehouden met het feit dat focusgroep onderzoek een opzichzelfstaande gebeurtenis is. Hetgeen wat gezegd is, geldt alleen binnen de specifieke context van de focusgroep sessie. Deelnemers kunnen immers hun werkelijke mening verzwijgen (Ketelaar, Hentenaar en Kooter, 2011: 25).

Het doel van deze studie is het verkrijgen van meningen en houdingen ten aanzien van de vergrijzing van de poppodia. Daarnaast wordt gekeken welke wensen er leven en is er ruimte voor het stimuleren van nieuwe ideeën en creatieve concepten (Ketelaar, Hentenaar en Kooter, 2011: 21). Dit focusgroep onderzoek moet inzicht bieden in meningen en denkbeelden over vergrijzing van de poppodia. Er wordt getracht te achterhalen hoe vrijwilligers en bezoekers tegen het begrip vergrijzing aankijken. Het onderzoek is bedoeld om ideeën te genereren om in de behoeften van de oudere bezoekers te voorzien. De uitkomsten van de focusgroepen vormen input voor het marketingbeleid van Cultuurpodium Boerderij. De focusgroepen kunnen materiaal voor kwaliteitsverbetering opleveren. Men hoort hoe bezoekers en vrijwilligers een bezoek beleven en op welke punten aanpassingen gedaan zouden kunnen worden.

3.2 Operationalisering en populatie

In deze paragraaf wordt aandacht besteed aan de deelnemers van het focusgroep onderzoek. Allereerst wordt er inzicht gegeven in de werving van de deelnemers. Vervolgens wordt er ingegaan op de onderzoekssetting en de kenmerken van de deelnemers.

3.2.1 Werving

Aangezien ik zelf al enkele jaren als vrijwilliger bij de Boerderij werk, was er een grote betrokkenheid onder de vrijwilligers om mee te werken aan het onderzoek. Ik heb hen per e-mail benaderd en tijdens de medewerkersvergaderingen opgeroepen om mee te werken aan mijn onderzoek. Naast mijn vrijwilliger inzet ben ik ook fulltime werkzaam als publiciteitsmedewerker bij de Boerderij. Hierdoor had ik de beschikking over verschillende middelen om de bezoekers te benaderen. Zo heb ik een oproep geplaatst op de website van de Boerderij en in de digitale Boerderij nieuwsbrief, heeft er een oproep gestaan op de

Facebook- en Twitter pagina van de Boerderij. Daarnaast heb ik een persbericht over het onderzoek naar AD/Haagsche Courant gestuurd. Enkele dagen later werd er een oproep in de krant geplaatst. Ik mocht van directeur Arie Verstegen elke deelnemer een gratis concertkaart aanbieden. Ik heb van de vrijwilligers en bezoekers voldoende respons gekregen, om in totaal zes groepen samen te stellen van 6-8 personen. Zo hebben er zes avonden plaatsgevonden, drie groepen met vrijwilligers en drie groepen met bezoekers van de Boerderij van verschillende leeftijden.

3.2.2. Onderzoekssetting

Vrijwilligers en bezoekers zijn tijdens de focusgroep sessies gescheiden. De focusgroepen met vrijwilligers vonden plaats op 5, 6 en 11 juni van 19.30 uur tot 21.30 uur. De focusgroepen met bezoekers vonden plaats op 14, 18 en 19 juni van 19.30 uur tot 21.30 uur. Op momenten dat er geen bands in het podiumcafé van de Boerderij speelden, vond de sessie plaats in het podiumcafé van de Boerderij. Indien dit wel het geval was werd uitgeweken naar de vergaderzaal in de kantoorruimte van de Boerderij. Elke deelnemer kreeg een naambordje, zodat de deelnemers elkaar bij de voornaam konden aanspreken. Ik heb zelf tijdens de bijeenkomsten genotuleerd. Zo kon ik alle opvattingen in mij opnemen en noteren welke punten naar voren kwamen. Alle gesprekken zijn op video vastgelegd, zodat ik naderhand het verloop van de gesprekken nog eens kon bekijken.

3.2.3 Deelnemers: vrijwilligers en bezoekers

Dit onderzoek omvat groepen met twee soorten respondenten, namelijk drie groepen met vrijwilligers van de Boerderij en drie groepen met bezoekers van de Boerderij. In bijlage 1 staan in de tabellen 1.1 t/m 1.3 de kenmerken van de vrijwilligers die hebben meegewerkt aan het onderzoek. Er is gevraagd naar de naam, leeftijd, muziekvoorkeur en de woonplaats van de vrijwilligers. De groep vrijwilligers was tussen de 26 en 69 jaar oud. De vrijwilligers hebben uiteenlopende muziekmaken. Over het algemeen houden de meeste vrijwilligers van Rock en Progressieve Rock. De vrijwilligers vervullen verschillende functies in de Boerderij. De barmedewerkers zijn in de meerderheid, maar dit is niet vreemd omdat dit ook de grootste vrijwilligersgroep binnen de Boerderij is. Het merendeel van de vrijwilligers komt uit Zoetermeer. Enkele vrijwilligers komen uit omliggende gemeenten, waaronder Delft, Den Haag en Voorburg.

In bijlage 1 staan in de tabellen 2.1 t/m 2.3 staan de kenmerken van de bezoekers. De groep bezoekers was tussen de 19 en 65 jaar. De meeste bezoekers houden net als de van Progressieve Rock en Rock. Aan de bezoekers is gevraagd hoe vaak zij per jaar een bezoek brengen aan Cultuurpodium Boerderij. Opmerkelijk was dat de bezoekers in de eerste groep de Boerderij gemiddeld 30 keer per jaar bezoeken. Deze groep bestond dus uit

zeer regelmatige bezoekers. In de tweede groep gaf men aan de Boerderij gemiddeld 5 keer per jaar te bezoeken. In de derde groep lag het gemiddelde bezoek iets hoger, namelijk tussen de 8 en 10 bezoeken per jaar. Een ander opvallend punt is dat slechts 5 van de 24 bezoekers uit Zoetermeer komen. Het merendeel van de bezoekers komt uit omliggende regio's waaronder Den Haag, Rotterdam, Voorburg, Delft, Katwijk, Leiden, Wassenaar, Dordrecht en Alphen aan de Rijn. Twee bezoekers komen niet uit de directe omgeving. Eén respondent komt uit Alkmaar en één persoon komt uit Zeist. Zij wonen ongeveer 70 kilometer bij de Boerderij vandaan. Hieruit blijkt dat de Boerderij behalve een lokale functie ook een belangrijke regionale functie vervult. In sommige gevallen lijkt de functie van de Boerderij zelfs haar regionale functie te overstijgen.

Leeftijd speelt een centrale rol in dit onderzoek. In eerste instantie was het mijn bedoeling om deelnemers in te delen naar leeftijd. Ik wilde drie groepen creëren, namelijk respondenten jonger dan 50 jaar, 50 jaar en ouder en een gemengde groep. Deze indeling bleek praktisch onhaalbaar. Vandaar dat ik ervoor heb gekozen om binnen de groepen te kijken welke rol leeftijd speelt in opvattingen en suggesties. Elke groep bestaat uit 6-8 respondenten. Ik wilde minimaal zes personen per avond hebben en maximaal 8 personen, zodat elke deelnemer voldoende aan het woord kon komen. Alle mensen die zich voor het onderzoek hadden aangemeld kwamen ook daadwerkelijk opdagen.

In dit onderzoek is er een onderscheid gemaakt tussen focusgroepen met bezoekers en vrijwilligers. De bezoekers kennen elkaar in de meeste gevallen niet persoonlijk, terwijl dit bij de vrijwilligers wel het geval is. Een belangrijk discussiepunt is de vraag of met een focusgroep met vreemden betere resultaten worden bereikt dan met een focusgroep met vrienden. Morgan (1998) stelt dat bekenden een bedreiging kunnen vormen voor de dynamiek van een focusgroep, omdat zij belemmerend kunnen werken op het uiten van reacties. De vraag is of de informatie van de focusgroepen met bezoekers verschilt met de informatie uit de focusgroepen met vrijwilligers. In hoofdstuk 4 wordt aandacht besteed aan de resultaten van dit onderzoek. De uitkomsten zijn niet bedoeld om te generaliseren.

3.3 Dataverzameling

In deze paragraaf wordt de methode van dataverzameling besproken. De data wordt verkregen uit de interactie tussen deelnemers in de focusgroepen. Tijdens de focusgroepen is gebruik gemaakt van een gespreksleidraad. Deze zal nader worden toegelicht in de volgende paragraaf.

3.3.1 *Gespreksleidraad*

Om antwoord te kunnen geven op de probleemstelling is er een gesprekschema ontwikkeld. Het gespreksschema dient als gespreksleidraad voor de gespreksleider die het focusgroep onderzoek leidt en vormt in die zin de agenda van het groepsgesprek (Ketelaar, Hentenaar en Kooter, 2011: 64). Het gesprekschema biedt houvast aan de gespreksleider tijdens de focusgroepen. De volgorde van de thema's ligt vast, maar de duur van de gesprekken per thema is flexibel. Ook zijn er vrijheidsgraden ten aanzien van de formulering van de vragen en de volgorde van de doorvraagpunten. Het gespreksschema is een uitwerking van de probleemstelling (Ketelaar, Hentenaar en Kooter, 2011: 65). De verschillende thema's behandelen de deelvragen van dit onderzoek. Bij de formulering van de vragen is rekening gehouden met de verschillende doelgroepen.

De gespreksleidraad bestaat uit een inleiding, een kennismaking, een kern met vijf thema's en een afsluiting. In de inleiding wordt informatie gegeven over de bijeenkomst en wordt onder andere verteld dat de bijeenkomsten op video worden vastgelegd. Tijdens de kennismaking stellen de deelnemers zich aan elkaar voor. Hierbij noemen zij hun naam, leeftijd, muziekvoorkeur en woonplaats en vertellen zij hoe vaak zij de Boerderij en andere poppodia bezoeken. Bij vrijwilligers komt daarnaast de vrijwilligersfunctie bij de Boerderij aan bod.

De kern van de focusgroep sessies bestaat uit vijf thema's. Het eerste thema richt zich op leeftijdsopbouw. Dit thema heeft het volgende doel: inzicht krijgen in de interpretatie van leeftijdsopbouw en de betekenis van het begrip vergrijzing. In dit gedeelte van de sessie wordt er geprobeerd te achterhalen in hoeverre het thema vergrijzing leeft bij de respondenten en hoe zij tegen het begrip vergrijzing aankijken. Er is gekozen voor de term leeftijdsopbouw, omdat bij de benadering van vrijwilligers naar voren kwam dat het begrip vergrijzing bij sommige respondenten een emotionele lading kent. Het begrip leeftijdsopbouw is in die zin neutraler. Het tweede thema richt zich op motieven om poppodia te bezoeken. Er wordt gevraagd naar de ervaringen met bezoek aan poppodia. Ook wordt er gesproken over de invloed van vergrijzing op het bezoek aan poppodia. Het derde thema heeft betrekking op de programmering van poppodia en generaties. Er wordt gekeken in hoeverre de vrijwilligers en de bezoekers het begrip generatie koppelen aan popmuziek. In het vierde thema wordt in gegaan op het verwachtingspatroon van de vrijwilligers en de bezoekers. Er wordt gekeken

in hoeverre er volgens hen ingespeeld moet worden op de 'oudere' bezoeker. Er wordt gekeken welke wensen er leven en er wordt gevraagd naar suggesties om de oudere bezoeker te behouden. Tot slot richt het vijfde thema zich op het contact met bezoekers. Er wordt gekeken wat de vrijwilligers en de bezoekers de prettigste manier vinden om op de hoogte te blijven van het programma van poppodia, in het bijzonder de programmering van de Boerderij. Hierbij wordt gekeken naar verschillen tussen jongere en oudere bezoekers. Aan het einde van het gesprek is er ruimte voor opmerkingen en vragen. Iedere bezoeker ontvangt een gratis concertkaart als dank voor de medewerking aan het onderzoek. In bijlage 2 is het volledige gespreksschema te vinden.

4. Analyse en resultaten

In dit hoofdstuk wordt uitvoerig ingegaan op de analyse en resultaten van dit onderzoek. In het eerste gedeelte van dit hoofdstuk wordt aandacht besteed aan de opvattingen van vrijwilligers over de vergrijzing van de poppodia. Aan de hand van de volgende vijf thema's: *leeftijdsopbouw, motieven voor bezoek, programmering en generaties, verwachtingspatroon* en *contact met bezoekers* worden de opvattingen van de vrijwilligers geordend. In het tweede gedeelte van dit hoofdstuk gebeurt hetzelfde met de opvattingen van de bezoekers.

4.1 Vrijwilligers aan het woord

In deze paragraaf wordt aandacht besteed aan de focusgroepen met in totaal 21 vrijwilligers van de Boerderij. Er hebben drie focusgroepen plaatsgevonden, waarin 6 tot 8 vrijwilligers met elkaar in gesprek zijn gegaan. Aan de hand van de bovenstaande thema's, wordt gekeken hoe vrijwilligers aankijken tegen de vergrijzing van de poppodia.

4.1.1 Leeftijdsopbouw en de betekenis van vergrijzing

Het eerste thema, *levensopbouw*, richt zich op leeftijd en betekenisgeving met betrekking tot het begrip vergrijzing. In dit gedeelte wordt onder andere gepraat over de mogelijke gevolgen van de vergrijzing. Het thema is mede bedoeld om te achterhalen in hoeverre het thema vergrijzing leeft bij de respondenten en geeft inzicht in hun visie over de vergrijzing. De eerste vraag die aan de vrijwilligers is voorgelegd, is of zij wel eens nadenken over oud zijn met betrekking tot zichzelf. Diny (55) zegt hierover het volgende: *"Ik ben 55. Soms denk ik; ik had oma kunnen zijn, maar zo voel ik me absoluut niet. Ik denk dat je zo jong bent als je je voelt en daar gedraag je je ook naar"*. Diny relateert haar opvatting over oud zijn aan een bepaalde levensfase, in dit geval 'oma zijn'. Ook de opvatting van Lonneke (31) over oud zijn hangt samen met haar levensfase. Ze is op het moment van het gesprek in verwachting van haar tweede kindje en vertelt het volgende: *"Ik ben heel erg doelbewust bezig met een gezin, dus ik ben nu wel erg bezig met 'ik wil oud worden'. Nou ja oud worden, ik wil in ieder geval net zo lang leven totdat mijn kinderen het huis uit zijn en ze voor zichzelf kunnen zorgen. Ik denk wel eens na over hoe het over dertig jaar zou zijn, maar voor hetzelfde geld leef ik dan niet meer. Mijn moeder heeft de 60 niet gehaald (...)"*.

Het blijkt dat persoonlijke gebeurtenissen die betrekking hebben op het leven van de vrijwilligers en personen in hun directe omgeving een grote rol spelen bij opvattingen over ouder worden. Dit is bij meerdere vrijwilligers het geval. Zo vertelt Timo (49) over een persoonlijke gebeurtenis die zijn leven veranderde: *"Vier jaar geleden lag ik ineens in het ziekenhuis met een hartkwaal en hebben ze me gedotterd. Toen werkte ik nog bij een bank, daar heb ik 23 jaar gewerkt en toen was ik het ineens allemaal zat. Ik ben daar toen weggegaan en ben communicatie gaan studeren. Ik ben als communicatiemedewerker aan de slag gegaan en ben dus*

echt iets heel anders gaan doen. Ik heb wel zoiets van; elke dag moet gewoon een mooie dag zijn, maar ik denk helemaal niet aan de toekomst. Tenminste, ik heb geen vergaande doelen, zoals 65 worden of een huis in Drenthe. Ik vind 'nu' gewoon heel erg leuk. Mijn uitgangspunt is 'ik had dood kunnen zijn'. Mijn schoonvader is 85, zo wil ik ook wel 85 worden. Die heeft het helemaal voor elkaar".

Ook bij Wil (54) heeft een persoonlijke gebeurtenis gezorgd voor een omslag in haar leven. Zij zegt hierover het volgende: *"Toen ik veertig werd kreeg ik last van een heftige voedselallergie. Toen heb ik bijna 10 jaar zitten tutten. Toen kwam een vriendin van mij met een oude puch (soort brommer) aan en toen dacht ik dat wil ik ook! Nu scheur ik hiermee elke dag naar mijn werk. Hij is helemaal paars en ik heb een paarse helm en ik ben dus gewoon helemaal los. Het interesseert me helemaal niet of het bij me leeftijd past of niet. Ik denk er helemaal niet bij na. Niet dat ik nu ineens allemaal piercings ga doen, maar ik denk helemaal niet na hoe oud ik ben. Ik heb een dochter van 22 en dan gaan we wel eens winkelen en dan zegt ze wel eens dat kan nu eigenlijk niet met je leeftijd en dan zeg ik: 'rot op'. Ik draag wel eens haar kleren. Het interesseert me niet dat ik 54 ben en ik denk ook niet na over hoe oud zou ik worden. Ik trap gewoon lol. Ik ben weer gaan roken, ik was heel bewust gestopt, maar het kan me allemaal niet schelen. Ik zit in het hier en in het nu. Nergens over nadenken, niet piekeren. Je kan wel naar die teller kijken, maar wat maakt het uit".* Sommige vrijwilligers denken in tegenstelling tot Wil heel bewust na over het leven en hun leeftijd. Gerard (50) zegt hierover het volgende: *"Een paar jaar geleden realiseerde ik me, dat als het mee zit, ik nu op de helft van mijn leven zit. Dat wil niet zeggen dat je dan gaat aftellen, maar ik heb wel zoiets dat ik ervoor wil zorgen dat het tweede gedeelte heel erg de moeite waard is, want het kan zo afgelopen zijn, dat maak je ook om je heen mee".* De persoonlijke omgeving van vrijwilligers speelt in die zin een grote rol in hun opvatting over oud zijn.

Op de vraag wanneer iemand oud is antwoordt Marjolein (26) meteen: *Als mensen grijs haar hebben, dan vind ik hen oud".* Ard (41) zegt hierover het volgende: *"Formeel gezien vanuit de overheid is de grens geloof ik 50 of 55+".* Waarop Yolanda (51) reageert: *"55+, want ik viel laatst ergens buiten, dus toen kreeg ik geen korting (Lacht)".* Hugo (45) stelt dat oud zijn samenhangt met beleving: *"Oud zijn is niet zo aan leeftijd gebonden, het gaat erom hoe je het zelf beleeft".* Diny (55) geeft aan dat je referentiekader met betrekking tot iemand 'oud' vinden gedurende je leven verandert: *"Dat is heel typisch, als je een jaar of twaalf bent vind je iemand van twintig oud, iemand van twintig vindt iemand van dertig oud. Je hebt altijd mensen die ouder zijn dan jezelf, mensen die ongeveer 10 jaar ouder zijn dan jij zijn oud".*

Ard (41) verbaast zich soms over hoe sommige organisaties 'oudere' mensen aanspreken: *"Center Parcs biedt mensen van 50+ senioren aanbiedingen aan, terwijl die mensen zich helemaal geen senior voelen. Vroeger was je echt senior als je echt grijs was en in een verzorgingstehuis zat. Ik heb collega's gehad die waren 57 en die konden met een vervroegde vut regeling met pensioen, kochten nieuwe fietsen en gingen nog even door heel Europa fietsen. Vroeger ging je achter de geraniums zitten. Je hebt oud en oud zullen we maar zeggen".* Ook Lonneke (31) geeft aan dat ze soms twijfelt op welke manier ze mensen moet aanspreken: *"Wat ik hier (Boerderij) lastig vind, daar betrap ik mezelf soms op, is dat ik 'u' zeg tegen mensen. Een collega van*

mijn werk schreef laatst in ons kwartaalblad dat wanneer ze naar concerten gaat en aangesproken wordt met u, dat ze zich dan zo oud voelt. Toen dacht ik, oke, dat moet ik niet meer doen. Maar er zijn ook mensen die hier komen, die bijvoorbeeld 50 zijn, die het niet prettig vinden als ik geen u zeg. Ik voel wel een barrière, hoe noem je dat, een leeftijdsverschil. Ik ben gewend om u te zeggen, ik denk dat iedereen hier dat wel heeft meegekregen, maar ja als er iemand voor je staat van 47, ben ik dus van huis uit gewend om daar u tegen te zeggen. Als ik hier (Boerderij) kijk vind ik dat het de omgeving is om 'je' te zeggen". Wil (54) haakt hier op in: "ik vind dat je 'je' moet kunnen zeggen, dit (Boerderij) is een vrijetijdsgesprek. De hele entourage van de Boerderij vind ik er niet zo naar om u te zeggen".

Gedurende de gesprekken worden ervaringen met betrekking tot ouder worden steeds meer gekoppeld aan muziek. Wilma (37) zegt: *"Ik denk dat muziek ons allemaal wel een beetje jong houdt"*. Diny (55) stelt: *"muziek luisteren kun je altijd, ongeacht je leeftijd. Desnoods ga je ergens zitten"*. In sommige gevallen lijken gevoelens omtrent leeftijd toch een belemmering te vormen. Zo vertelt Yolanda (51): *"Pinkpop, daar wil ik eigenlijk best wel heen, maar dat vind ik eigenlijk voor mensen van rond de twintig. Het voelt alsof ik plaats moet maken voor een nieuwe groep, want uitverkocht is uitverkocht en ik heb al zoveel meegemaakt, dan wil ik plek maken voor hen"*. Wilma (37) reageert op deze uitspraak van Yolanda: *"Ik heb niet het gevoel dat ik plaats maak voor een jongere groep. Ik was naar het concert van Alter Bridge in de Heineken Music Hall, dan zie ik allemaal hele jonge grietjes lopen en dan denk ik, wat hebben die met die muziek? Die zaal was helemaal vol, maar met mensen waar ik geen klik mee heb. Dat heb ik bij grote concerten, daarom vind ik het niet zo leuk om daar heen te gaan"*. Ook Esther (44) herkent zich hierin: *"Op Lowlands daar voel ik me eigenlijk te oud. Daar had ik wel heel duidelijk een leeftijdsschok. Dat heb ik hier (Boerderij) eigenlijk zelden"*.

Alle vrijwilligers zijn het er over eens dat hun eigen generatie anders zal zijn dan de huidige generaties ouderen. Timo (49) zegt hierover het volgende: *"Ik had het er laatst met iemand over. Toen ik op de lagere school zat, dan kwam je bij anderen thuis en die ouders waren echt oud, dat waren oude mensen: pak, stropdas, ingedut, maar die kunnen niet veel ouder zijn geweest dan veertig (lacht) . En als ik naar mijn eigen ouders kijk, die zijn achter in de 70, die zijn nu jonger dan ze 30 jaar geleden waren. Er vindt dus een enorme omslag plaats volgens mij. Alles boven de 50 is wat vroeger 40 was"*. Ook de uitspraak van Ab (66) geeft dit weer: *"De tijden zijn veranderd. De zestigers van nu staan nog op de tennisbaan, dat was vroeger wel anders"*. Volgens Lonneke (31) gaan vijftigers nog steeds naar concerten, omdat ze het kunnen en het geld hebben: *"Ze voelen zich niet oud"*. Hugo (45) is wat pessimistischer als het gaat over de situatie van toekomstige ouderen: *"Volgens mij is de oude orde van solidariteit, het hele pensioenstelsel en vakbonden op de lange termijn niet meer houdbaar. Ik heb vaak discussies met mijn vader over pensioenen. Mijn vader is van de babyboom. Hij heeft in de goede tijd een huis gekocht, hij is in de goede tijd met pensioen gegaan, heeft van de VUT geprofiteerd en ik moet zijn pensioen betalen. Ik zie mezelf tot mijn 70-75 werken. Hij is het er dan niet mee eens, maar we hebben hele leuke discussies, zo van wie gaat mijn pensioen betalen? Het hele pensioenstelsel klappt op een gegeven*

moment in elkaar en jongeren die pikken dat niet meer, die willen niet meer solidair zijn voor een oudere generatie. Ik denk dat het gewoon helemaal omvalt dat hele systeem. Toekomstige ouderen hebben denk ik minder te besteden dan huidige ouderen". Gerard (50) denkt dat er op een gegeven moment sprake zal zijn van een tweedeling: Gerard (50): "Ik denk niet dat het zo zwart wit is. Ik denk dat er een tweedeling is. Ik denk dat er een groep is die zijn zaakjes goed voor elkaar heeft en die een huis heeft, een goede baan en een goede oude dag voorziening. En dat er een groep is die dat niet heeft en van zijn AOW moet leven en dat dát de nieuwe armoede is".

Het begrip vergrijzing ligt bij sommige vrijwilligers gevoelig, dit blijkt uit de uitspraak van Jaap (69), die zich duidelijk aangesproken voelt: *"Vergrijzing is een stempel dat op mijn generatie, de babyboomers, wordt gezet en dat wil ik helemaal niet. Ik moet niet boos worden ofzo, maar in de jaren '50 aten we één keer vlees per week en we waren gelukkig. We hebben gewerkt om Nederland zo welvarend te krijgen zoals het nu is. De vraag is of het allemaal terecht is om het allemaal af te schuiven op de babyboomers, of dat het te maken heeft met de verdeling van de rijkdom die we hebben. Groepen mensen die een berg geld zien liggen en denken dat is niet van ons, maar dat moet van ons worden"*.

Ard (41) heeft een positieve kijk op de vergrijzing: *"Ik denk dat de vergrijzing veel kansen biedt voor de samenleving in het algemeen. Kijk eens hoeveel ouderen vrijwilligerswerk doen bij organisaties die anders gewoon niet konden bestaan"*. Ook Wilbert (58) ziet de vergrijzing in een positief daglicht: *"Ik spreek ook heel veel jongeren, die realiseren zich dat we met z'n allen wat ouder worden. En als we met z'n allen ouder worden, dan betekent dat ook dat we vitaler blijven en dat je veel meer aan opa en oma hebt en veel meer leuke dingen met elkaar kan doen. En ja daar zit dan toevallig een kostenplaatje aan, omdat we iets meer voor zorg moeten gaan betalen, maar als we dat gewoon solidair verdelen is er geen probleem. Ik wil de vergrijzing positief benaderen, ik ervaar geen negatieve gedachten over de vergrijzing"*.

Als het gaat over de betekenis van het begrip vergrijzing illustreren de meeste vrijwilligers dit aan de hand van concertbezoek. Ab (66) constateert een combinatie van jongeren en ouderen die samen naar concerten komen: *"Als ik van achter de bar kijk naar het publiek van de Boerderij, dan valt me op dat ik de laatste tijd tijdens concerten heel veel ouders met kinderen zie, tieners tussen de 18 en 25. Vader en zoon komen samen. Als ik dat vergelijk met een jaar of 5 tot 7 geleden, toen was dat veel minder"*. Heike (48) geeft hier de volgende verklaring voor: *"Ik denk dat wij van een generatie zijn waar muziek een grotere rol heeft gespeeld. Je neemt dat mee in je volwassenen leven en je houdt daar aan vast. Kinderen groeien in zo'n huishouden, zo'n gezin op"*.

Ook Ard (41) stelt dat er een verandering gaande is: *"Wat ik zie in relatie tot concertbezoek en de bezoekersgroep van de Boerderij en andere podia, is dat, dat vind ik zo grappig, ik heel veel zoons, dochters met vaders en moeders zie staan en helemaal uit hun dak gaan bij bijvoorbeeld Iron Maiden. Toen ik 15 was, was dat ondenkbaar. Toen waren de hardrock en de metal bands echt voor de tieners en de twintigers. Maar we weten allemaal dat die muziek in de jaren '60 is ontstaan en dat men is mee gegroeid en die mensen blijven naar concerten komen. Sommige bands,*

waaronder *The Rolling Stones*, daar zie je soms vier generaties. Enerzijds vind ik het heel leuk om te zien, het kan zelfs heel ontroerend zijn als je pa en zoon of moeder en dochter samen uit hun dak ziet gaan. Tegelijkertijd denk ik wel eens ben ik blij dat ik dat niet had, want ik had lekker iets om me tegen af te zetten. Ik moest er niet aan denken als mijn ouders mee waren. Het was echt muziek van onszelf.” Marjolein (26) denkt hier anders over: “Dat is echt het leukste wat er is, met je ouders naar concerten”. Hieruit blijkt dat iemand van een jongere generatie popmuziek niet gebruikt om zich af te zetten tegen haar ouders, maar zij voelt zich juist met hen verbonden door de muziek.

4.1.2 Motieven voor bezoek aan poppodia

In deze paragraaf worden motieven voor het bezoek aan poppodia belicht. Er wordt dieper ingegaan op de beleving van een bezoek aan een poppodium. Er wordt onder andere gekeken of motieven veranderen naarmate men ouder wordt. Daarnaast wordt de invloed van vergrijzing op het bezoek aan poppodia besproken. Tijdens de kennismakingsrondes blijkt dat een deel van de vrijwilligers ook andere poppodia bezoekt. Sommige vrijwilligers beperken zich vooral tot concerten bij de Boerderij en bezoeken heel soms een ander poppodium. Roel (54): zegt hierover het volgende: “Omdat ik hier als vrijwilliger werk, kan ik al zoveel concerten gratis bezoeken. Dan moet het wel echt iets heel bijzonders zijn, wil ik er ergens anders voor betalen. Ik zou niet naar een band gaan in een andere zaal, als die band ook in de Boerderij komt”.

De startvraag voor dit thema is: wat zijn de twee belangrijkste redenen om een poppodium te bezoeken? Over het algemeen worden de woorden ‘artiest’ en ‘passie voor muziek’ genoemd. De meeste vrijwilligers geven aan dat zij specifiek voor een band of artiest komen. Zij stellen dat de ‘live-ervaring’ hierbij een belangrijke rol speelt. Dina (51) gebruikt het woord bijzonder in deze context: “Om je helden daar op het podium te zien, ze zien zweten en uitsloven voor jou, dat vind ik altijd wel iets bijzonders”. Het live zien van een band brengt volgens de vrijwilligers een bepaalde spanning met zich mee. Diny (55) zegt hierover het volgende: “Als je thuis een CD opzet dan heb je geen spanning. Dat is al vanaf het moment dat je binnenkomt. Het wachten voor de deur of poort en dat je dan naar binnen kunt, dan heb je echt het gevoel; ‘het begint’”. Ard (41) vult deze uitspraak aan: “Hoe groter de artiest en hoe meer het een legende is, hoe broeieriger de sfeer vaak is voor het concert”.

Naast de artiest wordt ook de sfeer van een poppodium genoemd als criterium om een concert te bezoeken. Het gaat hierbij vooral om ‘het gevoel’ dat men bij een bepaald podium heeft. Zo vertelt Lonneke (31): “Er zijn tenten waar ik niet naar toe ga, omdat ik die gewoon echt niet tof vind. Niet zo zeer de sfeer, maar ook: kan je het goed zien, prijskwaliteit verhouding, voel je je er prettig. Het is best wel jammer, als het een artiest is die alleen naar een bepaalde zaal gaat waar je geen goed gevoel bij hebt, dan is het echt een overweging ga ik dit wel doen, want je weet dat je er niet voor de volle 100% gaat genieten”. Ook Gerard (50) geeft aan dat

de entourage van een podium bepalend kan zijn voor een bezoek: *“Allereerst kom ik voor de artiest. Als hij een hele tournee maakt dan ben ik wel bereid te reizen, ik kijk eerst naar afstand, maar er zijn tenten, tja dan ga ik er niet naar toe. Daar is bijvoorbeeld de entourage of het geluid verkeerd”*. Over het algemeen vinden de vrijwilligers met name goed zicht in een zaal van belang. Ook het collectieve gevoel om van muziek te genieten is een reden om naar een poppodium te gaan. Sociaal contact is één van de aspecten die door de vrijwilligers belangrijk wordt gevonden. Monica (37) zegt hierover het volgende: *“Ik ging vroeger heel vaak naar Within Temptation, op een gegeven moment ken je zoveel mensen die daar ook komen. Het wordt dan meer een sociaal iets, dan dat je echt voor de band komt”*. Sommige vrijwilligers geven aan dat sociaal contact tijdens concerten ook tot irritatie kan leiden. Roel (54) licht dit toe: *“Soms vind ik het wel vervelend als mensen te veel sociaal bezig zijn en door de muziek heen praten”*.

De uitspraak van Roel is een voorzet voor een andere discussie. Het lijkt erop dat de ene helft van de vrijwilligers graag meezingt met zijn of haar favoriete band, terwijl andere vrijwilligers zich hieraan storen en liever in stilte genieten. Zo stelt Diny (55) het volgende: *“Ik vind meezingen het verschrikkelijkste dat er is”*. Marjolein (26) is hier heel stellig over: *“Je komt toch naar een concert om mee te gillen met je favoriete band? Dat is heel logisch daar kom je voor”*. Ard (41) geeft aan dat het afhankelijk is van een bepaald genre of meezingen getolereerd wordt of niet. Volgens hem is het bij sommige genres heel normaal om hard mee te zingen. Dina (51) spreekt over een stukje nostalgie. Hieruit blijkt dat de vrijwilligers concerten op verschillende manieren beleven.

Op de vraag hoe de vrijwilligers een bezoek aan Cultuurpodium Boerderij ervaren antwoordt Esther (44) meteen: *“Het is voor mij wel een beetje gekleurd, ik ga niet meer onbevangen naar een concert in de Boerderij. Ik vind: er gaat niets boven de Boerderij, de sfeer en het complete plaatje, het klopt gewoon”*. Toch blijken niet alle vrijwilligers deze mening te delen. Wilma (37) zegt hierover het volgende: *“Als ik echt naar een band ga die ik super leuk vind, dan vergeet ik dat ik hier werk hoor. Dan sta ik gewoon lekker mee te zingen. Dat is denk ik wel die magie, je gaat terug naar de tijd dat je klein was en die LP in je hadden had en dan denk ik whoo. En dat ze dan ook nog hier (Boerderij) komen nadrinken en dat je met ze op de foto kan”*. De vrijwilligers geven aan dat zij de Boerderij heel gemoedelijk vinden. Wilbert (58) koppelt deze gemoedelijkheid aan de bezoekers van de Boerderij: *“Als bezoeker en vrijwilliger zie ik dat er bij de Boerderij wat ‘oudere’ jongeren komen, daar voel ik me ook als ‘oudere’ jongere lekker tussen. In het begin waren er nog wel eens van die dansavonden waar jongeren op af kwamen en daar voelde me ik dan helemaal niet thuis. Je merkt ook dat bezoekers het waarderen en gewoon gezellig vinden om onder leeftijdsgenoten te zijn, geen vechtpartijen, geen geouwehoer”*.

Het merendeel van de vrijwilligers brengt naar voren dat zij het bij de Boerderij aangenaam vinden dat ze na afloop van een concert niet meteen de zaal of het pand hoeven te verlaten. Wil (54) vertelt hierover het volgende: *“Wat ik ook wel fijn vind is dat als een concert afgelopen is, dan sta je bij 99 van de 100 concerten meteen met je billen op straat. Hier (Boerderij)*

kan je gezellig naar het podiumcafé gaan. Daar staat dan lekkere muziek op en dan kan je lekker napraten met mensen". Diny (55) vindt het daarnaast fijn dat de afstand tot de artiesten heel klein is: "Ik ga wel eens naar 013 en dan ga je naar een concert en dan is het afgelopen en dan ga je naar huis. Hier (Boerderij) komen artiesten ook vaak de zaal in. Het is hier veel intiemer. Ook bij vergelijkbare podia als de Boerderij is dat zo, dan is het concert afgelopen en iedereen gaat naar huis. Hier komen ook artiesten de zaal in, ze zijn één van ons". De artiesten zijn volgens Diny niet onbereikbaar in de Boerderij.

Over het algemeen ontvangen de vrijwilligers enkel positieve reacties vanuit hun omgeving als ze vertellen dat ze als vrijwilliger bij de Boerderij werken. Monica (37) geeft aan dat er in haar omgeving veel mensen zijn voor wie concertbezoek helemaal niet zo vanzelfsprekend is: *"Er zijn heel veel mensen die helemaal niet zo vaak naar concerten gaan in mijn omgeving. Ik heb patiënten en die komen vooral uit Zoetermeer en dan vraag ik soms of ze wel eens in de Boerderij komen. Heel veel mensen zijn hier nog nooit geweest".* Ook Roel (54) geeft aan dat lang niet iedereen in zijn omgeving een passie heeft voor muziek: *"Soms vertel ik op mijn werk over een artiest waar ik dan heel enthousiast over ben, niemand kent die naam dan. Het merendeel van mijn collega's zijn een stuk jonger en het valt me op dat die eigenlijk helemaal niet met muziek bezig zijn. Ik kan mijn leven niet voorstellen zonder muziek".* Wilbert (58) ervaart op zijn werk dat muziek mensen kan binden: *"Op mijn werk heb ik steeds vaker een praatje over muziek en dat schept een soort verbond, een soort geheim genootschap wat je met elkaar krijgt. En dat breidt zich toch wel een beetje uit".* Dina (51) en haar man werken beide als vrijwilliger bij de Boerderij en er wordt vaak aan hen gevraagd hoe ze het volhouden: *"Hoe houden jullie het vol zeggen ze tegen me. Ze zijn wel iets ouder dan ik, maar je bent met elkaar opgegroeid en we hebben dezelfde smaak. Die kunnen zich niet voorstellen dat wij elk weekend in de Boerderij zitten. Waar haal je de energie vandaan, dat zeggen ze echt, maar het geeft juist energie".* Uit deze uitspraken blijkt dat de omgeving van de vrijwilligers hun inzet bij de Boerderij waardeert, maar dat lang niet iedereen in de omgeving van de vrijwilligers een passie heeft voor muziek. De passie voor muziek bindt mensen, bijvoorbeeld collega's op het werk.

De vrijwilligers denken dat de vergrijzing een positieve invloed gaat hebben op het bezoek aan poppodia. Marjolein (26) zegt hierover het volgende: *"De oudere generatie gaat door met het bezoeken van concerten omdat die er zoveel passie voor heeft omdat het vroeger allemaal heel bijzonder was. Er waren veel minder concerten dan nu, de huidige generatie jongeren heeft dit niet, er zijn miljoenen concerten en voor jongeren is dat gewoon heel normaal".* Uit de uitspraak van Marjolein blijkt dat de oudere generatie een interessante doelgroep is voor poppodia. Ook Dina (51) spreekt haar vertrouwen uit over de oudere generatie: *"Ik denk dat de oudere generatie de bandjes van vroeger zal blijven bezoeken en die nemen de jongeren mee".* Ard (41) illustreert zijn positieve kijk op de vergrijzing aan de hand van een persoonlijke waarneming met betrekking tot de Boerderij: *"Ik heb kennissen en die zijn een jaar of 10 ouder dan ik, in de vijftig, en die hebben groepen als Y & T, Michael Schenker, Uriah Heep vroeger in die*

grote hallen gezien en die gaan gewoon op een soort herhaling hier (Boerderij). Alleen dan klein en intiem en met hun zoon van 15, want die zoon van 15 heeft de LP's, CD's allemaal een keer op zolder uit de dozen getrokken. Maar die komen zeg maar de verhalen van pa herbeleven, alleen dat is een overzichtelijke situatie, met nog steeds een fantastisch mooi licht gebeuren, goed geluid en na afloop nog een glas cola met en zak nacho chips, wat wil je nog meer?"

Wat sterk naar voren komt is een veranderende beleving ten opzichte van grootschalige concerten naarmate men ouder wordt. Zo vertelt Timo (49) het volgende: *"Stadions ben ik wel een beetje klaar mee, dan zie je een klein poppetje. Daar ga ik geen 70,- euro voor uitgeven".* In deze discussie komt ook de prijs van een concert aan de orde. Het lijkt erop dat de vrijwilligers naarmate ze ouder worden liever kleinschalige podia opzoeken en deze kleine zalen ook verkiezen boven grote zalen vanwege de prijs. Over het algemeen liggen de prijzen van concerten in grote zalen, waaronder stadions hoger dan de prijs van concerten van middelgrote poppodia, zoals de Boerderij. Niet alleen de prijs maakt een grootschalig concert minder aantrekkelijk voor de vrijwilligers, ook de onpersoonlijkheid van zo'n concert staat hen naarmate ze ouder worden tegen. Wil (54) zegt: *"Het moet een band zijn die je aanspreekt, maar het moet ook een beetje kleinschalig zijn. Ik ben naar het Gelredome geweest, daar kon ik de artiest helemaal in de verte zien. Ik had een zitplaats heel ver weg. Ik ga er gewoon niet meer naar toe. Ik ga dan liever naar een goede coverband in de Boerderij, dan naar de 'echte' in een stadion. Dat zijn dan bij mij niet eens de financiën die een rol spelen, maar de onpersoonlijkheid van het concert".*

Wilma (37) koppelt haar visie met betrekking tot vergrijzing en bezoek aan poppodia aan levensfasen: *"Ik denk dat er heel veel mensen zijn, die heel lang in een gezinssituatie hebben gezeten en het zichzelf niet gegund hebben en ineens weer het leuk gaan vinden en weer los gaan. Of de kinderen gaan de deur uit of ze gaan scheiden, om verschillende redenen gaan ze weer naar concerten".* Hugo (45) herkent zichzelf in deze uitspraak: *"Mijn scheiding is een katalysator geweest voor de mate van mijn concertbezoek. Dan sta je weer anders in het leven en zoek je weer dat soort dingen op. Vroeger ging ik minder dan nu, dan zat je met kleine kinderen, twee banen in een rijtjeshuis, dan heb je hele andere prioriteiten. Dan loop je achter de kinderwagen aan, zal ik maar zeggen. Nu zie ik ze één keer in de twee weken dus ik heb ook meer tijd".* Meerdere vrijwilligers geven aan dat hun scheiding ervoor heeft gezorgd dat zij vaker naar concerten gaan. Ook Ab (66) is gescheiden en geeft aan dat ook het geld anders besteed moet worden als je een gezin hebt. Het lijkt erop dat naarmate men ouder wordt prioriteiten worden verlegd. Dit blijkt onder andere uit de uitspraak van Wil (54): *"Ik ga nu gewoon naar concerten als ik dat wil. Dat deed ik twintig jaar geleden niet. Toen ging ik bijna helemaal niet. Er is een middenfase, dan heb je natuurlijk je kinderen, dan leg je de prioriteiten anders".* Roel (54) geeft aan dat dit ook voor hem geldt: *"Als ik kijk naar de tijd dat ik kleine kinderen had. Als je kleine kinderen hebt en je moet van alles regelen om eens een keer een avondje weg te gaan, dan doe je dat veel minder snel. Het is gewoon praktisch moeilijker haalbaar. Die doelgroep, mensen met jonge kinderen, is ook heel moeilijk*

vast te houden, omdat zij heel veel moeite moeten doen om hier te komen". Dit praktische aspect geldt voor het merendeel van de vrijwilligers. Bijna iedereen met kinderen geeft aan dat zij toen hun kinderen jong waren minder concerten bezochten dan nu het geval is. De zogenaamde middenfase, waarin de meeste vrijwilligers een gezin hebben met kleine kinderen heeft een negatief effect op het bezoek aan poppodia. Naarmate men ouder wordt en de kinderen het ouderlijk huis verlaten neemt het bezoek weer toe. Ook geven de vrijwilligers aan dat zij nu zij ouder zijn meer geld te besteden hebben dan vroeger, Wilbert (58): zegt hierover het volgende: *"Ik had vroeger gewoon veel minder geld, daardoor ging ik minder vaak naar concerten. Nu je wat ouder bent en wat makkelijker in je middelen zit, kan je het nu gewoon makkelijker doen"*.

4.1.3 Programmering en generaties

Deze paragraaf richt zich op de programmering van poppodia en haar verhouding tot generaties. Tijdens het thema *programmering en generaties* wordt geprobeerd inzicht te krijgen in de opvattingen over popmuziek in relatie tot het begrip generatie. Er wordt gekeken welke invloed de vergrijzing heeft op de programmering van poppodia. Daarnaast wordt er gevraagd naar de mening van vrijwilligers over de programmering van de Boerderij. De eerste vraag die aan de vrijwilligers werd voorgelegd is of zij vinden dat popmuziek iets is wat generaties overstijgt of dat popmuziek verbonden is met bepaalde generaties.

Hugo (45) reageert als volgt: *"Je blijft denk ik wel verbondenheid houden met de muziek waar je mee bent opgegroeid. Ik ben in de jaren '70/'80 opgegroeid en dat is voor mij nog steeds dé periode waarin de beste muziek is gemaakt. Dat vindt iedereen van zijn tijd"*. Het merendeel van de vrijwilligers vindt echter dat popmuziek generaties overstijgt. Roel (54) zegt hierover: *"Ik denk wel dat popmuziek generaties overstijgt, want als ik naar mijn eigen kinderen kijk, als ik hier naar concerten ga en op festivals dan zie ik heel veel verschillende generaties bij elkaar"*. Vrijwilligers zijn geneigd vergelijkingen te maken met festivals. Gerard (50) zegt: *"Als je op Parkpop kijkt, dat is een gratis festival, zie je vaak hele families met zelfs opa en oma. Dat is wel een bewijs dat popmuziek generaties overstijgt"*.

Jaap (69): geeft aan dat hij denkt dat 'goede' artiesten als het ware overleven. Er lijken altijd een paar artiesten boven uit te springen. Ab (66) probeert deze ontwikkeling te verklaren: *"Ik denk dat je een splitsing moet maken. Je hebt gewoon top 40 muziek, elk decennium heeft andere top 40 muziek. Dat was 'hakken' in de nineties, Robbie Williams tijdens het millennium en natuurlijk heb je ook Madonna die al 3 decennia mee gaat"*. Timo (49) illustreert dit aan de hand van een waarneming in zijn omgeving: *"Ik ken mensen van 20 en die zijn helemaal wezenloos van The Beatles en die kopen alles nog op vinyl"*. In die zin overstijgt popmuziek generaties, dit geldt echter voor een beperkte selectie muzikanten. Hieruit blijkt dat de muziek van sommige succesvolle artiesten daadwerkelijk generaties overstijgt.

Als het gaat over het bezoeken van poppodia door jongeren, geven de vrijwilligers aan dat zij denken dat zijzelf over het algemeen vaker naar poppodia gaan dan de huidige generatie jongeren. Timo (49) stelt dat de jongeren van nu niet meer zo gewend zijn om naar concerten te gaan. Zijn verklaring luidt als volgt: *“Als wij vroeger naar een concert gingen, dan kostte dat wat je op een zaterdag verdiende. Nu is dat veel meer geworden, in verhouding zijn concerten veel duurder geworden”*. Volgens Timo gaan jongeren nu minder naar concerten, omdat de prijzen voor concertkaarten in de loop der jaren relatief hoog zijn geworden. Ook Wil (54) denkt dat het een financiële kwestie is: *“Bij jongeren is het vaak een financiële kwestie dat ze minder naar concerten gaan. Zeker als ze huisje, boompje beestje willen, dat is gewoon hartstikke duur”*.

Ab (66) geeft aan dat er ook andere factoren een rol spelen. Hij stelt dat veel jongeren met andere zaken bezig zijn dan concerten bezoeken: *“Mijn kinderen kijken op televisie naar Holland’s got Talent, dan gaan ze daarna nog even wat gezellig drinken thuis en dan gaan ze stappen. Dan gaan ze uit bijvoorbeeld naar de Zwarte Ruiter in Den Haag en daar komen ook al hun vrienden en kennissen. Ze willen kunnen kletsen. Het is jammer dat je in Zoetermeer zo weinig van dat soort tenten hebt en dat je daarvoor naar den Haag moet”*. Volgens Tineke (49) bezoekt de jongere generatie vaker festivals: *“Twintigers, dertigers van nu gaan naar festivals. Vroeger waren er maar drie festivals, maar als je nu die lijst bekijkt dan is er in elk dorp wel een festival”*. De vrijwilligers denken dat jongeren minder vaak poppodia bezoeken dan zijzelf in hun jeugd vanwege een verandering in de vrijetijdsbesteding. Roel (54) zegt: *“Wat ik steeds vaker hoor is dat jongeren met elkaar afspreken, met elkaar een film kijken en wat te drinken en helemaal niet weggaan. Ik denk dat Locomotion (discotheek in Zoetermeer) juist failliet is gegaan door die ontwikkeling.”* Dit geldt volgens de vrijwilligers niet voor alle jongeren, aangezien ze tijdens concerten steeds meer jongeren zien, die samen met hun ouders naar concerten komen. Een deel van de jongeren blijft de poppodia dus gewoon bezoeken, terwijl een ander deel zich hier minder mee bezighoudt.

De vrijwilligers zijn het er wel over eens, dat in tegenstelling tot jongeren, de toekomstige ouderen vaker naar poppodia zullen gaan dan de huidige oudere generatie. Timo (49) zegt hierover het volgende: *“Mijn vader is vorig jaar voor het laatst naar een concert geweest en hij is 72. Als ik het tot mijn 72^e volhoud dan vind ik dat prachtig! Ik denk dat de echte vergrijzing voor de poppodia nog niet aan de gang is. Voor mij zit de vergrijzing net in de generatie die boven mij zit en ik denk dat de echte vergrijzing er nog aan moet komen als wij ouder worden, want de generatie boven mij, dat zijn een heleboel mensen die vroeger ook niet naar concerten gingen. Ik denk dan aan de zestigers van nu. Dat is voor mij het criterium van de vergrijzing, de mensen die nu met pensioen gaan. Timo stelt dat een groot gedeelte van de huidige zestigers, vroeger minder naar concerten gingen dan zijn generatie. Zodoende verwacht hij dat zijn generatie, de huidige vijftigers, nog vaker en langer naar concerten zullen blijven gaan. Wil (54) beaamt deze*

conclusie: *“Ik zie het nog zo gebeuren dat hier een rollator plaats komt. Ik denk wel dat wij het nog heel lang volhouden”.*

De vrijwilligers constateren dat de vergrijzing invloed heeft op de programmering van poppodia. Zij zien dat veel bands van vroeger blijven komen en dat het publiek van toen hen nog steeds trouw blijft. Gerard (50) vertelt hierover het volgende: *“Ik zie het in de context van wat hier (Boerderij) optreedt. Als hier alleen jonge bandjes zouden optreden dan zou ik niet tot het publiek behoren. De optredens zijn ook meegegaan in de vergrijzing. Er zijn bandjes van toen ik jong was, waarvan ik niet meer had verwacht dat ze nu nog zouden bestaan. Ik denk dat sommige bands dat van zichzelf ook niet hadden verwacht, waaronder Mick Jagger. Hij is zeventig en zingt nog. Ik vind het wel leuk dat sommige bands nog steeds bestaan”.*

In de gesprekken over de programmering zijn vrijwilligers opnieuw sterk geneigd om vergelijkingen te maken tussen de programmering van poppodia en festivals. Zo verbaast Lonneke (31) zich over de oude bands die op Pinkpop staan. Een deel van de vrijwilligers houdt ook de programmering van andere podia in de gaten en ziet dat de programmering van sommige podia zich toespitst op bepaalde muziekgenres. Zo vertelt Diny (55) over de programmering van poppodium 013 in Tilburg: *“Ik kijk wel eens naar de programmering van 013 en die hebben af en toe wat meer metal concerten”.* De vrijwilligers vinden dat de programmering van poppodia in Nederland over het algemeen voor ieder wat te bieden heeft.

Op de vraag of poppodia meer op jongeren of op ouderen zijn gericht antwoordt Hugo (45): *“Het is heel erg podiumafhankelijk of de programmering voornamelijk op jongeren of ouderen is gericht”.* Lonneke (31) stelt dat poppodia in hun programmering ervoor moeten zorgen dat ze ook de jeugd af en toe aanspreken. Lilian (32) stelt dat de programmering ook samenhangt met de plaats waar het podium gevestigd is. Zo zegt zij: *“Er wonen hier (Zoetermeer) minder jongeren dan in bijvoorbeeld een stad als Den Haag. Als je gaat studeren dan vertrek je uit Zoetermeer”.* Lilian (32) stelt dat de programmering ook rekening moet houden met de doelgroep in de directe omgeving. Als er minder jongeren in de directe omgeving wonen is het volgens haar vanzelfsprekend dat het programma minder op jongeren gericht is. Wilbert (58) en Ab (66) stellen wel dat het belangrijk is om te volgen wat de jongere generatie bezighoudt. Wilbert koppelt deze conclusie aan het lange termijn beleid van de Boerderij: *“Ik zit te denken, dat als je als Boerderij verder wil kijken dat je dan moet weten wat er nu leeft en hoe dat zich gaat ontwikkelen, om je deurtjes op het juiste moment open te zetten. Ik weet niet wat er nu bij die twintigers en dertigers leeft”.*

De vrijwilligers hebben uiteenlopende ideeën over de programmering van de Boerderij. Zo valt het Heike (48) op dat er soms artiesten geprogrammeerd staan, voor wie mensen van de andere kant van Nederland naar de Boerderij reizen: *“Voor bands als The Flower Kings en Haken daar komen echt mensen vanuit Limburg naar toe, dat weet ik echt voor 100% zeker”.* Ard (41) merkt op dat de Boerderij gericht bezig is en daardoor herkenbaar is: *“Ik vind dat de Boerderij het heel goed doet wat betreft herkenbaarheid. Progrock of Symforock, genres die*

hier veel geprogrammeerd worden, geven wel gewoon smoel aan je podium. En dat hoor je terug. Met die verkiezingen in Engeland in dat blad (Prog magazine) daar wordt de Boerderij als derde genoemd, dat is niet zomaar een blad, dat is echt een serieuze benoeming". Een deel van de vrijwilligers vindt de keuze van bepaalde niches zoals progressieve rock en symfonische rock een slimme zet van de Boerderij. Een ander deel vindt dat de programmering meer de breedte in moet gaan. Hugo (45) zegt: *"De vraag is of je een bepaalde niche moet kiezen, bijvoorbeeld Progrock of R & B, of dat je de breedte ingaat. Ik zou zeggen ga lekker de breedte in en maak de programmering veelzijdiger"*. Op deze manier denken de vrijwilligers dat er nieuwe publieksgroepen kunnen worden aangetrokken. Wilbert (58) zegt hierover het volgende: *"We hebben een bepaalde doelgroep binnen en die moet je zien te verbreden en kijken waar ligt die grens"*. Wilbert (58) doelt hierop de grens van publieksgroepen die elkaar niet uitsluiten. Men moet zorgen dat je nieuw publiek aantrekt, maar het moet niet zo zijn dat door die nieuwe publieksgroepen het huidige publiek afhaakt.

4.1.4 Het verwachtingspatroon

In het vierde thema wordt ingegaan op het verwachtingspatroon van de vrijwilligers. Tijdens deze discussies wordt gekeken in hoeverre er moet worden ingespeeld op de wensen en behoeften van oudere bezoekers. Er wordt besproken welke faciliteiten poppodia moeten bieden. Ook worden de faciliteiten van Cultuurpodium Boerderij besproken. Vervolgens wordt er gekeken naar faciliteiten die ervoor zouden kunnen zorgen dat er meer oudere bezoekers naar een poppodium (blijven) komen.

Als het gaat over de faciliteiten van poppodia gaat het gesprek direct richting de faciliteiten van de Boerderij. Zo wordt er onder andere gesproken over het belang van parkeergelegenheid, garderobe, toiletten, klimaatbeheersing, geluid en goed zicht. De vrijwilligers vinden het erg belangrijk dat er genoeg plek is om te parkeren. Een deel vindt dat er bij de Boerderij voldoende parkeerruimte is, terwijl een ander deel van de vrijwilligers aangeeft dat vooral tijdens uitverkochte concerten de parkeergelegenheid te beperkt is. Het merendeel van de vrijwilligers is bij andere podia bereid om voor de toiletten te betalen, mits deze schoon zijn. Dit geldt ook voor de garderobe, waarbij het dan van belang is dat deze bewaakt is. De meeste vrijwilligers geven aan dat de klimaatbeheersing in de Boerderij beter kan. Heike (48) zegt hierover het volgende: *"De klimaatbeheersing is niet altijd even goed, vooral aan de zijkanten is het erg warm en dan vallen mensen die daar niet goed tegen kunnen flauw"*. Lonneke (31) geeft aan dat het vooral heel warm is tijdens uitverkochte concerten. Ook goed geluid is volgens de vrijwilligers van belang. Zij vinden de kwaliteit van het geluid goed, maar vinden het geluid soms te hard. Dina (51) zegt: *"Mensen die hier voor het eerst komen of niet heel vaak naar concerten gaan vinden het geluidsniveau vaak echt veel te hoog. Maar mensen die hier vaker komen, frequente bezoekers die hoor je daar niet over. Die hebben oordoppen of die zijn*

gewend dat het hard is". Volgens Lonneke (31) komt dit met name voor als het rustig is. Timo (49) maakt een vergelijking met andere zalen: *"Toch kom ik hier minder vaak met een piep in mijn oren thuis als in andere zalen. Wat ik wel een nadeel vind in de Boerderij is dat er tijdens rustige concerten ontzettend veel gepraat wordt achterin de zaal"*. In alle groepen komt naar voren dat de beeldkwaliteit van het scherm in het podiumcafé verbeterd kan worden. Ook de geluidskwaliteit laat te wensen over. Jaap (69) geeft aan dat mensen thuis verwend zijn met grote beeldschermen en geeft daarom aan dat het bij de Boerderij ook beter zou moeten kunnen. Roel (54) stelt dat een scherm in de hal ook mooi zou zijn, zodat je wanneer je de zaal uitloopt toch in de sfeer blijft van het concert.

Een deel van de vrijwilligers geeft aan dat de bereikbaarheid van zowel de bars als van de muntenbalies bij drukke concerten beperkt is. Wilma (37) zegt hierover het volgende: *"Wat ik slecht vind is, vooral met drukke concerten, dat je maar op zo weinig plekken munten kan kopen. Dat probleem is wel deels opgelost met die muntenautomaat boven (op balkon). Eigenlijk zou je ook in het tussenstuk (hal) munten moeten kunnen kopen en bij de kassa. Mensen gaan lastig doen tegen ons (barmedewerkers), omdat ze niet bij het hoekje van de muntverkoop kunnen komen. In de meeste zalen waar je met munten moet betalen staan bij binnenkomst rijen muntenapparaten en dan weet je dat je munten moet kopen. Het is voor de klanten hier (Boerderij) niet duidelijk dat je munten moet kopen en waar je ze moet halen"*.

De vrijwilligers hebben weinig aan te merken op het horeca aanbod, qua drankaanbod. Ab (66) stelt dat veel oudere bezoekers het waarderen dat er nog in glas wordt geschonken. De vrijwilligers hebben verschillende ideeën over mogelijkheden om voor een concert te eten. Hugo (45) zegt: *"Wat ik mis is wat restaurant faciliteiten. Als er wat meer aan bod is om te eten. Je hebt hier niets in de buurt. Als ik met vrienden uit ga dan maak ik er echt een avondje van en dat wil ik wat eten met die gasten. Je hebt wel de doelgroep, die vergrijsde groep, veertigers, vijftigers die met vrienden wat willen eten en er echt een avondje uit van willen maken"*. Volgens Hugo (45) is eten voornamelijk voor oudere doelgroepen een primair element van een avondje uit. De vrijwilligers stellen dat het niet alleen mogelijk moet zijn om eten te bestellen voor een concert, maar ook na een concert. Wilbert (58) vindt dat dit verbeterd kan worden: *"Als bezoeker is het onvoorspelbaar of je iets kan eten. Ik hoor heel vaak mensen vragen, komt er iets te eten? Dan zeggen wij dat we dat niet precies weten. Dat vind ik slecht geregeld. Als bezoeker kom je voor de muziek, een drankje en voor een hapje te eten"*. Heike (48) denkt in de vorm van arrangementen. Zij denkt dat het een meerwaarde is om arrangementen aan te bieden voor een concert, een diner en eventueel een hotelovernachting.

Het grootste gedeelte van de discussies gaat over de mogelijkheid tot het creëren van zitplaatsen. Wilma (37) brengt naar voren dat bezoekers vaak aan haar komen vragen of er zitplaatsen zijn: *"Er komen altijd mensen vragen, waar kan ik hier zitten. Dat vinden mensen wel een probleem. Dan krijg ik te horen; "ja maar mijn vrouw is slecht ter been"*. Dan moet ik gaan uitleggen dat je dat moet aanvragen en dat je dan een barkruk (zitplaats) kan reserveren. We hebben

(bij de Boerderij) een bankje achter in de hal en dat is ook fijn, daar zit vrijwel altijd iemand op. Ik heb zelfs een keer meegemaakt dat mensen dat bankje mee de zaal in wilden nemen". Diny (55) herkent zichzelf in deze behoefte van de bezoekers: "Ik heb het zelf ook, ik ga eigenlijk hier nooit naar een concert kijken, maar ik werk liever (zittend achter de muntenbalie) omdat ik gewoon niet het hele concert kan staan. Ik probeer dan ergens tegen aan te hangen of ik wil op een kruk zitten, want anders ga ik niet. Dat hoor ik van meer mensen, vooral ouderen, die gewoon last hebben bijvoorbeeld van hun rug en dat ze gewoon niet de hele avond kunnen staan."

Er worden tijdens de discussies over zitplaatsen ook vergelijkingen gemaakt met andere podia. Zo zegt Diny (55): *"Als je bijvoorbeeld kijkt naar 013, dat is wel een veel grotere zaal, maar daar loopt het meer trapsgewijs, dan heb je overal goed zicht. Je komt voor de sfeer, maar je komt ook om iets te zien."* De vrijwilligers zijn van mening dat zitplaatsen niet alleen een meerwaarde zijn voor oudere bezoekers, maar ook voor mensen die het concert goed willen zien. Lonneke (31) zegt hierover het volgende: *"Als je kijkt naar het gemiddelde poppodium dan is er altijd ergens wel een mogelijkheid om te zitten, kijk naar Paradiso, kijk naar het Paard, kijk naar de HMH, je kan er zitten en er wordt ook op jong publiek geprogrammeerd."* Een deel van de vrijwilligers is van mening dat door zitplaatsen wel de capaciteit van de zaal omlaag gaat. Tijdens deze discussies wordt in alle groepen aangedragen dat het balkon van de Boerderij beter kan worden benut. Monica (37) stelt het volgende: *"Ik vind dat je boven sowieso veel loze ruimte hebt, want als je derde rij staat dan zie je al bijna niets."*

Opmerkelijk is dat in alle groepen naar voren wordt gebracht dat het een optie is om op het balkon zitplaatsen te creëren. Heike (48) werkt vaak achter de bar op het balkon en spreekt uit ervaring: *"Op het balkon staan een paar barkrukken. Tijdens concerten gaan mensen meteen naar boven en bezetten als het ware de eerste rij en leggen hun jasje in de koven. Je moet dan constant zeggen, "nee die barkrukken mag je niet gebruiken", de barkrukken moeten bij de bar blijven maar mensen nemen ze mee om vooraan op een barkruk te zitten. Dat is wel logisch, want dan kan je zitten en vaak zie je dan wat meer want dan zit je wat hoger. Ik denk dat er echt behoefte is aan meer zitplaatsen, waar je het goed kan zien."* Timo (49) brengt naar voren dat wanneer de eerste rij van het balkon bestaat uit zitplaatsen, je volgens hem al een heel eind komt. Ook Ard (41) denkt dat er wel een markt voor is: *"Je zou theoretisch gezien als proef, dan doe je niet meteen een grote uitgave, de eerste ring kunnen voorzien van zitplaatsen. Dan met een apart kaartje, er moet dan iemand bij staan die dat controleert. Dan moet je gewoon heel goed communiceren met het publiek, dat er zitplaatsen zijn waar speciaal voor is betaald. Dat kun je een half jaar proberen en als het goed loopt kun je het uitbreiden naar een tweede ring. Er zijn best wel mensen die dan wel naar een concert zullen gaan"*. Het merendeel van de vrijwilligers denkt dat bezoekers best zullen willen betalen als zij gegarandeerd zijn van een zitplaats. Wil (54) denkt dat er bij verschillende leeftijdsgroepen behoefte is aan zitplaatsen: *"Dat is niet alleen iets voor ouwe lullen"*. Zo vertelt Ard (41) dat hij zelf een hernia heeft gehad en dat ook mensen met reuma bijvoorbeeld niet in staat zijn om lang te staan. Men is wel van mening dat met deze faciliteit

oudere bezoekers die niet (meer) naar concerten gaan over de drempel kunnen worden getrokken om weer naar een poppodium te gaan.

Vroege aanvangstijden zijn volgens de vrijwilligers met name voor oudere bezoekers prettig. Over het algemeen vinden de vrijwilligers 20.30 uur, de meest gebruikelijke aanvangstijd van de Boerderij, prima. Sommigen geven aan dat andere podia vaak om 20.00 uur beginnen. Een deel van de bezoekers geeft aan dat dit een nadeel is als je uit je werk moet komen, hoewel Wilma (37) denkt dat mensen eerder een middagje vrij nemen, zodat ze lekker vroeg naar een concert kunnen gaan en het dan fijn vinden dat ze vroeg naar huis kunnen als ze de volgende dag weer moeten werken. De vrijwilligers geven aan dat het prettig is als een concert doordeweeks niet te laat eindigt. Ard (41) heeft hier het volgende idee over: *“Ik hoor wel eens van mensen dat ze niet begrijpen dat er een voorprogramma is, ze komen immers voor het hoofdprogramma, zeker doordeweeks. Het concert is dan laat afgelopen. Het zou misschien een bepaalde groep over de drempel trekken om toch te komen als er doordeweeks geen voorprogramma bij zit.”* Het zou dus overwogen kunnen worden om doordeweeks geen voorprogramma te kiezen, zodat mensen van tevoren weten dat het niet al te laat wordt. Ook bij bands waarvan je bij voorbaat weet dat zij lang optreden, is dit volgens vrijwilligers een slimme zet. Bezoekers weten in dit geval hoe laat een concert afgelopen is, wanneer er een voorprogramma is kan dit soms verschillen.

4.1.5 Contact met bezoekers

In het thema *Contact met bezoekers* wordt gepraat over manieren om publiek te bereiken. Er wordt onder andere aan de vrijwilligers gevraagd wat zij persoonlijk de prettigste manier vinden om op de hoogte te blijven van het programma van poppodia. In het bijzonder wordt aandacht besteed aan manieren om oudere bezoekers te bereiken. Hierbij komen verschillen tussen jongere en oudere bezoekers aan bod op het gebied van promotie. Tot slot wordt gesproken over het bereiken van bezoekers via sociale media en een App op de mobiele telefoon.

De vrijwilligers zijn het in het algemeen met elkaar eens dat de nieuwsbrief één van de prettigste middelen is om op de hoogte te blijven van het programma van de Boerderij. Daarnaast vinden zij ook de website van groot belang. Er heerst consensus dat de website verbeterd kan worden. In twee focusgroepen wordt naar voren gebracht dat het lettertype van de website te klein is. Naast de nieuwsbrief en de website, hechten vrijwilligers vooral waarde aan Facebook en affiches op straat. De meeste vrijwilligers raadplegen de website regelmatig of zijn lid van de Facebook pagina van de Boerderij. De vrijwilligers zijn ervan overtuigd dat een combinatie van traditionele media, (kranten en radio) en sociale media (Facebook) van belang zijn bij de promotie van de Boerderij. Timo (49): *“Via een aantal traditionele media kan je mensen bereiken om ervoor te zorgen dat zij vervolgens vrienden van de*

Boerderij worden op Facebook. Je moet dus beginnen met traditionele media en vervolgens nemen sociale media het over". Volgens de vrijwilligers zijn er wel verschillen tussen het bereiken van jongere en oudere bezoekers. Zij zijn er echter van overtuigd dat ook de oudere generatie steeds meer gebruik maakt van sociale media, zoals Facebook. Oudere bezoekers lezen volgens de vrijwilligers zowel landelijke als regionale kranten en luisteren naar de radio, terwijl jongeren dit minder doen.

Niet alle promotiemiddelen worden door alle vrijwilligers opgemerkt. Zo vindt een deel van de vrijwilligers dat er te weinig gedaan wordt met de Facebook pagina van de Boerderij, terwijl een ander deel vindt dat er voldoende verschijnt. Er wordt aangegeven dat de content die op Facebook verschijnt meer onderscheidend en origineel mag zijn. Het gebruik van filmpjes bij aankondigingen, prijsvragen en interactie wordt gewaardeerd. Een Boerderij App is volgens sommige bezoekers een waardevolle aanvulling. Zo zegt Marjolein (26): *"Wanneer je meldingen krijgt via een App, dan krijg je op den duur meer bezoekers. Dit komt door de herhaling"*. Een deel van de vrijwilligers geeft echter aan dat zij geen gebruik maken van App's. Een App zal volgens de vrijwilligers niet meteen zorgen voor meer bezoekers, maar moet eerst goed verspreid worden. Het is volgens de vrijwilligers van belang dat de content zeer regelmatig vernieuwd wordt.

Behalve sociale media en Apps is er onder de meeste vrijwilligers ook nog steeds behoefte aan informatie via traditionele media, zoals krant. Niet alle vrijwilligers zijn bekend met de wekelijkse agenda van de Boerderij in het streekblad van Zoetermeer. Volgens de vrijwilligers wordt de Zoetermeerse editie van AD/ Haagsche Courant meer gelezen dan de Streekbladen. Vrijwilligers die niet in Zoetermeer wonen, vinden over het algemeen dat er weinig promotie van de Boerderij te zien is in omliggende gemeente, waaronder Delft, Voorschoten, Voorburg en Den Haag. Volgens hen ontbreekt het aan naamsbekendheid in omliggende dorpen. Zij zouden graag affiches van de Boerderij op straat zien hangen. De vrijwilligers missen de driehoeksborden die in het verleden in de omgeving van Zoetermeer verdeeld waren.

De vrijwilligers brainstormen tijdens de sessies ook over nieuwe promotiemiddelen, die de Boerderij zou kunnen inzetten. Zo vertelt Wilma (37) uit ervaring dat een klantenkaart soms goed kan werken om klantgegevens te verzamelen. Zij zegt hierover het volgende: *"Op mijn werk hebben we sinds kort klantenkaarten. Dat willen mensen gewoon. Mensen willen dan ineens graag in het klantenbestand zitten."* Niet iedereen is ervan overtuigd of dit bij de Boerderij zal werken aangezien veel mensen toch voor een bepaalde artiest komen. Ard (41) zegt: *"De bezoekers van de Boerderij zijn niet te vergelijken met stamgasten in een kroeg. Ze komen echt voor een artiest."* Esther (44) geeft aan dat het daarom misschien effectief zou kunnen zijn om samen te werken met fanclubs. Op die manier bereik je direct de fans van een bepaalde artiest.

4.2 Bezoekers aan het woord

In deze paragraaf wordt inzicht gegeven in de focusgroepen met in totaal 24 bezoekers van de Boerderij. Er hebben drie focusgroepen plaatsgevonden, waarin per focusgroep 8 bezoekers met elkaar in gesprek zijn gegaan. Aan de hand van de thema's: *leeftijdsopbouw, motieven voor bezoek, programmering en generaties, verwachtingspatroon en contact met bezoekers* wordt gekeken hoe bezoekers aankijken tegen de vergrijzing in samenhang met het bezoek aan poppodia.

4.2.1 Leeftijdsopbouw en de betekenis van vergrijzing

Het thema *levensopbouw* richt zich op leeftijd en betekenisgeving met betrekking tot het begrip vergrijzing. Dit gedeelte van de focusgroep sessies is bedoeld om te achterhalen in hoeverre het thema vergrijzing leeft bij de respondenten, de bezoekers van de Boerderij. Daarnaast geeft het inzicht in hun visie over de vergrijzing. De eerste vraag die aan de bezoekers is voorgelegd, is of zij wel eens nadenken over oud zijn met betrekking tot zichzelf. Op deze vraag schudt een deel van de bezoekers meteen vastberaden 'nee'. Toch blijkt gedurende de gesprekken dat men wel degelijk nadenkt over ouder worden. Zo geeft Bert (58) aan dat hij er zeker wel eens over nadenkt, maar dat dit niet betekent dat hij zich oud voelt. Rob vd M (53) relateert zijn gevoelens over oud zijn aan concertbezoek: *"Het ligt eraan naar welk concert je gaat. Ik ging laatst naar een concert in Paradiso waar voornamelijk jongeren op af kwamen. Dan voel je je toch wel een beetje een ouwe lul als je daar tussen staat"*. Michiel (54) geeft aan dat leeftijd voor hem niet zo veel uitmaakt: *"Je gaat gewoon naar de band die je graag wilt zien. En of je nou veertig, vijftig of zestig bent, dat maakt niks uit. Ik heb wel eens dat ik denk, goh, volgens mij ben ik de oudste hier, dan haal ik me schouders op en dan ga ik lekker genieten."* Het gevoel van ouder zijn, weerhoudt hem niet om van het concert te genieten.

Over het algemeen wordt het duidelijk dat de bezoekers zich niet oud voelen. Het merendeel van de bezoekers is nog werkzaam en de gepensioneerden in de groep lijken er een hele actieve levensstijl op na te houden. Zo zegt Gerard W (65): *"Ik denk dat je zo oud bent zoals je je voelt"*. Okke (50) beredeneert deze vraag over leeftijd minder persoonlijk: *"Statistisch gezien is de groep van 45 en ouder oud, maar ja ach"*. Leeftijd lijkt voor de bezoekers geen belemmering te vormen in hun leven en in relatie tot concertbezoek, maar zij geven aan dat leeftijd voor sommige mensen wel een grote invloed heeft op hun leven. Zo zegt Peter (51): *"Als ik iemand van veertig niet meer uit zijn stoel kan krijgen, dan is hij oud. Ik moet veel leeftijdsgenoten een trap onder hun kont geven, om ze uit de stoel te krijgen"*. Gerard W (65) vat het gevoel van de groepen in één zin samen: *"Het is niet het getal, maar het gedrag"*. Opvallend is dat de bezoekers vooral positieve gevallen van mensen die ouder worden in de groep onder de aandacht brengen. Zo vertelt Rob L (56) het volgende: *"Ik kom hier heel vaak met een vriend van me en hij is inmiddels 73 of 74. Ik heb van hem de Progrock geleerd. Ja, wat is oud? Ik hoop dat*

als ik zo oud ben als hij, dat ik hier (Boerderij) nog steeds kom en dat de Boerderij nog steeds bestaat, maar dat je blijft gaan dat houdt je gewoon jong.” Ook Gert-Jan (43) draagt een positief voorbeeld aan van iemand die ouder is en nog steeds concerten bezoekt: *“Een goede vriendin van ons is 67 en die staat hier (Boerderij) te springen alsof ze een meisje van 22 is.”*

Vrijwel alle bezoekers zijn ervan overtuigd dat de huidige generatie ouderen anders is dan de toekomstige generatie ouderen. Gerard W (65) geeft aan dat er in vergelijking met vroeger veel is veranderd: *“Mijn ouders waren werkers. Er was armoede, ze werkten van ’s morgens vroeg tot ’s avonds laat. Als je dat vergelijkt met hoe wij nu leven, dat is een wereld van verschil. Op hun 65^e zijn ze niet versleten, laat ze lekker doorwerken tot hun 70^e.”* Peter (51) heeft een andere kijk op de generatie van zijn ouders: *“Mijn vader was ambtenaar en die ging op zijn 56^e met pensioen. Hij heeft een uitvoeringsregeling zelf moeten opzetten. Ik zeg wel eens tegen hem, jij hebt je eigen VUT regeling gecreëerd. Dan wordt hij boos. Het is niet dat ik het die generatie niet gun, maar het is niet vanzelfsprekendheid meer. Tegenwoordig ga je niet meer op je 56^e met pensioen.”* Het blijkt dat er verschillend wordt aangekeken tegen de huidige ouderen.

Als het gaat over de toekomstige ouderen dan denken de meeste bezoekers dat naarmate je ouder wordt je steeds meer vrije tijd krijgt. Bert (58) stelt dat ouder worden in relatie tot vrije tijd voordelen met zich meebrengt: *“Als ik hier (Boerderij) kom neem ik altijd de volgende dag vrij. Ik heb heel veel ouwe lullen dagen, dat is het voordeel als je wat ouder wordt.”* Als het gaat over de bestedingsmogelijkheden van toekomstige ouderen dan zijn de meningen verdeeld. Er heerst enige onzekerheid over de financiële situatie van toekomstige ouderen. Domien (54) spreekt uit eigen ervaring: *“Ik ben nog maar 54, maar ik ben marinier en ik ben officieel al met pensioen. Ik werk nog wat avondjes, maar op mijn 54^e is het moeilijk, want ze willen liever van die jonge gozers. Ik geef een paar avondjes les, maar dat schiet niet op. Ik moet dus door deze financiële omstandigheden echt wel letten op hoe ik met mijn centjes omga. Ik zie concerten waar ik dolgraag naar toe zou willen, maar helaas ik heb gewoon het geld niet op dit moment. Vroeger ging ik achter elkaar naar concerten, maar nu moet ik echt kijken ik naar toe ga en hoeveel ik daarvoor wil uitgeven. Grote concerten ga ik over het algemeen niet of het moet iets heel bijzonders zijn. De Boerderij en het Paard van Troje vind ik over het algemeen betaalbaar.”* Ook Bert (58) hoopt dat hij het bezoeken van concerten nog lang fysiek en financieel volhoudt. Hij zegt hierover het volgende: *“Als ik een keuze zou moeten maken, dan zou ik minder CD’s kopen en toch zoveel mogelijk hier (Boerderij) blijven komen.”* Ook André (51) stelt dat hij zelf keuzes maakt: *“Er gebeurt natuurlijk wel het één en ander. Alles wordt duurder en het geld gaat maar één keer uit die portemonnee. Je gaat wel, of je wil of niet, keuzes maken. Ik zou elke avond wel naar een concert willen, maar financieel gezien gaat dat gewoon niet.”*

Een ander deel van de bezoekers geeft aan dat zij naarmate zij ouder worden juist meer te besteden hebben of denken te hebben. Gerard (53) zegt hierover het volgende: *“Ik heb nu veel meer te besteden in vergelijking met toen ik 19 was. Ik ga daardoor ook meer naar concerten. De ‘vergrijzer’ om het maar zo te zeggen, heeft meer middelen om vaker naar concerten te*

gaan. Dat gaat toch wat makkelijker. Ook André (51) verwacht dat hij over een paar jaar meer bestedingsruimte zal hebben: *“Ik heb momenteel opgroeiende kinderen, maar als die het huis uit zijn dan houd ik weer wat meer over. Dan heb ik weer meer ruimte om dingen te kunnen doen die ik leuk vind.”* Ron (19), de jongste deelnemer aan het onderzoek, denkt ook dat hij naarmate hij ouder wordt meer te besteden zal hebben: *“Ik denk dat als ik dadelijk een fulltime baan heb, dat ik dan mijn geld beter kan verdelen. Het geld dat ik nu uitgeef aan concerten kan ik waarschijnlijk dan makkelijker missen, maar mijn vrije tijd zal er denk ik wel op achteruit gaan.”* In die zin heeft meer werken weer een negatief effect op de vrije tijd.

Op de vraag wat men verstaat onder het begrip vergrijzing wordt verschillend gereageerd. Zo antwoordt Rob L (56): *“Ik vind het een beetje een onzin begrip. Ik zie mensen op mijn werk van 25 die enorm vergrijsd zijn. Die zijn heel beperkt in hun denken en doen.”* Sommige bezoekers voelen zich persoonlijk aangesproken als het in maatschappelijke debatten over de vergrijzing gaat. Gerard (53) zegt: *“Moet je vergrijzing nu zien als een scheldwoord. Ik weet het niet. Wanneer ben je een vergrijzer. Ben ik vergrijsd? Ik heb het idee dat met vergrijzing wordt bedoeld de mensen die gestopt zijn met werken, die met pensioen zijn.”* Volgens Okke (50) is vergrijzing een typering van een doelgroep: *“Vergrijzing is de typering van een doelgroep. Dat is economisch bepaald. Het brengt veranderingen met zich mee in bestedingspatronen, in producten, diensten en wat je aanbiedt. Wij als vijftigers hebben andere wensen dan jongeren. De hele samenleving past zich aan. We gaan een beetje vergrijzen en daar gaan we allemaal in mee. De Boerderij is daarin natuurlijk geen uitzondering, want de programmering pakt toch allemaal die oude frontmannen en daar komen wij op af.”*

De meeste bezoekers volgen discussies over vergrijzing in de media. Zij hebben hier verschillende meningen over. Zo zegt Renske (56) het volgende: *“In het algemeen vind ik dat er een veel groter probleem van gemaakt wordt. De mensen die vergrijzen hebben levenservaring, kennis en capaciteiten, maar deze groep wordt te makkelijk als belastend gezien. Het kost geld, ze zijn niet flexibel meer, ze kunnen niets meer leren en ze zijn duur. Ik denk dat de mensen daar ontzettend mee te kort worden gedaan.”* Ook Gerard (53) is het niet eens met de manier waarop er met de vergrijzing wordt omgegaan: *“Ik heb vaak het idee dat vergrijzing vaak als een soort excuus wordt gebruikt door zorginstellingen en banken. Bij het woord vergrijzing gaan alle alarmbellen rinkelen en moet alles duurder gemaakt worden. Je ziet dit al veertig jaar aankomen, eigenlijk al na de oorlog toen de eerste babyboomers geboren werden. Toen wist je al, daar gaat een probleem ontstaan over zoveel jaar.”* Ook Bert (58) stelt dat de vergrijzing nooit is ingecalculeerd. Volgens hem hangt de vergrijzing samen met de stijging van de gemiddelde leeftijd. Gerard W (65) heeft een positieve kijk op de vergrijzing. Hij zegt hierover het volgende: *“Ik denk dat ouderen een hele belangrijke doelgroep zijn, ze hebben meer vrije tijd, ze zitten vaak op de top van hun inkomen, huis is afbetaald, kinderen zijn het huis uit. Ze kunnen veel meer genieten van het leven en dat doen ze ook. Vergrijzing is geen probleem, het is een uitdaging.”*

Vergrijzing wordt door de bezoekers in het algemeen niet als probleem ervaren. Zij zijn het niet eens over de manier waarop er in de politiek en in de media over de oudere generatie wordt gesproken. Volgens de bezoekers wordt het probleem groter gemaakt dan het daadwerkelijk is. Men vindt dat ook de positieve kanten belicht moeten worden. Daarnaast heerst ook de opvatting dat er te laat is begonnen met inspelen op de vergrijzing. Volgens Peter (51) is het noodzakelijk dat er een omslag plaatsvindt in de samenleving. Hij zegt hierover het volgende: *“Ik ben zelfstandig ondernemer. Je hoort dan al die dingen over pensioen en dan denk ik; ik heb niet eens een pensioen. Ik ben er altijd vanuit gegaan dat ik, laat maar zeggen, tot mijn dood zal moeten werken. Toen heb ik op een gegeven moment tegen mijn vrouw gezegd, als dat dan moet dan gaan we het wel op een zodanige manier inrichten dat het wel op een leuke manier kan. Je hoeft natuurlijk niet tot je dood toe zeventig uur per week te werken, dat is een kwestie van plannen. Dat verandert denk ik wel je visie, in plaats van toewerken naar je pensioen van dan moet het genieten zogenaamd gaan beginnen. Daar is denk ik wel een omslag voor nodig in de maatschappij. We moeten langer door, maar we moeten gaan kijken hoe we langer door gaan en dat het op een leuke manier kan.”* Het lijkt erop dat de bezoekers voor zichzelf de positieve kanten van de vergrijzing uitlichten. Genieten van het leven staat hoog in het vaandel en daar hoort concertbezoek volgens hen zeker bij.

4.2.2 Motieven voor bezoek aan poppodia

In deze paragraaf worden motieven voor het bezoek aan poppodia belicht. Er wordt dieper ingegaan op de beleving van een bezoek aan een poppodium. Er wordt onder andere gekeken of de beleving verandert naarmate men ouder wordt. Daarnaast wordt de invloed van vergrijzing op het bezoek aan poppodia besproken. De eerste vraag die aan de bezoekers is voorgelegd luidt als volgt: Wat zijn de twee belangrijkste redenen om een poppodium te bezoeken? De bezoekers geven aan dat één van de belangrijkste redenen hun liefde of passie voor muziek is. In het bijzonder live-muziek. Hilke (47) zegt hierover het volgende: *“Het moet meer zijn dan de CD als ik ergens naar toe ga, ik wil wat zien, er moet iets gebeuren op dat podium.”* Okke (50) is kritisch als het gaat om het verschil tussen het geluid op een CD en hoe een band live klinkt. Hij maakt in zijn opvatting met betrekking tot motieven om een poppodium te bezoeken, een link naar studio geluid en live geluid van bands: *“Wat mij betreft zijn er twee motieven. Ten eerste, je kent de artiest en die staat op je lijstje van artiesten die je altijd nog een keer wil zien. Ik heb ook een ander motief. Je leest over een groep, er is enthousiast over geschreven, je luistert naar de CD en dan wil je hem een keer echt horen. Dan komen de echte mannen wel boven, want je hebt er natuurlijk bij zitten die bakken er echt niks van. En dan denk je; dat is allemaal wel leuk, maar dat is allemaal in de studio gemaakt. Soms kan het juist andersom zijn, dan denk je dit is nog beter dan op de CD.”*

Volgens Gerard (53) gaat het om een combinatie van muziek en de show. Het blijkt dat een deel van de bezoekers ook waarde hecht aan het sociale aspect dat het bezoeken

van concerten met zich meebrengt. Zo vindt Gert-Jan (43) ontmoetingen met vrienden tijdens concerten belangrijk. Gerard W (65) zegt: *“Voor mij is het muziek en gezelligheid met vrienden. Als het echt iets is dat in mijn straatje past, dan ben ik in staat om alleen te gaan, maar met vrienden is de aanmoediging des te groter. Gedeelde vreugde is dubbele vreugde. Als je tegen elkaar kan zeggen; dat was een goede solo, dan is dat toch leuker. Als je in je eentje staat dan moet je wel heel erg van de muziek houden.”* Dit laatste punt geldt voor een ander deel van de bezoekers. Zij gaan vaak alleen naar concerten, omdat zij specifiek voor de muziek komen en hechten minder waarde aan sociale contacten tijdens hun concertbezoek. Bij hen hangt een bezoek aan een concert sterker samen met de kwaliteit van de muziek. Erik (43) zegt hierover het volgende: *“De kwaliteit van de band is voor mij wel het belangrijkste. Ik ga liever naar een band die ik echt goed vind in mijn eentje, dan een band die mij minder aanspreekt met anderen.”*

Als het gaat over de beleving van een bezoek aan een poppodium worden er al snel vergelijkingen gemaakt tussen concerten in arena's en concerten in poppodia. Het blijkt dat het merendeel van de bezoekers een poppodium verkiest boven massale concerten in arena's. Dit hangt onder andere samen met het prijsverschil tussen een 'groot' concert in een stadion en een 'klein' concert in een poppodium. Grote concerten zijn over het algemeen duurder dan concerten in poppodia. Renske (56) zegt hierover het volgende: *“Zo'n groot concert daar betaal je dan toch gauw tachtig of negentig euro voor. Als hier naar Pink Project (Pink Floyd Tribute band) ga, dat is heel wat anders, maar dan geniet ik ook naar mijn geld.”* Hilke (47) geeft aan dat zij een poppodium gemoedelijker en gezelliger vindt. Zij vindt het prettig dat het niet uitmaakt waar je staat. Over het algemeen sta je, in vergelijking met een grootschalig festival, in een poppodium overal relatief dicht bij het podium. Ook Debora (47) deelt deze mening en zegt hierover het volgende: *“Als je zin hebt kun je gewoon vooraan bij het podium lekker kijken en dan loop je naar een ander hoekje waar het geluid net weer anders is.”*

De bezoekers ervaren een bezoek aan Cultuurpodium Boerderij over het algemeen zeer positief. Dit heeft onder andere te maken met het publiek dat de Boerderij trekt. André (51) zegt hierover het volgende: *“Op het moment dat je hier (Boerderij) komt is er nooit rottigheid, omdat je een bepaalde doelgroep hebt die voor muziek komt. Ik heb er een hekel aan, als ik langs vier bewakers heen moet, acht beveiligers, twaalf detectiepoortjes, omdat ik naar een concert ga. Dat soort concerten ga ik dus liever niet heen.* André geeft aan dat hij ook vaak dezelfde mensen tijdens concerten ziet. Een ander aspect van de Boerderij dat de bezoekers als zeer positief ervaren is de geringe afstand tussen artiest en bezoeker. De bezoekers geven aan dat zij het leuk vinden dat zij de artiesten persoonlijk kunnen benaderen na het optreden. Bert (58) vertelt het volgende: *“Wat de Boerderij voor heeft op andere podia is niet alleen de programmering, maar om het even populair te noemen: het afterparty gebeuren. Dat is vrij uniek. Er zijn maar heel weinig poppodia die dat hebben. De helft van de bands komt na het optreden nog even het podiumcafé in.”* Ook Jan (57) vertelt uit eigen ervaring: *“Toen ik een keer hier (Boerderij) kwam met The Flower Kings, dat is ongeveer acht jaar geleden. Dan kom je hier binnen en dan zitten die*

mannen hier zo (podiumcafé) te eten. Dan kan je ze, dat klinkt heel ideologisch, bijna aanraken. Ze lopen langs je heen. Ik kom ook altijd bij de CD stand die dan beneden staat. Het is allemaal heel gemoedelijk hier.” Peter (51) spreekt van een wisselwerking tussen publiek en de artiesten die naar de Boerderij komen: “Je voelt de interactie tussen jou en de artiest. Ik denk dat artiesten hier graag komen, omdat ze ook weer een prettige interactie met het publiek hebben. Dat heeft denk ik een wisselwerking. Je wil zo’n stuk beleven met een artiest, je wil zo’n artiest ook steunen. Ik koop ook altijd albums via de webwinkels van de bands, omdat ze dan die 30% extra pakken en dat hebben ze gewoon nodig. Als je soms leest hoe ze het geld bij elkaar moeten schrapen voor wat ze doen.

Michiel (54) typeert de sfeer van de Boerderij als ‘huiskamer gevoel’. De bezoekers vinden de sfeer van de Boerderij erg prettig. Dit hangt met name samen met het soort mensen dat de Boerderij bezoekt, muzikliefhebbers. Daarnaast is ook de kleinschaligheid een aspect dat de Boerderij aantrekkelijk maakt. Het feit dat het mogelijk is voor de artiesten om zich na het optreden nog even tot het publiek te richten, wordt door de bezoekers erg op prijs gesteld. Dit is volgens de bezoekers in grote zalen onbeheersbaar en daardoor minder vanzelfsprekend. Ron (19) zegt hierover het volgende: “Er is hier (Boerderij) meer contact tussen band en publiek in tegenstelling tot grote zalen, zoals na afloop drink je nog even wat en dan komen artiesten vaak nog de zaal in. 013 is ook geen grote zaal, maar het is toch zoveel groter dan hier (Boerderij). Het is daar meer gescheiden, je komt niet zo maar artiesten tegen in de hal.”

Het merendeel van de bezoekers bezoekt ook andere poppodia. De bezoekers hebben uiteenlopende ervaringen met andere poppodia. Negatieve ervaringen hangen met name samen met het bezoek aan drukke concerten. De bezoekers vinden het niet prettig als er weinig bewegingsvrijheid is. Jan (57) zegt: “Ik was een keer in 013, dat is een oude bioscoop, dat loopt zo trapsgewijs. Toen heb ik 2,5 uur op een heel klein plaatsje gestaan. Op een gegeven moment merkte ik dat toen het concert ten einde kwam, ik echt mijn benen moest gaan bewegen. Ik dacht anders breekt het straks allemaal af (lacht).” Ook André (51) vertelt uit eigen ervaring: “Wij zijn een keer in de Mezz geweest en daar was het een keer zo ongegeneerd druk en je zag gewoon helemaal niks. Ongelofelijk.” De bezoekers geven aan dat het in de Boerderij ook druk kan zijn en vinden het dan fijn als het balkon open is. Dit zorgt volgens hen voor meer bewegingsvrijheid en voor kleinere bezoekers voor goed zicht. Domien (53) vertelt hierover het volgende: “Dat is ook de reden waarom ik graag naar de Boerderij ga. Ik ben vaak één van de eerste die binnenkomt. Zeker als het druk bezocht is, dan ga ik meteen naar het balkon en dan sta ik vooraan. Vaak ben ik alleen en dan kan ik niks consumeren, want er is niemand die je plek kan vasthouden. Dus ja dan sta ik de hele avond op een droogje, maar ik kom gewoon om die band te zien. Dan sta ik met me neus erop. Ik vind het dan alleen jammer dat ik geen biertje kan halen, maar het is niet anders. Als boven niet opengaat, dan sta ik altijd voor de geluidstafel en ik ben niet zo groot en dan komen er altijd van die grote jongens voor me neus staan. Dat vind ik dan jammer.”

Renske (56) stelt dat er tegenwoordig tijdens concerten steeds meer gepraat wordt. Meerdere bezoekers merken dit op en vinden dit vooral vervelend bij muziek met rustige

passages. Een deel van de bezoekers herkent dit verschijnsel en stelt dat dit bij verschillende poppodia het geval is. Een deel van de bezoekers heeft dit wel eens meegemaakt bij de Boerderij. Hendrica (59) komt uit Alkmaar en stelt dat dit in zalen in haar directe woonomgeving opvallend vaak voorkomt : *“Dat is ook zo’n verschil met de Boerderij en andere locaties waar we komen. Hier komt 90-95% van de mensen echt voor de muziek. Achterin wordt er misschien wat geketst, wij staan altijd voorin. Maar in Noord-Holland bij ons daar, dat is verschrikkelijk. De eerste drie rijen staan alleen maar te ouwehoeren, dan denk ik ga weg, ga naar huis.”* Over het algemeen komt het merendeel van de bezoekers puur voor de muziek. Praten tijdens concerten wordt dan ook als zeer storend ervaren. Het wordt gewaardeerd als medewerkers van poppodia ingrijpen wanneer bezoekers te luidruchtig zijn of wanneer poppodia affiches ophangen om bezoekers er op te wijzen dat praten tijdens concerten beperkt dient te worden.

De persoonlijke omgeving van de bezoekers kijkt over het algemeen positief aan tegen poppodiumbezoek. Een deel van de bezoekers gaat vaak met familieleden naar concerten. Opvallend is dat veel bezoekers op hun werk vaak met mensen samenwerken die niet geïnteresseerd zijn in muziek of een hele andere muzieksmaak hebben. Claudia (52) vertelt hierover het volgende: *“Als ik tegen collega’s zeg, ik ga daar naartoe dan zeggen ze; wie is dat? Zij is net zo oud als ik, dan zegt ze tegen mij heb jij niet een keer zin om mee te gaan naar Marco Borsato? Daar gaat zij dan naar toe, zij heeft gewoon een hele andere smaak.”* Gert-Jan (43) vertelt dat hij regelmatig bandshirts naar zijn werk aan heeft en dat dit reacties opwekt. Sommige bezoekers zijn actief bezig om kennissen en vrienden te motiveren om concerten te bezoeken. Ze doen dit op verschillende manieren. Zo geeft Luc (50) zo nu en dan vrienden voor hun verjaardag een kaartje voor een concert in de Boerderij. Peter (51) is nog fanatieker bezig om mensen bij zijn passie te betrekken: *“Ik maak meestal voor mensen uit mijn omgeving een overzicht van wat er komt, een kleine omschrijving erbij en filmpjes van Youtube. Dan krijg je een flinke mail en die gaat de deur uit. Ik merk dat het wel bekeken wordt en dan zeg ik altijd maar: inschrijven. Dan kijk ik wie er mee willen en op basis daarvan bestel ik een kaartje en reserveer ik dat. Als ik dat niet regel gebeurt er niks. Ik had een keer iemand meegenomen en die stond hier toen voor de deur en die zei: Oo, ik geloof dat ik hier in mijn jeugd jaren wel eens geweest ben. Hij was 35...Het was jaren geleden dat hij voor het laatst een concert had bezocht.”* Tot slot blijkt het dat bezoekers ook regelmatig verbaasde reacties krijgen vanuit hun omgeving. Deze reacties zijn gebaseerd op vooroordelen, die samenhangen met leeftijd en uiterlijke kenmerken. Rob (56) zegt hierover het volgende: *“Wat ik wel grappig vind, is dat als je het op je werk wel eens hebt over wat je in de weekenden doet... Dan zeg ik, ja ik ben daar geweest. En dan zeggen ze; ‘oo ga jij naar bands’? Dat zien ze niet aan je af en dat heeft dan altijd wel een gemeenschappelijk verhaal. Het grappige is dat je dan ook heel veel ouderen ziet, gasten van onze eigen leeftijd, dat je denkt grappig dat die ook naar bands gaan.”* Terwijl Rob dit zegt wijst hij naar Bert (58). *“Er zit daar een keurige man met een stopdas. Dat hij van Gothic houdt, dat verwachten heel veel mensen gewoon niet.”* Bert

(58) kan dit beamen: *“Als ik zeg: ik ga regelmatig naar concerten met Metal bands, dan staan veel mensen raar te kijken. Dan hoor ik: op jouw leeftijd? Dat vindt men wel vreemd.”* Het blijkt dat leeftijd een punt is waarvan mensen uit de omgeving van de bezoekers denken dat dit hen van concertbezoek weerhoudt.

Het blijkt dat vergrijzing een rol speelt als het gaat om het bezoeken van concerten. Dit heeft met name betrekking op het bezoeken van festivals en grote concerten in arena's. De bezoekers geven aan dat zij over het algemeen minder naar grootschalige concerten gaan. Dit heeft verschillende redenen. Michiel (54) zegt hierover het volgende: Michiel (54): *“Die keuze heb ik voor mijzelf al lang gemaakt. Naar die grote concerten ga ik al lang niet meer. Ik ga geen honderd euro meer neertellen, want voor die honderd euro kan ik gewoon vier keer naar de Boerderij. Eind van het liedje ben ik dan wel vier keer meer kwijt aan drankjes enzo, maar dan heb ik wel vier keer een leuke avond gehad. Ik was in de Arena toen met The Police, negen tientjes, parkeren tientje. Het geluid is slecht, blijft slecht en dat zullen ze ook nooit goed krijgen. Dan zit je met zo'n Arena kaart waar je nog geen vier biertjes van kan kopen. Op een gegeven moment als je alles bij elkaar gaat optellen, dan denk je dag! Wat doe ik hier?”* Bij Michiel spelen meerdere zaken een rol. Zo vindt hij de prijs van een kaartje voor een concert in een arena, in vergelijking met een kaartje voor een concert in een poppodium erg hoog. Daarbij komen nog de parkeerkosten, die hij relatief hoog vindt. Ook vindt Michiel de manier van betalen voor consumpties niet prettig. Dit weerhoudt hem om nog naar concerten in arena's te gaan.

Okke (50) stelt dat niet alleen geld een rol speelt bij zijn overweging, maar dat het vooral gaat om de beleving: *“Bij mij komt het niet eens door het geld, maar vooral door de beleving. Ik heb hier meer met de artiest als met de muziek. Ik wil gewoon iemand in zijn ogen kunnen kijken en daar heb ik best wat voor over. Dat vind ik leuk.”* Gerard W (65) noemt vooral de praktische aspecten die hij onprettig vindt bij een bezoek aan grote concerten. Hij zegt hierover het volgende: *“Persoonlijk houd ik niet meer van dat massale gedoe. In gedrang naar binnen gaan en dan ergens op een veld gaan hangen. De Boerderij is een klein podium. Je loopt er zo in en uit, je staat niet uren in de rij te wachten tot je naar binnen mag.”* Annemarie (49) draagt een verklaring aan voor het feit dat bezoekers naarmate ze ouder worden, liever naar poppodia gaan: *“Ik denk dat je ook meer naar kleinere zalen gaat, als je ouder wordt omdat het allemaal wat makkelijker is. Ik heb geen zin meer om een uur in de trein te zitten en bij een stadion in de rij te gaan staan. Dat deed ik vroeger wel natuurlijk, maar het is nu gewoon te veel moeite.”* Ook Renske (56) heeft een soortgelijke opvatting: *“Het is wel anders geworden denk ik, in vergelijking met vroeger. Laat ik het zo zeggen dat ik het bijzonder prettig vind dat ik de Boerderij hier om de hoek heb. Als ik ver zou moeten reizen, dan zou ik niet meer komen. Massaliteit zal ik niet meer zo snel opzoeken.”* Uit deze uitspraken blijkt dat bezoekers naarmate ze ouder worden het prettig vinden als ze niet te ver hoeven te reizen voor een concert.

Het blijkt dat ook de beleving van een deel van de bezoekers verandert naarmate ze ouder worden. Okke (50) vertelt hierover het volgende: *“Vroeger ging ik gewoon staan en*

maakte het allemaal niet zo veel uit, maar nu wil ik de muziek echt voelen. Het liefst vooraan bij het podium, in het midden, goed geluid. Ik kies me plekkie wel.” Het blijkt dat meerdere bezoekers een vaste plek kiezen als zij naar concerten gaan. Niet iedereen heeft de behoefte om vooraan te staan, maar goed zicht is over het algemeen van groot belang. Ook Gerard W (65) herkent dit: *“Vroeger liep je meer blind achter een bepaalde groep aan en nu let je veel meer op kwaliteit, echt goede muziek. Ik ben nu veel kritischer. Je had vroeger een paar groepen waar je fan van was, bijvoorbeeld The Stones. Als je kijkt naar The Stones wat voor kwaliteit ze vroeger maakten, het waren leuke liedjes, maar als je de kwaliteit hoort dan denk je; ben ik daar enthousiast voor geweest? Over het algemeen lijken de bezoekers naarmate ze ouder worden kritischer te worden en gaan zij meer waarde hechten aan de kwaliteit van de muziek.*

Hilke (47) geeft aan dat haar muzieksmaak naarmate zij ouder is heel erg is veranderd. Ze ging steeds meer dingen zelf ontdekken. Ook Hans (60) stelt dat hij nog steeds nieuwe dingen vindt. Een deel van de bezoekers is ook sterk op zoek naar vernieuwing. Zij zoeken specifiek naar nieuwe bands, terwijl een ander deel van de bezoekers zich vasthoudt aan muziek die hen vroeger al aansprak. Gerard (53) geeft aan dat hij tijdens concerten hetzelfde gevoel heeft als vroeger. Hij roept dit gevoel als het ware zelf op, door terug te denken hoe een concert van dezelfde artiest vroeger voelde. Hij constateert echter wel een verandering, die samen hangt met ouder worden: *“Vroeger kon je nog wel eens een nachtje doorhalen en dan maakte het niet uit als je om 2.30 uur 's nachts je nest opzocht. Ik merk dat ik dat niet meer trek.”* Meerdere bezoekers herkennen zichzelf hierin. Met name oudere mensen die nog werkzaam zijn, geven aan dat zij na hun werk gewoon moe zijn. Gerard W (65) is met pensioen en zegt hierover het volgende: *“Ik merk dat naarmate ik ouder wordt ook meer ga genieten. Ik heb een periode gehad dat ik alleen maar bezig was met werken, werken.”*

Op de vraag of men meer of minder tijd zou gaan besteden naarmate men ouder wordt, antwoorden bezoekers verschillend. Luc (50) antwoordt: *“Ik heb altijd gezegd, als ik 50 wordt stop ik met concerten bezoeken. Nou ja ik ben 50 geworden en het wordt alleen maar meer.”* Jan (57) relateert zijn opvatting over de mate van zijn bezoek en ouder worden aan artiesten, die steeds op hogere leeftijd door blijven gaan met muziek maken: *“Als ik zie dat The Stones, Neil Young (67 jaar), Bob Dylan (71 jaar) allemaal nog steeds bezig zijn. Dan denk ik als zij nog steeds bezig zijn, waarom zou ik er dan niet mee bezig blijven?”* Een deel van de bezoekers gaat naarmate zij ouder worden meer tijd besteden aan het bezoeken van poppodia. Zij geven aan dat zij hier vroeger geen geld voor hadden en nu zij het financieel breder hebben gaan zij des te meer. Opnieuw geeft men aan dat zij hier alleen niet te veel voor willen reizen. Luc (50) zegt hierover het volgende: *“Ik ging vroeger één keer per week voor een concert naar Amsterdam of Utrecht, dat doe ik niet meer. Ik houd het vooral bij het Paard van Troje en de Boerderij, meer in de buurt.”*

Aangezien de bezoekers van verschillende leeftijden zijn, worden er in de discussies verschillende levensfasen betrokken. Zo zegt Annemarie (49) dat als je kinderen hebt, je

over het algemeen meer verplichtingen hebt. Je hebt daardoor minder tijd voor andere dingen. Tim (20) illustreert dit aan de hand van een voorbeeld: *“Mijn ouders wilden vroeger een keer naar een concert in het Paard. Ze keken er echt naar uit en ze hadden ook al kaarten gekocht. Toen konden ze voor mij geen oppas regelen en ze zijn toen niet geweest.”* Het blijkt dat het hebben van kinderen een negatief effect heeft op concertbezoek, aangezien er meer geregeld moet worden om naar een concert te gaan. De bezoekers geven aan dat zij na het pensioen, wanneer zij er lichamelijk en financieel toe in staat zijn, meer naar poppodia zullen gaan. Dit hangt vooral samen met het feit dat men dan kan uitslapen en niet vroeg naar het werk moet. Claudia (52) beredeneert dit als volgt: *“Ik denk dat als ik straks met pensioen ben, ik vaker naar concerten zal gaan. Ik ben iemand die 's avonds na mijn werk echt uitgeblust thuiskomt en dan wil ik vroeg slapen. Ik moet immers weer om 6.00 uur opstaan. Als ik dadelijk elke dag kan uitslapen dan maakt het niks meer uit.”* Ook Jan (57) heeft een soortgelijke opvatting: *“Naar het concert van Moon Safari, daar wil ik graag heen. Maar de volgende morgen sta ik wel weer om 5.45 uur met het hondje buiten. Dat ging 5 jaar geleden heel makkelijk, maar dat is niet meer vanzelfsprekend. Ik denk dat als ik niet meer werk en je uit kan slapen het wat makkelijker is, ik hoop wel dat dan de financiën toereikend zijn.”* Uit deze uitspraken blijkt dat wanneer mensen met pensioen gaan, zij denken dat zij meer naar poppodia zullen gaan. Zij houden dan meer tijd over en zijn dan niet meer moe na hun werk. Ook hoeven ze de volgende dag niet weer vroeg op het werk te verschijnen. Dit is bij veel bezoekers een drempel om doordeweeks naar concerten te gaan. Deze drempel valt weg nadat men met pensioen is.

4.2.3 Programmering en generaties

Tijdens het thema *programmering en generaties* wordt gesproken over de verschillende voorkeuren van jongeren en ouderen. Daarnaast wordt ook aandacht besteed aan opvattingen over de toekomstige ouderen. De programmering van poppodia wordt besproken, in het bijzonder komt de programmering van de Boerderij aan bod. Ook wordt gekeken naar de invloed van vergrijzing op de programmering van poppodia. Volgens vrijwel alle bezoekers overstijgt popmuziek generaties. Zij stellen dat er tijdens veel concerten verschillende generaties samen komen. Hendrica (59) zegt hier het volgende over: *“Ik vind dat je de laatste tijd bij concerten, ook bij wat oudere groepen uit onze tijd, meer jeugd ziet. Dat vind ik gewoon onwijs leuk.”* Ook Hans (60) noemt een voorbeeld waaruit blijkt dat sommige muziek generaties overstijgt: *“Als je praat over oude muziek, ik ben een Wishbone Ash fanaat, dat is een band uit 1969. Het valt me dan op dat er tijdens hun concerten heel veel jeugd bij is. Heel veel ouderen, maar ik merk ook dat jongeren van een jaar of twintig echt staan te kijken naar de pedalen en versterkers op het podium. Dat zijn ook liefhebbers en die gaan echt uit hun dak.”* Annemarie (49) probeert deze ontwikkeling te verklaren: *“Ik heb het idee dat er een lange tijd een soort afzetperiode is geweest van jeugd die zich afzette tegen de oude muziek, dat zakt nu een beetje af. Je ziet veel meer jongere 'rockers'.”* Annemarie geeft aan dat er een bepaalde periode is geweest

waarin jongeren zich tegen muziek van hun ouders afzetten. Volgens haar is er nu weer meer interesse van jongeren voor muziek uit het verleden. Zo gaan ouders steeds vaker samen met hun kinderen van rond de twintig naar concerten.

Tim (20) behoort tot de jongere generatie en vertelt over zijn beleving van een concert met muziek uit de jaren zeventig: *“Ik leg een link tussen oude mensen, mensen boven de veertig, en oude bands. Ik was bij Pink Project (Pink Floyd Tribute) en ik was één van de jongste. Het zat bomvol en iedereen was oud. Niet zo zeer oud. Het zijn mensen van vroeger die die tijd meegemaakt hebben. Ik maak snel contact. Het maakt me echt niets uit. Ik kan met hen beter overweg dan met andere jongeren, als je die één keer te lang aankijkt dan krijg je een klap.”* Popmuziek kan verschillende generaties met elkaar verbinden. Zo geeft Tim aan dat hij beter overweg kan met mensen uit andere generaties, die dezelfde passie hebben voor muziek, dan met mensen van zijn eigen leeftijd. Het is dus niet zo dat popmuziek per definitie mensen uit dezelfde generatie met elkaar verbindt. Ron (19) vertelt uit eigen ervaring dat de muziek die hij luistert hem niet verbindt met mensen van zijn eigen generatie: *“Veel mensen van mijn leeftijd luisteren niet naar muziek die mij aanspreekt. Ik wordt er eigenlijk alleen maar meer afgezonderd door.”* In die zin wordt Ron niet verbonden met mensen van zijn generatie, maar wel met mensen van oudere generaties. Popmuziek lijkt generaties te overstijgen, maar kan wel als bindmiddel van verschillende generaties dienen. Dit blijkt ook uit de uitspraak van Hans (60): *“Ik merk dat de jongeren die hier (Boerderij) komen, echte liefhebbers zijn. Dan heb je heel gauw contact.”*

Volgens de bezoekers gaat de huidige jongere generatie minder naar poppodia. Dit betekent echter niet dat zij niet met muziek bezig zijn. Volgens Bert (58) hebben jongeren een andere beleving van muziek: *“Wat mij opvalt is dat de huidige generatie een andere beleving heeft van muziek. Dat komt ook door de manier waarop ze het verkrijgen. Kids downloaden. Wat mij ook opvalt is dat er ontzettend veel jongeren zijn, die actief bezig zijn met muziek.”* Rob (56) zegt hierover het volgende: *“Jongeren gaan wel naar muziek, maar wij gaan volgens mij naar muzikanten kijken en zij gaan naar jongens kijken die handig zijn met computers. Dat is dan muziek.”* Ron (19) heeft zich, in tegenstelling tot veel jongeren van zijn leeftijd, verdiept in muziek van bands uit de jaren zeventig en tachtig. Hij geeft aan dat veel jongeren niet de moeite nemen om zich te verdiepen in die muziek: *“De meeste jongeren zijn gewoon schapen. Ik vind het jammer dat zij zich niet echt in muziek verdiepen. De meeste jongeren gaan naar één of ander Dancefeest of een festival, ze gaan niet specifiek voor een bepaalde artiest. Ik denk dat het vroeger wat meer algemeen was om naar rock te luisteren. Tegenwoordig moet je zelf echt op zoek naar oudere bands, want als je het niet van je ouders meekrijgt dan weet je het gewoon niet, want op de radio zal je het niet horen. Ik denk dat heel veel jongeren genoeg nemen met wat ze op de radio horen, die kijken niet verder en nemen de moeite niet om dingen uit te zoeken.”* Een deel van de jongere generatie lijkt zich te verdiepen in muziek van bands uit het verleden. Een ander deel beperkt zich tot de muziek die hen via radio en televisie wordt aangedragen.

Volgens de bezoekers wordt je muzieksmaak breder naarmate je ouder wordt. Hilke (47) stelt dat je naar sommige dingen moet leren luisteren. Gerard (53) noemt dit een ontdekkingstocht die niet aan iedereen besteed is. Peter (51) merkt op dat hij tijdens concerten weinig dertigers ziet: *“Wat mij wel eens opvalt als ik tijdens concerten om mij heen kijkt, is dat ik veel mensen zie van 45+ en 25-. Ik mis een tussengeneratie, als het ware. Als ik dan eens luister, dan hoor ik dat ouders met de 25- meekomen, maar andersom ook.”* Debora (47) stelt dat dertigers met hele andere muziek zijn opgegroeid. Als voorbeelden noemt zij House en Techno. Gerard W (65) zegt hierover het volgende: *“Is het niet een verschijnsel dat elke jeugd zich af wil zetten tegen de gevestigde orde en zich wil identificeren met zijn eigen muziek, zijn eigen geluid. Ik kan mij herinneren vanuit mijn jeugd dat ik Stones fan ben geworden, omdat mijn vader er niet van hield. Mijn vader luisterde alleen naar Opera muziek.”* Een deel van de bezoekers denkt dat dertigers meer festival bezoekers zijn. Sommige bezoekers geven aan dat deze leeftijdsgroep te druk is met hun gezin en hun carrière.

Volgens de meeste bezoekers zullen toekomstige ouderen vaker naar poppodia gaan dan de huidige generatie ouderen. Volgens de bezoekers blijven mensen die met popmuziek zijn opgegroeid in de meeste gevallen naar concerten gaan. Tijdens dit thema spreekt een deel van de bezoekers over zijn of haar toekomstige concertbezoek. André (51) zegt hierover het volgende: *“Als ik bij machten en bij mogelijkheden ben, dan zal ik over dertig jaar nog zeker naar concerten gaan, als het kan. Je weet niet hoe je er fysiek voor zal staan. Ik kan me wel voorstellen, je wordt ouder, mentaal minder, maar ik kan me niet voorstellen dat als ik tachtig ben, dat ik dan ineens van Beethoven ga houden. Dat gaat echt niet gebeuren. Je blijft altijd wel de muziek draaien, daar ga ik wel van uit, die ik al veertig jaar luister. Ik ga niet ineens mijn smaak veranderen van Rush, naar BZN ofzo.”* De bezoekers geven aan dat naarmate zij ouder worden hun muzieksmaak wel breder wordt. Een deel van de oudere generatie lijkt af te haken als het gaat om het bezoeken van poppodia. Hans (60) zegt hierover het volgende: *“Mijn vrouw is al jaren afgehaakt, zij vindt het niks meer. Ze vindt het allemaal te hard. Mijn interesse is juist verdiept, vooral naar huidige onbekende bands.”* Ook Domien (53) geeft aan dat hij het in de loop der jaren wat rustiger aan is gaan doen. Hij reist veel minder ver naar concerten dan voorheen en gaat ook minder. Het andere deel lijkt zich echter nog actiever bezig te houden met het bezoeken van poppodia dan vroeger. Veel oudere bezoekers vinden het interessant om zich te verdiepen in nieuwe bands. Andere bezoekers beperken zich echter tot de muziek waar zij in het verleden ook naar luisterden.

Volgens de bezoekers heeft de vergrijzing in zekere mate invloed op de programmering. Oudere bands blijven langer door gaan en daardoor blijven ook oudere bezoekers naar de poppodia komen. Wanneer bands uit elkaar gaan of stoppen gaan individuele bandleden toch nog het podium op met een nieuwe band en ook hier blijven oudere bezoekers op af komen. Ook Tribute bands zijn een veelvoorkomend verschijnsel.

Tribute bands zijn bij de meeste bezoekers populair. Wel vindt men dat er in de programmering van een poppodium geen overvloed aan Tribute bands moet zijn. Over het algemeen vinden de bezoekers de programmering van poppodia in Nederland heel gevarieerd. Okke (50) geeft aan dat er in Nederland heel veel poppodia zijn, waarvan hij vele nog nooit heeft bezocht. André (51) geeft aan dat er over het algemeen poppodia zijn waar hij meer komt, omdat zij meer programmeren naar zijn smaak. Zo geeft Gert-Jan (43) aan dat het zwaartepunt voor de progressieve rock in Zuid-Holland ligt: *“De geografische spreiding van concerten in het progressieve rock genre in Nederland is heel onevenwichtig. Het zwaartepunt van de progressieve rock, ligt echt heel duidelijk in Zuid-Holland, met name door de Boerderij. Ook in Noord-Brabant wordt heel veel geprogrammeerd. Dat zijn de twee provincies waar het meeste gebeurt. Als je kijkt naar provincies als Overijssel en Groningen daar is gewoon weinig.”* De meeste bezoekers houden behalve de programmering van de Boerderij ook de programmering van andere poppodia bij. Peter (51) zegt hierover het volgende: *“Ik vind over het algemeen de programmering van de andere poppodia minder interessant. Het programma van Hedon in Zwolle is ook wel leuk, maar dat vind ik dan weer te ver weg. Heel vaak als daar een band optreedt, dan treedt diezelfde band ook hier (Boerderij) op.”* Volgens de bezoekers wordt er zowel voor jongeren als voor ouderen voldoende geprogrammeerd. Ron (19) geeft aan dat met name kleine podia die veel Metal bands programmeren veel jongeren trekken.

De programmering van de Boerderij wordt over het algemeen als zeer positief ervaren. Het merendeel van de bezoekers geeft aan dat de Boerderij garant staat voor kwaliteit. Rob L (56) zegt hierover het volgende: *“Als je hier (Boerderij) naar toe gaat, dan ga je nooit voor lul want je weet wat je krijgt. Je gaat hier nooit weg met het gevoel, nou het was niks vanavond. De kwaliteit is hier altijd wel gegarandeerd. Dat vind ik wel wat waard. Het is gezellig, de kwaliteit is goed, de prijsverhouding is goed.”* Het belang van een goede prijskwaliteit verhouding wordt door meerdere bezoekers naar voren gebracht. Bezoekers zijn tevreden over hetgeen zij in de Boerderij krijgen te zien voor de hoeveelheid geld die zij betalen.

De bezoekers geven aan dat de programmering van de Boerderij veel Progressieve Rock, oude bands en Jazz bevat. De programmering heeft er volgens hen voor gezorgd dat er een bepaalde doelgroep is verbonden aan de Boerderij. Hans (60) zegt hierover het volgende: *“Als ik een vergelijking maak tussen de Boerderij en Het Kasteel in Alphen aan de Rijn, dan praat ik hier (Boerderij) over een gemiddelde leeftijd van 35-40 en bij Het Kasteel praat ik over 18-25. Dat heeft puur met de programmering te maken.”* De Boerderij trekt over het algemeen wat oudere bezoekers aan. Het soort publiek dat wordt aangetrokken door een poppodium is afhankelijk van de programmering. Deze oudere doelgroep wordt echter als prettig ervaren. Sommige bezoekers geven aan dat wanneer een poppodium breder gaat programmeren, hiermee een andere doelgroep wordt aangetrokken. Gerard (53) zegt hierover het volgende: *“De vraag is of je een breder publiek wil aanspreken... Voor mij hoeft het niet, ik vind het perfect zo.”*

Je moet daar erg mee oppassen, want je kan dan ook vaste klanten kwijtraken.” Ook Hilke (47) spreekt met enige bezorgdheid over de consequenties van het aantrekken van nieuwe publieksgroepen: *“Je hebt een reputatie van gemoedelijkheid. Als je ander publiek aanspreekt, weet je ook niet wat je hier binnenkrijgt. Daar moet je goed over nadenken.”* De bezoekers voelen zich over het algemeen thuis tussen leeftijdsgenoten en jonge muziekliefhebbers voelen zich verbonden met deze oudere doelgroep door hun gezamenlijke passie voor muziek.

Zowel jongere als oudere bezoekers waarderen het dat de Boerderij bekende individuele muzikanten programmeert. Michiel (54) noemt uit eigen ervaring verschillende voorbeelden: *“Ze zijn hier (Boerderij) in staat om mensen te programmeren, dat het soms bijna ongelofelijk is. Bijvoorbeeld tijdens Black Stone Raiders, daar stond ik op een meter afstand van Daryl Jones, de bassist van The Rolling Stones. Met een glas bier in mijn handen, geen plastic beker, maar een glas. Waar heb je dat? Nergens! Twee jaar geleden een Jazz bassist, de man heet Victor Wooten en die was hier alleen met een drummer. Zo mooi! Laatste voorbeeld, meneer Andy Summers van The Police, die was hier ook samen met Daryl Jones. Dat is toch het neusje van de zalm en dat zie je hier voor drie tientjes.”* Het blijkt dat bezoekers in vele gevallen geïnteresseerd zijn in individuele muzikanten. Dit is volgens de bezoekers een punt waar de Boerderij zich specifiek op richt. Ook Ron (19) spreekt met enige verbazing over de namen die in de Boerderij geprogrammeerd worden: *“Ik vond het wel verrassend dat Mike Portnoy, dat is toch een grote naam, in de Boerderij komt.”* Volgens André (51) heeft, door de keuze van de programmering, elk poppodium zijn eigen doelgroep: *“Als poppodium heb je een bepaald klantenbestand. Dat is bij de Boerderij landelijk. De Bosuil in Weert is daar ook sterk in, ook het Patronaat in Haarlem. De Mezz in Breda, dat is een wat grotere stad, is toch wat breder geprogrammeerd. Je zal in de Bosuil ook nooit een Reggae of Soul band zien, want dat is niet hun doelgroep. Daar willen zij niet naar toe.”*

De opvattingen over de programmering hangen ook samen met de muzieksmaak van de deelnemers. Zo houdt Domien (53) van Soul en Reggae. Hij vindt dat deze genres weinig aan bod komen in de Boerderij. Het merendeel van de bezoekers geeft aan dat de programmering moet passen bij de doelgroep. Luc (50) geeft aan dat hij denkt dat een poppodium soms keuzes moet maken. Hij vindt dit een goede zaak, aangezien verschillende podia elkaar niet in de weg moeten zitten. Voor Singer/Songwriter en nieuwe bands gaat hij naar andere poppodia toe. Hans (60) stelt dat wanneer je gaat inspelen op muziek die op een bepaald moment populair is, je als Boerderij je naam te grabbel gaat gooien. Hans geeft aan dat de Boerderij momenteel bekend staat als een kwaliteitspodium.

Op de vraag of de bezoekers bepaalde genres in de programmering missen, wordt aangegeven dat oude Soul en Indie Rock interessant zouden kunnen zijn voor de Boerderij. Zo geeft Okke (50) aan dat ‘oude’ Soul een genre is waar de meeste oudere bezoekers mee opgegroeid zijn: *“Als je het nu hebt over programmering die aansluit bij de doelgroep die nu op Progrock afkomt, dan zou ik daar ook niet voor weglopen, want dat is toch ook wat wij ook allemaal*

mee gekregen hebben.” In alle panelgroepen komt naar voren dat het genre Indie Rock op dit moment leeft. Dit genre trekt volgens de bezoekers zowel jongere als oudere bezoekers aan. Gert-Jan (43) zegt hierover het volgende: *“Je zou wel eens wat Indie Rock kunnen programmeren, waarvan je denkt dat je daar wat Progrock liefhebbers mee zou kunnen interesseren. Dan zou je er echt campagne op moeten voeren. Dan zou je daar over een wat langere periode goed aandacht aan moeten besteden. Verbanden leggen.”* Volgens bezoekers is het interessant om verbanden te leggen tussen op elkaar aansluitende genres. Op die manier trek je volgens de bezoekers misschien nieuwe publieksgroepen aan en blijven de huidige doelgroepen verbonden met de Boerderij.

4.2.4 Het verwachtingspatroon

Tijdens het thema *verwachtingspatroon van een bezoek* gaat het over wensen en behoeften van bezoekers. In het bijzonder wordt aandacht besteed aan de behoeften van de oudere bezoeker. Er wordt gesproken over ervaringen met faciliteiten van poppodia. Ook worden er nieuwe ideeën aangedragen en worden de faciliteiten van de Boerderij geëvalueerd. Goed geluid, goede verlichting en goed zicht, dat zijn de drie belangrijkste punten die bezoekers noemen als het gaat om de faciliteiten van poppodia in het algemeen. Dit geldt zowel voor jongere bezoekers als voor oudere bezoekers. Okke (50) legt dit als volgt uit: *“Het is audiovisueel, dus het geluid moet goed zijn en je moet goed kunnen kijken.”* Daarnaast vinden met name de oudere bezoekers schone toiletten van groot belang. Ze zijn bereid om hiervoor te betalen. Ook een goede klimaatbeheersing is voor veel bezoekers van belang. Het blijkt dat jongere bezoekers over het algemeen minder waarde hechten aan de faciliteiten van poppodia dan oudere bezoekers. Goed geluid is voor hen het belangrijkste aspect. Ron (19) zegt hierover het volgende: *“Ik denk eigenlijk nooit na over dingen als; hoe het met de drankjes zit en met de airco. Het maakt niet uit welke zaal het is ik heb het altijd heet, dat moet je dan maar voor lief nemen. Als het afgelopen is dan sta je weer lekker buiten.”*

Aangezien veel bezoekers regelmatig in de Boerderij komen, heeft iedere bezoeker wel een mening over de faciliteiten van het poppodium. Als het gaat om de punten licht, geluid en zicht, scoort de lichtinstallatie van de Boerderij het hoogst. Als het gaat om het zicht vindt een deel van de bezoekers dat dit niet overal even goed is. Met name bezoekers die van zichzelf niet heel lang zijn ervaren dit niet altijd positief. Okke (50) maakt een vergelijking met andere podia: *“Ten opzichte van de andere podia is de zaal hier anders in opstelling, veel werken tegenwoordig met trappen. Zeker voor de liefhebbers, je staat hier niet in een bak met 50.000 man, die willen ook wat kunnen zien.”* Er wordt door Domien (53) geopperd om aan de zijanten van de zaal verhogingen of een soort platvormen te plaatsen. Deze staan ook op het balkon en worden als prettig beschouwd. Gerard (53) merkt op dat het balkon verbazingwekkend vaak dicht is. De bezoekers geven aan dat zij het belangrijk vinden dat

men goed zicht heeft, volgens hen zou het balkon daarom altijd open moeten zijn. Een deel van de bezoekers staat liever op het balkon dan beneden in de zaal. Gerard W (65) zegt hierover het volgende: *“Hier in de Boerderij probeer ik altijd als eerste naar binnen te komen, dan ga ik meteen naar het midden van het balkon. Daar kan ik hangen, want ik kan namelijk niet de hele avond staan. Soms is het balkon niet open en dan hoop ik altijd maar dat er aan de zijkant nog een stoeltje vrij is.”*

Wat betreft het geluid geven de bezoekers aan dat de geluidskwaliteit verschillend is. Over het algemeen vinden de bezoekers het geluid meestal van goede kwaliteit. Een klein deel van de bezoekers vindt het geluid soms te hard, maar het merendeel van de bezoekers vindt dat het volume van het geluid in de Boerderij in vergelijking met andere poppodia meevalt. Een deel van de bezoekers vindt het, met name tijdens drukke concerten, vaak te warm in de zaal. Volgens sommige bezoekers weerhoudt dit sommige mensen om naar concerten te gaan. Hilke (47) geeft aan dat de klimaatbeheersing wel is verbeterd in vergelijking met een aantal jaren geleden: *“Volgens mij is er wel wat veranderd aan de klimaatbeheersing. Ik weet niet wanneer, maar ik ben iemand die heel snel flauwvalt als het heel erg warm is. Dat is mij hier twee keer overkomen. Er mag hier niet meer gerookt worden en dat is voor mij een heel groot voordeel. Het is me de laatste tijd niet meer overkomen dat ik flauwviel.”*

Over het algemeen vinden alle bezoekers de aanwezigheid van het podiumcafé van de Boerderij een groot pluspunt. Veel bezoekers vertrekken eerder van huis om voordat een concert begint nog even wat te drinken in het podiumcafé. Hier worden op een scherm beelden vertoond van artiesten die in de toekomst in de Boerderij zullen optreden. De bezoekers vinden dit een leuke toevoeging. Zij vinden wel dat de beeldkwaliteit van het scherm verbeterd kan worden. De meeste bezoekers gaan zodra de band begint meteen de zaal in. Sommige bezoekers geven aan dat mensen die niet het gehele concert kunnen staan, tijdens het concert even naar het podiumcafé gaan en daar zittend naar de beelden van het concert kijken. Ook als er tijdens het concert een pauze is geven bezoekers aan dat ze naar het podiumcafé gaan om even te zitten. De bediening in de Boerderij wordt heel positief beoordeeld. Peter (51) zegt hierover het volgende: *“Je krijgt bij de bediening altijd een glimlach in plaats van een chagrijnige blik.”* Het valt de bezoekers op dat de vrijwilligers heel gezellig met elkaar omgaan en dat zorgt volgens hen voor een gemoedelijke sfeer. Uit de uitspraak van André (51) blijkt dat dit niet bij alle poppodia het geval is: *“Dat is de kracht van de Boerderij. Ik kom wel eens bij Bibelot, daar brengen de vrijwilligers die achter de bar staan niet het enthousiasme over wat hier wel is. Bij Bibelot zijn het allemaal mensen tussen de 18 en 23. Bij de Boerderij is het allemaal net wat ouder, 30-35, even iets meer gemotiveerd en met passie voor de muziek.”* Het enthousiasme van de vrijwilligers van de Boerderij wordt door de bezoekers erg gewaardeerd. Daarnaast vinden bezoekers van Progressieve Rock concerten de CD stand die tijdens deze concerten in de hal staat een waardevolle toevoeging. Dit is volgens de bezoekers alleen mogelijk door het gemoedelijke karakter van de Boerderij.

Het horeca aanbod wordt door het merendeel van de bezoekers goed beoordeeld. Men waardeert het dat consumpties in glas worden geschonken. Bezoekers vinden het fijn dat dit bij de Boerderij nog kan en dat zij niet uit plastic bekertjes hoeven te drinken, zoals bij veel andere poppodia en op festivals. Ook de mogelijkheid om tapasmaaltijden te bestellen wordt positief beoordeeld. Bezoekers vinden dat het eten snel geserveerd wordt, maar men geeft wel aan dat je even moet dooretten. Dit wordt over het algemeen niet als groot bezwaar gezien, maar volgens de bezoekers zouden meer mensen van deze mogelijkheid gebruik maken als de Boerderij een half uur eerder is, zodat je niet meer dan een uur hebt voordat het concert begint. De mogelijkheid om een bittergarnituur in het podiumcafé te kunnen bestellen wordt door verschillende bezoekers geopperd. De bezoekers waarderen het dat er na afloop van een concert broodjes kroket worden verkocht. Zij vinden het echter jammer dat dit niet altijd het geval is en vragen zich af waar dit mee samenhangt. Tijdens festivaldagen, die van 's middags tot 's avonds duren, vinden de bezoekers het erg prettig dat er een warme maaltijd verkrijgbaar is. De kwaliteit van het eten vinden zij goed. Consumpties kunnen in de Boerderij met munten betaald worden. In het podiumcafé is het ook mogelijk om met contant geld te betalen of te pinnen. Bezoekers vinden het gebruik van munten geen probleem. Zij vinden wel dat er duidelijker moet worden vermeld dat de munten na afloop van een concert weer inwisselbaar zijn. Verder is men van mening dat de muntenbalies niet altijd goed te bereiken zijn. Er wordt geopperd om een muntenverkoopapparaat in de hal te plaatsen.

De bezoekers brengen naar voren dat ook parkeergelegenheid een belangrijke faciliteit is van een poppodium. De parkeergelegenheid bij de Boerderij wordt door een groot deel van de bezoekers als prettig ervaren. Zij maken een vergelijking met het Paard van Troje in De Haag. Dit podium is midden in de stad gevestigd en is er weinig parkeerruimte of betaald parkeren. Bij de Boerderij is parkeren gratis en dit vinden veel bezoekers prettig. Een deel van de bezoekers geeft wel aan dat er tijdens drukke concerten te weinig parkeergelegenheid is. Over de kaartprijzen zijn de bezoekers over het algemeen heel tevreden. Zij vinden echter wel de prijzen in de voorverkoop te hoog. Luc (50) zegt hierover het volgende: *“Vaak betaal je in de voorverkoop bijna evenveel als aan de avondkassa, dat vind ik vreemd. Het Paard heeft een Early Bird actie en dan betaal je in de voorverkoop 5 euro minder, dat vind ik goed.”* Gerard W (65) geeft aan dat dit de rede is dat veel mensen geen kaarten in de voorverkoop zullen kopen. Hij stelt dat wanneer dit verschil groter zou zijn men eerder geneigd is om een kaartje in de voorverkoop te kopen, in plaats van op het laatste moment. De bezoekers vinden de servicekosten die Ticketservice rekent te hoog. Kortom, de bezoekers vinden de prijzen van de kaarten goed, maar het gevoel over de servicekosten die worden berekend is negatief. Erik (43) legt dit als volgt uit: *“Ik betaal liever 25 euro inclusief servicekosten, dan 20 euro exclusief servicekosten.”* Het zit ook een beetje tussen je oren. Ik kijk

naar het totaalplaatje.” Bezoekers geven aan dat zij bij concerten waarvan zij weten dat het uitverkocht kan raken eerder een kaart in de voorverkoop kopen, dan bij concerten van kleinere bands. Zij weten dan dat het toch niet uitverkocht raakt en wachten dan langer met het kopen van kaarten. Bezoekers vinden over het algemeen lidmaatschappen van poppodia vervelend. Zij vinden het prettig dat de Boerderij dit systeem niet hanteert.

Als het gaat over de behoeften van oudere bezoekers start in alle groepen een discussie over zitplaatsen. Gerard W (65) geeft aan dat voor de oudere bezoeker kwaliteit en de mogelijkheid om te kunnen zitten belangrijk zijn. Hij stelt dat wanneer een podium deze faciliteiten biedt, de kans groter is dat oudere bezoekers blijven komen. Een deel van de bezoekers heeft zelf geen behoefte om te zitten. Zij vinden dit niet passen bij de muziek. Zij kunnen zich wel voorstellen dat sommige mensen dit wel belangrijk vinden. Volgens de bezoekers zijn er wel veel mensen die ergens tegen aan willen leunen, omdat vooral oudere mensen rugklachten krijgen wanneer ze lang staan. André (51) zegt: *“Ik hoef niet persé te zitten, maar ik ga af en toe wel bij die hekken bij de mengtafel hangen, want je gaat af en toe je rug voelen hoe je het wend of keert.”*

Een deel van de bezoekers vindt dat het feit of er zitplaatsen moeten zijn afhankelijk is van hetgeen dat geprogrammeerd wordt. Niet alleen oudere bezoekers geven aan dat zitplaatsen belangrijk kunnen zijn voor een gedeelte van de bezoekers, bijvoorbeeld voor mensen met rugproblemen. Ook de jongere bezoekers geven aan dat zij bij sommige concerten zouden willen zitten. Tim (20) geeft aan dat dit bij sommige concerten fijn is om te zitten, omdat je dan beter naar de muziek kunt luisteren: *“Het hangt ervan af wat het is. Bij Pink Project moet je zitten, dat is echt luistermuziek.”* Hieruit blijkt dat het aanbieden van zitplaatsen afhankelijk is van het soort muziek. Daarnaast is het niet alleen een behoefte van oudere bezoekers. Mensen van verschillende leeftijden kunnen kampen met fysieke problemen die lang staan belemmeren. Verder is sommige muziek ‘luistermuziek’ en is het bij dit soort concerten fijn om te zitten.

Annemarie (49) stelt daarom voor om een zitgelegenheid te creëren die niet vast is. Rob (56) zegt hierover het volgende: *“Misschien moet je een compromis bereiken, dat je boven op het balkon stoelen neerzet. Je ziet oudere mensen vaak naar boven gaan, omdat ze dan op de reling kunnen hangen. Daar heb je goed zicht. Waarom gooien jullie het balkon niet altijd open? Het balkon boven is heel vaak dicht.”* De bezoekers zien een mogelijkheid om op het balkon stoelen te plaatsen. Zij stellen dat er een onderscheid moet komen tussen een sta-gedeelte en een zit-gedeelte. Gerard W (65) zegt hier het volgende over: *“Vroeger kon ik veel makkelijker lang staan, maar nu zou ik graag willen zitten. Je zal de zaal moeten opdelen in een zit-gedeelte en een sta-gedeelte. Er zijn namelijk ook mensen die absoluut willen staan.* Een deel van de bezoekers vindt de mogelijkheid om te zitten heel belangrijk en is zeker bereid om hier meer voor te betalen. Goed zicht is dan wel van groot belang. Er moet dan niemand voor hen kunnen

gaan staan. Jan (57) heeft hierover de volgende opvatting: *“Als ik dan een knaak meer moet betalen zou ik dat helemaal geen probleem vinden.”* Sommige bezoekers vinden dat er een keuzemogelijkheid moet zijn. Zij vinden niet dat er geen prijsverschil moet zijn. Zij zijn van mening dat je op de avond zelf moet kunnen beslissen of je wilt gaan staan of zitten. Ron (19) noemt de Heineken Music Hall als voorbeeld: *“Een voorbeeld is de Heineken Music Hall, dat is wel een grote zaal, daar kun je vooraan staan en als je wil zitten dan kun je achteraan lekker zitten. Je hoeft niet van tevoren te kiezen of je staanplaatsen of zitplaatsen neemt, het is allemaal vrij.”* Over het algemeen denken de bezoekers dat wanneer er zitplaatsen worden aangeboden sommige mensen niet langer weerhouden worden om poppodia te bezoeken. Dit geldt niet alleen voor oudere mensen, maar ook voor personen met fysieke klachten. In sommige gevallen zijn zitplaatsen ook gewenst in verband met de soort muziek die geprogrammeerd is.

4.2.5 Contact met bezoekers

In het thema *Contact met bezoekers* wordt gesproken over manieren om op de hoogte te blijven van het programma van poppodia. Hierbij wordt gekeken naar verschillen tussen jongere bezoekers en oudere bezoekers. Daarnaast wordt er gesproken over het gebruik van sociale media en applicaties voor op de mobiele telefoon (app's). Het merendeel van de bezoekers vindt de Boerderij nieuwsbrief de prettigste manier om op de hoogte te blijven van het programma van de Boerderij. De Boerderij nieuwsbrief verschijnt één keer per week. Men vindt deze nieuwsbrief heel overzichtelijk. De bezoekers zijn ook tevreden over de frequentie van deze nieuwsbrief. Veel bezoekers klikken via de nieuwsbrief door naar de website. André (51) plaatst echter wel een kanttekening bij de nieuwsbrief: *“De nieuwsbrief is echt voor een bepaalde doelgroep, mensen die zich hebben ingeschreven. Die komt niet bij het gewone volk.”* Een deel van de bezoeker is geen lid van de nieuwsbrief. Peter (51) zegt hierover het volgende: *“Ik houd niet van nieuwsbrieven. Ik denk dat het een medium is dat uit begint te raken, omdat er teveel verzonden worden.”* Bezoekers die geen lid zijn van de nieuwsbrief geven aan dat zij zelf de website van de Boerderij bekijken.

De website wordt door veel bezoekers regelmatig bezocht. Jan (57) zegt hierover het volgende: *“Ik houd de programmering van andere poppodia niet zo bij. Ik kijk wel 2 of 3 keer per week op jullie site (Boerderij). Dit is veel meer binnen handbereik voor mijzelf.”* De meningen over de website zijn verschillend. Een deel van de bezoekers vindt de website overzichtelijk. Ze vinden het met name fijn dat zij in één oogopslag het complete programma kunnen zien. Een ander deel van de bezoekers is van mening dat de website verbeterd kan worden. Veel bezoekers vinden het lettertype te klein en de kleurstellingen niet mooi. Ook zouden zij graag tussenkopjes zien in het programma, zodat er per maand makkelijker te zien is wat er geprogrammeerd staat. Over de content van de website zijn de bezoekers wel tevreden. Zij

vinden het fijn dat de pagina's uitgebreide informatie bevatten over artiesten en dat er Youtube filmpjes te bekijken zijn op de pagina. De website wordt als gebruiksvriendelijk beschouwd.

Naast de nieuwsbrief en de website, maken veel bezoekers gebruik van Facebook. Het lijkt erop dat met name de jongeren actief bezig zijn met Facebook. Het is echter al lang geen bezigheid van alleen jongeren. Ook ouderen zijn steeds actiever bezig met hun Facebook account. Peter (51) zegt hierover het volgende: *“Wat er op Facebook staat vind ik een aanvulling van wat er op de site staat. Jongeren zijn via Sociale media makkelijker te bereiken. Maar ik denk dat ouderen wat dat betreft wel met een inhaalslag bezig zijn.”* Tim (20) kan dit bevestigen: *“Mijn opa is zeventig en die zit er ook op.”* Ron (19) geeft aan dat hij Facebook vooral gebruikt om op de hoogte te blijven van de bezigheden van artiesten: *“Bijna alle artiesten zitten ook op Facebook. Ik gebruik Facebook met name om te weten te komen wat alle bands aan het doen zijn.”* Over het algemeen vinden de bezoekers dat de content op de Facebook pagina wat origineler mag zijn. Behalve aankondigingen vooraf zouden bezoekers ook graag dingen voorbij zien komen van concerten die hebben plaatsgevonden. Zo vinden zij filmpjes van een concert dat heeft plaatsgevonden leuk om achteraf terug te zien. Zij zoeken hier altijd zelf naar op Youtube. Een groot deel van de bezoekers houden ook de sites van bepaalde bands bij, om op de hoogte te blijven van wat er geprogrammeerd wordt. Internet speelt in die zin een belangrijke rol om op te hoogte te blijven van concerten. Twitter lijkt veel minder gebruikt te worden dan Facebook.

Kranten lijken bij de bezoekers minder populair. De bezoekers geven aan eerder door de website op de hoogte blijven van het programma dan via kranten. Jongere bezoekers lijken over het algemeen geen kranten te lezen. Oudere bezoekers doen dit nog wel, maar ook dit wordt volgens hen minder. Ze blijven steeds meer via internet op de hoogte van het nieuws. Een krant die door enkele bezoekers wordt gelezen is de Volkskrant. Naast landelijke dagbladen lijken de meeste bezoekers ook weinig regionale kranten structureel te lezen. Renske (56) zegt hierover het volgende: *“De Boerderij staat elke week in het Streekblad, dat is ook één van de weinige redenen om het te lezen. Ik kijk ook altijd naar de agenda van de Bioscoop.”* Zowel regionale kranten als landelijke kranten lijken steeds minder gelezen te worden. Gerard (53) leest de regionale kranten uit zijn woonplaats wel. Het valt hem op dat hier nooit iets van de Boerderij in staat. Meerdere bezoekers, die niet in Zoetermeer wonen, geven aan dat zij in hun woonplaats over het algemeen weinig van de Boerderij zien. Volgens Tim (20) is mond op mond een hele belangrijke factor: *“Er is een verschil met mond op mond reclame en adverteren. Als je een advertentie plaatst doe je dat om mensen te trekken, dan weet je nog niet zeker of iets goed is. Als ik iets tegen iemand vertel, dan spreek ik uit eigen ervaring, het is geloofwaardiger. Mensen zullen dan eerder op mijn mening af gaan dan op een advertentie.”* Ron (19) stelt dat de Boerderij een gevestigde naam heeft die verder reikt dan de directe

regio: *“De Boerderij is een zaal voor muziekliefhebbers uit het hele land, mensen die van Progrock houden die weten gewoon wat de Boerderij is en wat hier speelt. Dus ik denk dat je die vaste groep sowieso wel behoud.”* Hilke (47) geeft aan dat doordat er allemaal muziekliefhebbers bij elkaar komen, de sfeer in de Boerderij zo gemoedelijk is.

Als het gaat over muziekmagazines dan lijkt een deel van de bezoekers zich te beperken tot het gratis muziekmagazine Live XS. Men vraag zich af waarom de Boerderij hier niet in staat. Een ander deel van de bezoekers is geabonneerd op een muziekmagazine of koop regelmatig losse nummers, met name wanneer hier CD's bijzitten. Hierbij worden vooral de Aardschok en IO Pages genoemd. Oudere bezoekers lijken zich in die zin meer bezig te houden met het lezen van muziekmagazines dan met het lezen van kranten. Oudere bezoekers lijken hier vaker op geabonneerd dan jongere bezoekers. Ron (19) zegt hierover het volgende: *“Ik koop wel eens een Aardschok, maar ik vind ze echt leuk om te lezen. Tussen allen muziek en concertkaartjes door, dan laat ik meestal die bladen wel even zitten. Dan zoek ik reviews op internet. Ze zijn op zich niet te duur, maar dan ligt me prioriteit toch bij een CD die ik liever koop.”* Reviews blijken voor bezoekers een belangrijke bron van informatie. Zowel jongeren als ouderen geven aan dat zij concert-reviews op internet lezen. Hans (60) vertelt dat hij het muziekmagazine Aardschok interactief leest: *“Als ik alleen thuis ben dan ga ik de Aardschok lezen, dan zie ik een leuke band, dan pak ik mijn I-pad, dan ga ik even zoeken op youtube en dan ga ik luisteren. Zo ontdek ik nieuwe bands.”* Meerdere bezoekers geven aan op deze manier het lezen van een muziekmagazine combineren met een ontdekkingstocht op internet.

Er lijkt weinig interesse voor traditionele media als flyers en radio. Veel bezoekers vinden flyers achterhaald en zonde van het papier. Zij geven aan dat het internet hun functie heeft overgenomen. Ook maar weinig bezoekers geven aan via de radio op de hoogte te blijven van het programma van de Boerderij. De affiches die binnen in het pand van de Boerderij hangen worden wel gewaardeerd. De meeste bezoekers weten echter al wat er komt wanneer ze binnen komen. Opvallend genoeg is er ook geen grote belangstelling voor één van de nieuwste media, app's voor op de mobiele telefoon. Een deel van de bezoekers heeft geen smartphone en maakt dan ook geen gebruik van apps. Over het algemeen lijkt er niet echt interesse in een app van poppodia. Ook de jongere bezoekers zijn niet op de hoogte van het bestaan van app's van poppodia. De Facebook app is volgens bezoekers belangrijker dan een aparte Boerderij app. De berichten die op de Facebook pagina van de Boerderij verschijnen zijn immers in de Facebook app te zien. Ron (19) zegt hierover het volgende: *“Ik heb op mijn mobiel een Facebook app en dan zie ik daar de berichten van de Boerderij ook tussen staan. Dus een Boerderij app is dan een beetje overbodig.”* Bezoekers zouden alleen interesse hebben als de Boerderij app een duidelijke meerwaarde heeft. Zo geven enkele bezoekers aan dat zij wel interesse in een app zouden hebben als zij via de app kaarten konden kopen.

5. Conclusies en aanbevelingen

5.1 Conclusies

Mijn Master Thesis richt zich op de vergrijzing van de poppodia. In dit onderzoek staat de volgende hoofdvraag centraal: *Hoe kijken bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij aan tegen de vergrijzing van de poppodia?* Om deze vraag te kunnen beantwoorden heb ik vijf deelvragen opgesteld. In de volgende paragrafen wordt antwoord gegeven op deze onderzoeksvragen. Tot slot volgen enkele aanbevelingen en suggesties voor vervolgonderzoek.

5.1.1 Vergrijzing als begrip

De eerste deelvraag is gericht op het begrip vergrijzing: *Hoe denken bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij over het thema vergrijzing en in hoeverre leeft dit thema bij hen?* Het begrip vergrijzing ligt zowel bij een deel van de bezoekers als bij een deel van de vrijwilligers gevoelig. De meeste vrijwilligers en bezoekers volgen discussies over vergrijzing in de media. Zij hebben hier verschillende opvattingen over. Sommigen voelen zich persoonlijk aangesproken en stellen dat zij het een onzin begrip vinden. Met name de vrijwilligers hebben een positieve kijk op de vergrijzing. Zij zien de vergrijzing in verband met vrijwilligerswerk. Volgens sommige vrijwilligers biedt de vergrijzing kansen voor de samenleving, omdat veel ouderen vrijwilligerswerk doen bij organisaties die anders niet zouden kunnen bestaan. Ook geven zij aan dat ouderen langer vitaal blijven. Dit zorgt er volgens de vrijwilligers voor dat ouderen langer actief kunnen deelnemen aan de samenleving.

Volgens de bezoekers wordt de vergrijzing in de media en in de politiek als een groter probleem beschouwd dan het daadwerkelijk is. Vergrijzing wordt door de bezoekers in het algemeen niet als probleem ervaren. Zij vinden dat ook de positieve kanten belicht moeten worden. Daarnaast heerst ook de opvatting dat er te laat is begonnen met inspelen op de vergrijzing. Volgens het merendeel van de bezoekers is de vergrijzing geen probleem maar een uitdaging. Zij stellen dat ouderen een hele belangrijke doelgroep zijn voor de samenleving. Hierbij wordt opgemerkt dat ouderen tot een leeftijdsgroep behoren met specifieke wensen en behoeften. Het is volgens de bezoekers belangrijk om hierop in te spelen aangezien ouderen kritisch zijn. Volgens de bezoekers hangt de vergrijzing samen met de stijging van de gemiddelde leeftijd. Ze zien vergrijzing als een typering van een bepaalde doelgroep. Als het gaat over de betekenis van het begrip vergrijzing illustreren de meeste vrijwilligers en bezoekers dit aan de hand van concertbezoek. De volgende paragraaf richt zich op de invloed van de vergrijzing op het bezoek aan poppodia.

5.1.2 Vergrijzing en het bezoek aan poppodia

De tweede deelvraag luidt als volgt: *Heeft de vergrijzing volgens bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij gevolgen voor het bezoek aan poppodia?* De vrijwilligers en bezoekers denken over het algemeen dat de vergrijzing een positieve invloed zal hebben op het bezoek aan poppodia. De vrijwilligers stellen dat de oudere generatie een interessante doelgroep voor poppodia is. Zij geven aan dat de huidige veertigers en vijftigers zijn opgegroeid met popmuziek. Mensen die opgegroeid zijn met popmuziek blijven volgens de bezoekers in de meeste gevallen naar concerten gaan. Volgens de bezoekers zullen toekomstige ouderen vaker naar poppodia gaan dan de huidige generatie ouderen. Oudere bezoekers zullen volgens de bezoekers en vrijwilligers vaker naar concerten gaan wanneer hun kinderen het huis uit zijn. Er blijft dan meer tijd en geld over om aan concertbezoek te besteden. Uit de focusgroepen blijkt dat ook scheidingen effect hebben op de frequentie van het concertbezoek van vrijwilligers en bezoekers. Zo geven meerdere respondenten aan dat zij na hun scheiding vaker naar concerten gaan dan daarvoor.

Opvallend is dat zowel de bezoekers als de vrijwilligers aangeven dat naarmate zij ouder worden kleinschalige poppodia verkiezen boven grootschalige concerten in stadions. Dit hangt niet alleen samen met de hogere prijs die voor deze grote concerten betaald moet worden, ook de beleving speelt een rol. Bezoekers en vrijwilligers vinden grote concerten over het algemeen onpersoonlijker. Naarmate zij ouder worden zoeken zij bij voorkeur de massaliteit niet meer op. Een deel van de bezoekers vermijdt grootschalige concerten. Veel oudere bezoekers geven aan dat zij minder naar grootschalige concerten gaan dan vroeger. Zij gaan liever naar kleinschalige podia met een persoonlijke benadering. Ook zijn bezoekers naarmate ze ouder worden minder bereid om ver te reizen voor concerten. Zij brengen liever een bezoek aan een podium in hun directe omgeving. Een deel van de ouderen haakt af, maar dit geldt vooral voor het bezoek aan grootschalige concerten.

5.1.3 Programmering en vergrijzing

De derde deelvraag heeft betrekking op de invloed van de vergrijzing op de programmering van de poppodia: *Heeft de vergrijzing volgens bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij invloed op de programmering van poppodia?* Vrijwilligers en bezoekers vinden dat popmuziek generaties overstijgt. Zij merken op dat veel ouderen samen met jongeren naar concerten komen. Popmuziek kan in die zin verschillende generaties met elkaar verbinden. Volgens de vrijwilligers en de bezoekers heeft de vergrijzing invloed op de programmering van poppodia. Bands blijven steeds langer doorgaan met optreden en het publiek blijft deze oudere bands trouw. Wanneer bands stoppen of uit elkaar gaan dan betreden individuele bandleden het podium met een nieuwe band. De oudere bezoeker blijft ook naar concerten van deze 'samengestelde' bands komen. Daarnaast zijn Tribute bands volgens de

respondenten een veelvoorkomend verschijnsel. De meeste bezoekers gaan over het algemeen graag naar Tribute bands toe. Zij geven echter aan dat de programmering van de poppodia niet uit teveel Tribute bands moet bestaan.

Het soort publiek dat op concerten afkomt is afhankelijk van de programmering. De bezoekers geven aan dat de Boerderij zich op bepaalde niches richt, waaronder Progressieve Rock en Jazz. Zij stellen dat hierdoor een bepaalde doelgroep aan de Boerderij is verbonden. Het publiek van de Boerderij bestaat volgens de vrijwilligers en bezoekers voor een groot deel uit oudere muzikliefhebbers. De doelgroep van de Boerderij wordt door de vrijwilligers en de bezoekers als prettig ervaren. Beide groepen geven aan dat zij zich op hun gemak voelen wanneer zij tijdens een concert omringd zijn door leeftijdsgenoten. Volgens de bezoekers wordt je muzieksmaak naarmate je ouder wordt breder. Veel oudere bezoekers bezoeken naast concerten van bands uit hun jeugd ook concerten van nieuwe groepen.

5.1.4 Wensen, behoeften en verwachtingen

De vierde deelvraag richt zich op de wensen en behoeften van oudere bezoekers: *Wat is het verwachtingspatroon van bezoekers en vrijwilligers van Cultuurpodium Boerderij als het gaat om het inspelen op wensen en behoeften van oudere bezoekers?* Over het algemeen vinden de bezoekers een goede geluidsinstallatie, een goede lichtinstallatie en goed zicht op het podium de belangrijkste faciliteiten die een poppodium moet bieden. Dit geldt zowel voor de jongere als de oudere bezoekers. Het blijkt dat oudere bezoekers over het algemeen meer waarde hechten aan de faciliteiten van een poppodium. Oudere bezoekers vinden naast de eerder genoemde faciliteiten schone toiletten en een goede klimaatbeheersing erg belangrijk. Het blijkt dat jongere bezoekers hier minder waarde aan hechten. Oudere bezoekers lijken in die zin kritischer.

Volgens de bezoekers is kwaliteit en de mogelijkheid om te zitten voor ouder bezoekers van groot belang. De vrijwilligers geven aan dat er door bezoekers vaak om zitplaatsen wordt gevraagd. In de discussie over zitplaatsen komt naar voren dat zitplaatsen niet alleen belangrijk zijn voor oudere bezoekers, maar ook voor jongere mensen met fysieke beperkingen. Daarnaast wordt gesteld dat het aanbieden van zitplaatsen ook afhankelijk is van de soort muziek die geprogrammeerd wordt. Jongere bezoekers merken op dat sommige muziek 'luistermuziek' is. Zij zouden in dit geval wel willen zitten omdat ze dan beter naar de muziek kunnen luisteren.

Het blijkt dat oudere bezoekers het fijn vinden wanneer consumpties in glas worden geschonken in plaats van in plastic bekertjes. Ook geven zowel bezoekers als vrijwilligers aan dat het voor oudere bezoekers van belang is dat het geluid niet te hard is. Volgens de vrijwilligers is eten voor de oudere doelgroep een primair element van een avondje uit. Ook oudere bezoekers geven aan dat een mogelijkheid om te eten door veel oudere bezoekers

op prijs wordt gesteld. Daarnaast zijn vroege aanvangstijden volgens de vrijwilligers en de bezoekers een manier om meer oudere bezoekers naar concerten te trekken. Wanneer een concert doordeweeks is, vinden de bezoekers het prettig als het concert niet te laat is afgelopen.

5.1.5 Het bereiken van oudere bezoekers

Deelvraag vijf richt zich op manieren om oudere bezoekers te bereiken: *Welke communicatiemiddelen zouden poppodia volgens bezoekers en vrijwilligers van de Cultuurpodium Boerderij moeten inzetten om oudere bezoekers te bereiken?* De vrijwilligers geven aan dat een combinatie van traditionele media (kranten, radio) en sociale media (Facebook) van belang is bij de promotie van concerten. Volgens de vrijwilligers lezen ouderen bezoekers in tegenstelling tot jongere bezoekers onder andere landelijke en regionale kranten. Ook is volgens de vrijwilligers de radio voor oudere bezoekers een belangrijk medium.

De bezoekers geven aan dat de digitale nieuwsbrief en de website van de Boerderij de belangrijkste middelen zijn om op te hoogte te blijven van het programma. In die zin speelt het internet een belangrijke rol bij de promotie van concerten. De bezoekers stellen dat zij over het algemeen niet via kranten of radio op de hoogte worden gehouden van de programmering van poppodia. Het lijkt erop dat ook oudere bezoekers zich steeds minder bezighouden met het lezen van kranten. Een deel van de oudere bezoekers leest wel muziekmagazines. Dit doen zij echter wel op een interactieve manier met een I-Pad op schoot of ze nemen het magazine mee achter de computer. Het blijkt dat ook oudere bezoekers steeds vaker op internet naar informatie over concerten en artiesten zoeken. Steeds meer oudere bezoekers gebruiken Facebook om via de Facebook pagina's van artiesten op de hoogte te blijven van aankomende concerten. Over het algemeen zijn de jongere bezoekers en vrijwilligers het meest actief via de sociale media, maar de oudere bezoekers zijn bezig met een inhaalslag. Er is onder de bezoekers weinig interesse in flyers. Veel bezoekers vinden flyers achterhaald. Zij stellen dat het internet hun functie heeft overgenomen.

5.2 Aanbevelingen

Het is niet mogelijk om de resultaten van dit onderzoek te generaliseren. De opvattingen van de vrijwilligers en de bezoekers van de Boerderij hebben wel een praktische waarde voor Cultuurpodium Boerderij. De vrijwilligers en de bezoekers die deelnamen aan dit onderzoek ervaren de Boerderij als een poppodium met een gemoedelijke sfeer. Dit hangt volgens beide groepen samen met de mensen die er komen, fervente oudere muzikliefhebbers. Na

aanleiding van de groepsgesprekken volgen hier enkele aanbevelingen om deze oudere bezoekers te behouden en deze doelgroep eventueel uit te breiden:

- Oudere bezoekers lijken naarmate ze ouder worden grootschalige concerten te vermijden. Zij gaan liever naar kleinere podia. De Boerderij zou haar kleinschaligheid kunnen benadrukken en tot uitdrukking kunnen brengen in haar marketingstrategie om oudere bezoekers aan te trekken.
- Oudere bezoekers zijn kritisch en hechten waarde aan kwaliteit. Zij vinden een goede geluidskwaliteit erg belangrijk. Het is voor oudere bezoekers van belang dat het geluid niet te hard is.
- Voor oudere bezoekers is goed zicht een belangrijk criterium om een podium te bezoeken. Verhogingen in de zaal zouden er toe kunnen leiden dat het zicht in de grote zaal wordt verbeterd.
- Ouderen bezoekers vinden het belangrijk dat er tijdens een concert bewegingsvrijheid is. Het is daarom aan te bevelen om het balkon vaker open te stellen. Veel bezoekers staan graag op het balkon, onder andere vanwege het goede zicht. Daarnaast wordt hierdoor meer bewegingsvrijheid gecreëerd.
- Zitplaatsen zouden oudere bezoekers die niet (meer) naar de poppodia gaan weer over de drempel kunnen trekken om toch weer te komen. Deze faciliteit is niet alleen voor oudere mensen aantrekkelijk, maar ook voor jongere mensen met fysieke klachten. Het zou kunnen worden overwogen om tijdens sommige concerten met zogenaamde 'luistermuziek' ook zitplaatsen aan te bieden.
- Oudere bezoekers stellen het op prijs dat er een mogelijkheid is om voor aanvang en na afloop van een concert eten te bestellen. Het is belangrijk dat hierbij sprake is van continuïteit zodat bezoekers weten welke mogelijkheden er zijn.
- De programmering van de Boerderij richt zich op bepaalde niches, waaronder Progressieve Rock. Dit maakt de Boerderij herkenbaar. Het is aan te bevelen om jonge bands te programmeren die in het verlengde liggen van de huidige niches, aangezien oudere bezoekers naast de bands die zij uit hun jeugd kennen op zoek gaan naar nieuwe bands in hun voorkeursgenre.
- Oudere bezoekers stellen vroege aanvangstijden op prijs. Oudere bezoekers die nog werkzaam zijn geven aan dat zij het prettig vinden als concerten doordeweeks niet te laat zijn afgelopen, aangezien zij de volgende dag weer vroeg naar hun werk moeten. Het is daarom aan te bevelen om bands die relatief lang optreden of concerten waarbij er sprake is van een voorprogramma, eerder te laten beginnen. Doordeweeks is het misschien zelfs aan te raden om af te zien van een voorprogramma, aangezien dit sommige bezoekers kan weerhouden om naar het concert toe te komen.

5.3 Suggesties vervolgonderzoek

Internationale artiesten waaronder Mick Jagger (69) Paul McCartney (70) en Bob Dylan (71), maar ook Nederlandse artiesten zoals Barry Hay (63) Jan Akkerman (65) en Rob de Nijs (69) blijven steeds langer doorgaan met optreden en het publiek blijft deze oudere muzikanten trouw. In dit onderzoek is gekeken wat er in de hoofden van de oudere bezoekers omgaat, maar wat gaat er in de hoofden van deze oudere muzikanten om? Wat zijn hun drijfveren om te blijven optreden? Nader onderzoek zou moeten uitwijzen wat de motieven zijn van deze ouderen muzikanten om ook op oudere leeftijd te blijven optreden. Uit oogpunt van de poppodia is het ook interessant om te onderzoeken wat de wensen en behoeften van deze oudere muzikanten zijn. Waar krijg je als poppodium mee te maken wanneer je oudere artiesten programmeert en hoe kun je hierop inspelen?

6. Literatuurlijst

- Boer, de A. 2006. *Rapportage ouderen 2006*. Den Haag: SCP
- Bogt, ter T. 1997. *One, two three, four.. Popmuziek, jeugdcultuur en stijl*. Utrecht: Lemma
- Bogt, ter T. & Hibbel, B. 2000. *Wilde jaren: een eeuwige jeugdcultuur*. Utrecht: Lemma
- Brand, R., Hendrikse, A. & Kok, A. (Red) 2009. *50pk tijd voor cultuur*. Rijswijk: Kunstgebouw
- Broek, van den A., Haan, de J. & Huysmans, F. 2009. *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars. Trends in cultuurparticipatie en mediagebruik*. Den Haag: SCP
- Broek, van den A., Bronneman, R. & Veldheer, V. 2010. *Wisseling van de wacht. Generaties in Nederland*. Den Haag: SCP
- Beusekom, van J. 2007. Het clubcircuit. De geschiedenis van poppodia in Nederland. In: Jolles, A. & Beusekom, van J. (Red) 2007. *Hey Ho Let's Go. Poppodia in Nederland*. Rotterdam: NAI, 12-23
- Campen, van C. 2008. *Grijswaarden. Monitor ouderenbeleid*. Den Haag: SCP
- Dee, A. & Schans, B. (Red) 2010. *Poppodia in cijfers 2010*. Amsterdam: VNPF
- Duimel, M. 2011. Naar het stenen tijdperk of naar de Stones? In: *Boekman 86 de vergrijzing*. Amsterdam: Boekmanstudies, 13-21
- Duin, van C. & Garssen, J. 2010. *Bevolkingsprognose 2010-2060. Sterke vergrijzing, langere levensduur*. Den Haag: CBS
- 50+ Expertisecentrum (Auteur onbekend), 2006. *50+: Hoezo homogeen. 5 typologieën. Diverse kleuren en voorkeuren van een dynamische, levenslustige en koopkrachtige doelgroep*. Geraadpleegd op 20 mei via http://www.familiekenniscentrum.nl/file/abc_media_files/5/inline/f2b096506f2c03563ecc94b2b6df85fd/2065690694.pdf
- Gemeente Zoetermeer, 2012. *Bevolkingspiramide Zoetermeer en Nederland 1 januari 2012*. Geraadpleegd op 15 juli 2012 via www.zoetermeer.nl
- Gravesteijn, J. 2011. *Rapport publieksonderzoek Cultuurpodium Boerderij Zoetermeer*.

- Hart, 't J. 2004. *Nooit te oud: portret van vergrijzend Nederland*. Amsterdam: Meulenhoff
- Jolles, A. & Beusekom, van J. (Red) 2007. *Hey Ho Let's Go. Poppodia in Nederland*. Rotterdam: NAI
- Jolles, A. 2007. Licht, lawaai en Ruimte. In: Jolles, A. & Beusekom, van J. (Red) 2007. *Hey Ho Let's Go. Poppodia in Nederland*. Rotterdam: NAI, 24-35
- Jongenelen, S. 2011. Voor een 'jonge geest' is cultuur noodzakelijk. In: *Boekman 86 de vergrijzing*. Amsterdam: Boekmanstudies, 29-37
- Kamer, G. 2008. *Popmuziek in een notendop. (bijna) alles wat je altijd wilde weten*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker
- Ketelaar, P., Hentenaar F. & Kooter, M. 2011. *Groepen in focus: in vier stappen naar toegepast focusgroeponderzoek*. Den Haag: Lemma
- Knulst, W. 1992. *Vrije tijd en cultuur op leeftijd*. Den Haag: Culturele Raad Zuid-Holland
- Laarakker, K. & Poll, J. 2011. Grijs kent vele tinten. In: *Boekman 86 de vergrijzing*. Amsterdam: Boekmanstudies, 65-73
- Langeveld, C. 2009. *Zaken van zalen. Vestiging en exploitatie van theaters, concertzalen en poppodia*. Amsterdam: Boekmanstudies
- Morgan, D. 1998. *The focus Group guidebook*. California: Sage Publications
- Melkweg, 2011. *Forever Young. Martin Waalboer*.
Geraadpleegd op 30 mei 2012 via <http://www.melkweg.nl/artikelpagina.jsp?artikelid=217228>
- Mutsaers, L. 1998. Rhythm is gonna get you. Popmuziek en haar verhouding tot generaties
In: Righart, H. & Luykx, P. 1998. *Generatiemix, Leeftijdsgroepen en cultuur*. Amsterdam: De Arbeiderspers, 157-180.
- Nagel, I. 2004. *Cultuurdeelname in de levensloop*. Utrecht: Universiteit Utrecht
- Nova, 2004. Door Fons Dellen en Floor Schiphorst. *Poppodia zijn aan het vergrijzen*.
Geraadpleegd op 15 mei via
<http://www.novatv.nl/page/detail/uitzendingen/3039/Poppodia+zijn+aan+het+vergrijzen>
- Nuchelmans, A. 2011. May you stay forever young. In: *Boekman 86 de vergrijzing*. Amsterdam: Boekmanstudies, 40-46

- Overbeek, van R. & Schipper, A. 2005. *Vergrijzing in Nederland: naar een toekomstgericht ouderenbeleid*. Utrecht: Lemma
- Ranshuysen, L. 1999. *Handleiding publieksonderzoek voor podia en musea*. Amsterdam: Boekmanstudies
- Ranshuysen, L. 2005. *Het publiek van poppodia anno 2004*. Amsterdam: VNP
- Schnabel, P. 2011. Een zegen voor kunst en cultuur. In: *Boekman 86 de vergrijzing*. Amsterdam: Boekmanstudies, 6-12
- Stokmans, M. & Uden, van N. 2010. *Effect van culturele socialisatie op de waardering van klassieke muziek*. Tilburg: Universiteit van Tilburg
- Twaalfhoven, A. 2011. Redactioneel. In: *Boekman 86 de vergrijzing*. Amsterdam: Boekmanstudies, 2-3.
- Twaalfhoven, A. 2011. Grijs en for granted. In: *Boekman 86 de vergrijzing*. Amsterdam: Boekmanstudies, 24-28
- Verstegen, A. 2012. *Inhoudelijk jaarverslag Boerderij 2011*.
- Verzijden, D. & Fransen, 2004. *Vergrijzing in Nederland*. Amsterdam: Veldkamp
VNPF, 23-11-2004. *Nova brengt onzin over vergrijzing publiek poppodia*.
Geraadpleegd op 25 mei 2012 via <http://www.vnpf.nl/?module=2&content=1&comment=36>
- Vreeke, F. & Dalen, van T. 2009. *Het grote poppodium onderzoek*. Amsterdam: VNPF
- Wester, F. & Peters, V. 2004. *Kwalitatieve Analyse. Uitgangspunten en procedures*. Bussum: Coutinho
- 3voor12 (Auteur onbekend), 2004. *Nova onderbouwt vergrijzing popcircuit slecht*.
Geraadpleegd op 15 mei 2012 via <http://3voor12.vpro.nl/nieuws/2004/november/nova-onderbouwt-vergrijzing-popcircuit-slecht.html>
- Woittiez, I., Eggink, E., Jonker, J. & Sadiraj, K. 2009. *Vergrijzing, verpleging en verzorging. Ramingen, profielen en scenario's 2005-2030*. Den Haag: SCP
- Zwaans, L. & Oort, van P. 2007. *Knelpunten in de podiumsector. Analyse*. Hilversum: Signos & S

7. Bijlage

Bijlage 1: De focusgroep deelnemers

Tabel 1.1 Vrijwilligers groep 1 (5 juni)

Naam	Leeftijd	Muziekvoorkeur	Functie	Woonplaats
Marjolein	26	Breed: o.a. Indie	Barmedewerker	Zoetermeer
Wilma	37	Hardrock	Barmedewerker	Zoetermeer
Ard	41	Hardrock, Metal, Symfo	Fotograaf	Gouda
Heike	48	Progrok, Jazz,Klassiek	Barmedewerker	Zoetermeer
Dina	51	Rock, Progrock, Pop	Kassa/muntenmedewerker	Voorburg
Yolanda	51	Funk, R & B, Symfo	Stagemanager	Delft
Diny	55	Hardrock, Metal, Progrock	Muntenmedewerker	Benthuizen
Kees	56	Rock, Jazz	Stagemanager	Voorburg

Tabel 1.2 Vrijwilligers groep 2 (6 juni)

Naam	Leeftijd	Muziekvoorkeur	Functie	Woonplaats
Lonneke	31	Rock	Kassa/muntenmedewerker	Zoetermeer
Lilian	32	Pop/Rock	Barcoördinator	Zoetermeer
Hugo	45	Breed: Klassiek, Blues, Latin	Barmedewerker	Zoetermeer
Timo	49	Symfonische Rock	Keukenmedewerker	Voorburg
Gerard	50	Symfonische Rock	Lichtman	Den Haag
Wil	54	Rock	Keukenmedewerker	Schipluiden

Tabel 1.3 Vrijwilligers groep 3 (11 juni)

Naam	Leeftijd	Muziekvoorkeur	Functie	Woonplaats
Monica	37	Metal/Rock	Fotograaf	Zoetermeer
Esther	44	Classic Rock	Keukenmedewerker	Voorschoten
Tineke	49	Blues/Jazz	Stagemanger	Zoetermeer
Roel	54	Breed	Technische ondersteuning café	Zoetermeer
Wilbert	58	Progrock	Barcoördinator	Zoetermeer
Ab	66	Blues/ Pop	Barcoördinator	Zoetermeer
Jaap	69	Klassiek	Barmedeweker	Zoetermeer

Tabel 2.1 Bezoekers groep 1 (14 juni)

Naam	Leeftijd	Muziekvoorkeur	Bezoek frequentie Boerderij gemiddeld per jaar	Woonplaats
Gert-Jan	43	Progrock	25-30	Den Haag
Okke	50	Progrock, Retro Rock	30-40	Zevenhuizen
André	51	Rock, Progrock, Blues	30	Rotterdam
Rob vd M	52	Progrock	30	Delft
Domien	53	Rock, Progrock, Soul, Reggae	25-30	Den Haag
Michiel	54	Soul, Rock, Rhythm & Blues	30	Den Haag
Rob L	56	Breed	30	Rotterdam
Bert	58	Progrock	35	Zeist

Tabel 2.2 Bezoekers groep 2 (18 juni)

Naam	Leeftijd	Muziekvoorkeur	Bezoek frequentie Boerderij gemiddeld per jaar	Woonplaats
Ron	19	Progrock, Metal	5	Katwijk
Tim	20	Progrock, Metal	5	Katwijk
Hilke	47	Progrock, Jazz, Metal	5	Voorburg
Annemarie	49	Rock	5	Zoetermeer
Gerard	53	Progrock, Jazz	5	Voorburg
Renske	56	Breed	8	Zoetermeer
Hendrica	59	Symfo, Rock, Blues	6	Alkmaar
Hans	60	Progrock, Jazz	6	Alphen aan de Rijn

Tabel 2.3 Bezoekers groep 3 (19 juni)

Naam	Leeftijd	Muziekvoorkeur	Bezoek frequentie Boerderij gemiddeld per jaar	Woonplaats
Erik	43	Hardrock	5	Zoetermeer
Luc	50	Rock, Pop	20	Voorburg
Peter	51	Klassiek, Jazz, Progrock	12	Dordrecht
Claudia	52	Rock	3	Zoetermeer
Fred	53	Progrock	10-15	Leiden
Jan	57	Symfo	5	Wassenaar
Gerard W	65	Symfonische rock, Jazz	8	Zoetermeer
Debora	47	Breed: Jazz tot Hardrock	5	Voorburg

Bijlage 2: Gespreksschema

3.3.1 Gespreksschema focusgroepen

Onderzoek: Leeftijdsopbouw, vergrijzing en het bezoek aan poppodia

Doelgroepen: Vrijwilligers en bezoekers van Cultuurpodium Boerderij in verschillende leeftijdscategorieën, die regelmatig concerten in poppodia bezoeken.

Doelstelling: Achterhalen hoe vrijwilligers en bezoekers van Cultuurpodium Boerderij aankijken tegen vergrijzing van de poppodia.

Opzet en uitvoering: gespreksleider: Danny Friedrichs, notulist: Janine Gravesteijn

Opdrachtgever: Cultuurpodium Boerderij

Situatie: De focusgroepen met de vrijwilligers zullen plaatsvinden op 5, 6 en 11 juni 2012 van 19.30 uur tot 21.30 uur bij Cultuurpodium Boerderij in Zoetermeer. De focusgroepen met bezoekers zullen plaatsvinden op 14, 18 en 19 juni 2012 van 19.30 uur tot 21.30 uur. De focusgroepen bestaan uit 6-8 respondenten uit verschillende leeftijdsgroepen.

Blok 1: Inleiding

5 min

Doel: informatie over de bijeenkomst geven

Hallo, welkom allemaal! Mijn naam is Danny Friedrichs, jullie gespreksleider voor vanavond en ik heet iedereen van harte welkom op deze bijeenkomst. Vandaag gaan we praten over jullie ervaringen met het bezoeken van poppodia in samenhang met het thema vergrijzing. Popliefhebbers worden gemiddeld steeds ouder en de vraag is wat dit voor poppodia betekent. Fijn dat jullie er tijd voor vrij hebben gemaakt. De bijeenkomst zal ongeveer 2 uur duren en tussendoor houden we een korte pauze.

Voordat we gaan beginnen, wil ik graag nog even iets uitleggen:

- We hebben allemaal een naambordje voor ons staan. Ik stel voor om gewoon je en jij te zeggen wanneer we elkaar willen aanspreken.
- Janine Gravesteijn, die zit daar, gaat opschrijven wat jullie vertellen. Op deze manier kunnen wij achteraf nog eens kijken wat jullie hebben gezegd. Het gesprek wordt opgenomen met deze videocamera. Als het allemaal even te snel gaat voor Janine dan kunnen we dit in ieder geval terugkijken via de video.
- Ik zal ervoor zorgen dat jullie allemaal aan de beurt komen om iets te zeggen. Jullie mogen ook op elkaar reageren of elkaar aanvullen als er iets in je opkomt. Er zijn geen foute antwoorden, dus iedereen is vrij om te zeggen wat hij/zij vindt.
- Discussie is goed: zeg gerust als je het ergens niet mee eens bent of juist wel; we hoeven het niet allemaal met elkaar eens te zijn, maar respecteer de meningen van anderen.
- Het is de bedoeling dat iedereen zijn mening kan geven, dus ik wil jullie vragen om niet door elkaar te praten.
- Soms kan het zijn dat iemand even onderbroken wordt, zodat alle punten kunnen worden besproken in de beschikbare tijd.
- Om het gesprek niet te verstoren wil ik jullie vragen de mobiele telefoon even op stil te zetten.
- Mocht iemand tussendoor naar de toilet moeten, dan is deze daar te vinden.
- De vergoeding ontvangen jullie na afloop
- Heeft iemand nog vragen?

Blok 2 Kennismaking

5 min

Doel: de deelnemers met elkaar kennis laten maken.

Korte voorstel ronde. Vertel het volgende:

- Naam
- Leeftijd
- Muziekvoorkeur
- (Wat je functie is als vrijwilliger bij de Boerderij en of je ook andere poppodia bezoekt)
- Hoe vaak je een bezoek brengt aan Cultuurpodium Boerderij en of je ook andere poppodia bezoekt.

Blok 3 De Kern

1 uur en 35 minuten

Doel: de verschillende thema's bespreken die de deelvragen van het onderzoek behandelen.

Thema A: Leeftijdsopbouw

15 min

Doel

Inzicht krijgen in de interpretatie van leeftijdsopbouw en de betekenis van het begrip vergrijzing. Achterhalen in hoeverre het thema vergrijzing leeft bij de respondenten en de persoonlijke beleving van vergrijzing.

Startvraag 1

- Denken jullie wel eens na over oud zijn met betrekking tot jezelf?

Doorvraagpunten

- Wanneer is iemand oud?
- Zou u dit bestempelen als vergrijzing?
- Hoe beleef je vergrijzing in je directe omgeving?
- Denken jullie dat je eigen generatie anders zal zijn dan de huidige generatie ouderen?
- Denken jullie dat ouderen in de toekomst meer, minder of evenveel vrije tijd zullen hebben dan de huidige ouderen?
- Denken jullie dat ouderen in de toekomst meer, minder of evenveel te besteden hebben dan de huidige ouderen?

Startvraag 2

- Wat verstaan jullie onder het begrip vergrijzing?

Doorvraagpunten

- Volgen jullie discussies in de media over vergrijzing?
- Zien jullie vergrijzing als een probleem?
- Maken jullie je wel eens zorgen over de vergrijzing?
- Denken jullie zelf te maken te krijgen met de gevolgen van vergrijzing?

Thema B: Motieven voor bezoek aan poppodia

25 min

Doel

Inzicht krijgen in de motieven voor het bezoek aan poppodia. Het doel is achterhalen van motieven door de jaren heen en kijken of motieven in de loop der jaren veranderen.

Startvraag 1

- Wat zijn de twee belangrijkste redenen op om een poppodium te bezoeken?

Doorvraagpunten

- Hoe beleven jullie een bezoek aan een poppodia?
- Wat maakt een bezoek aantrekkelijk en wat niet?
- Hoe ervaar je een bezoek aan Cultuurpodium Boerderij?
- Hoe ervaar je een bezoek aan andere poppodia?
- Hoe kijkt jullie omgeving aan tegen jouw bezoek aan poppodia?

Startvraag 2

- Welke invloed heeft de vergrijzing op het bezoek aan poppodia?

Doorvraagpunten

- Verandert de beleving van het bezoek aan een poppodium volgens jullie naarmate je ouder wordt?
- Zou je meer of minder tijd gaan besteden aan het bezoeken van poppodia naarmate je ouder wordt?

Thema C: Programmering en generaties

15 min

Doel

Inzicht krijgen in de opvattingen over popmuziek en generaties.

Startvraag 1

- Is popmuziek volgens jullie iets wat generaties overstijgt of is popmuziek verbonden met bepaalde generaties?

Doorvraagpunten

- Als je kijkt naar jezelf, gaat de huidige generatie jongeren volgens jullie meer, minder of even veel naar poppodia dan jullie zelf destijds?
- Gaan toekomstige ouderen volgens jullie meer, minder of even veel naar poppodia als de huidige generatie ouderen?

Startvraag 2

- Welke invloed heeft de vergrijzing volgens jullie op de programmering van poppodia?

Doorvraagpunten

- Wat vinden jullie van de programmering van poppodia in het algemeen?
- Moet de programmering van poppodia zich volgens jullie meer richten op jongeren of moet er juist meer aanbod komen voor oudere bezoekers?
- Is er volgens jullie momenteel genoeg aanbod voor oudere bezoekers?
- Wat vinden jullie van de programmering van Cultuurpodium Boerderij?
- Zijn er dingen die je mist?

Thema D: Het verwachtingspatroon van een bezoek

25 min

Doel

Inzicht krijgen in de verwachtingen vrijwilligers als het gaat om het inspelen op wensen en behoeften van oudere bezoekers door poppodia.

Startvraag 1

- Welke faciliteiten moet een poppodium volgens jullie bieden?

Voorbeelden opnoemen:

- Klimaatbeheersing (Airco)
- Uitgebreid Horeca aanbod
- Garderobe
- Schone toiletten
- Parkeergelegenheid

Doorvraagpunten

- *Hoe ervaren jullie de faciliteiten van Cultuurpodium Boerderij in vergelijking met andere poppodia?*
- Welke faciliteiten mis je en welke faciliteiten vinden jullie overbodig?

Startvraag 2

- Welke faciliteiten zouden ervoor kunnen zorgen dat er meer oudere bezoekers naar een poppodium komen?

Voorbeelden opnoemen:

- Zitplaatsen: zou men dan bereid zijn om hier meer voor te betalen?
- Aanvangstijden: wanneer concerten eerder beginnen aantrekkelijker voor oudere bezoekers?
- Eetgelegenheid
- Volume geluid
- Capaciteit: minder kaarten verkopen, zodat er meer bewegingsvrijheid is.
- Gebruik van munten om consumpties te kopen
- Drinkjes in plastic bekertjes of glazen
- Andere ideeën

Thema E: Contact met bezoekers

15 min

Doel

Inzicht krijgen in de manieren om oudere bezoekers te bereiken.

Startvraag 1

- *Wat vinden jullie de prettigste manier om op de hoogte te worden gehouden van het programma van poppodia?*

Voorbeelden opnoemen:

- Via vrienden/kennissen
- Affiches op straat
- Affiches binnen (Boerderij, cafés of in andere gebouwen)
- Programmaboekje
- Flyers
- Cultureel magazine

- Regionale krant
- Landelijke krant
- Muziektijdschrift
- Regionale radio/TV
- Landelijke radio/TV
- Website Boerderij
- Internet: andere websites
- Nieuwsbrief Boerderij

Doorvraagpunten

- *Zijn er verschillen tussen het bereiken van jongere bezoekers en oudere bezoekers?*
- *Hoe bereik je jongere bezoekers?*
- *Hoe bereik je oudere bezoekers?*
- *Hoe ervaren jullie het gebruik van sociale media en apps?*
- *Op welke manieren zou Cultuurpodium Boerderij sociale media in kunnen zetten voor de promotie van concerten?*
- *Wat vinden jullie van het huidige gebruik van sociale media van Cultuurpodium Boerderij?*
- *Wat zouden jullie vinden van een Boerderij App?*
- *Kan een app er volgens jullie voor zorgen dat er meer bezoekers naar Cultuurpodium Boerderij komen?*

Blok Afsluiting

10 min

- We zijn aan het einde gekomen van deze bijeenkomst
- Wat vonden jullie van het gesprek? Vragen/opmerkingen/vrije ronde
- Dankwoord gespreksleider
- Vergoedingen
- Gelegenheid om nog even na te praten
- Goede thuisreis