

POSTCODETELLING

WERKWIJZE

Deze methode combineert een bezoekersbevraging op het evenement met een (online) inwonersbevraging na afloop van het evenement.

Bevraging bij bezoekers

De bezoekersbevraging peilt naar het aantal aanwezigen op het evenement en achterhaalt hun woonplaats op basis van de postcode. Zo kan worden nagegaan hoeveel procent van de bezoekers ook inwoners zijn van de stad of gemeente waar het evenement plaatsvindt.

Bevraging bij bewoners

Na afloop van het evenement wordt in een tweede bevraging

aan de inwoners van de stad of gemeente gevraagd of zij het evenement al dan niet hebben bezocht. De meest (kosten)-efficiënte manier hiervoor is een online enquête, die in kaart brengt hoeveel procent van de inwoners het evenement bezochten.

Uit de inwonersbevraging wordt afgeleid hoeveel bewoners het evenement hebben bezocht. De bezoekersbevraging geeft dan weer inzicht in het percentage bezoekers die ook inwoners zijn van de stad of gemeente. De gecombineerde resultaten leveren dan een globaal beeld op van het aantal mensen die het evenement bijwoonden.

VOORDELEN

- + **Inzicht in inwoners:** deze methode geeft niet enkel inzicht in het totaal aantal bezoekers, maar ook in het aantal bezoekers van de stad of gemeente waarin het evenement wordt opgezet.
- + **Extra data:** zonder een (te grote) extra kost kan bijkomende informatie verkregen worden, door in de enquêtes ook bijkomende vragen te stellen, bijvoorbeeld over bestedingsgedrag van bezoekers of tevredenheid van inwoners.
- + **Extrapolatie:** de resultaten kunnen via een eenvoudige berekening geëxtrapoleerd worden naar het totaal aantal bezoekers van het evenement.

NADELEN

- **Geen bezoekersstromen:** het is met deze methode niet mogelijk om bezoekersstromen of het aantal bezoekers gedurende het hele evenement in kaart te brengen.
- **Arbeidsintensief:** deze methode vereist de inzet van enquêteurs, waarvan de kostprijs zeker voor meerdaagse evenementen kan oplopen.

KOSTPRIJS (EXCL. BTW)

De kostprijs wordt bepaald door twee factoren:

- **Uitvoeren bezoekersbevraging:** hiervoor zijn enquêteurs nodig op het terrein, die gedurende het hele evenement actief zijn. Een enquêteur kost gemiddeld € 12 bruto per uur. Hoeveel enquêteurs nodig zijn, hangt af van de verwachte opkomst. Worden minder dan 1.000 bezoekers verwacht, dan volstaat één enquêteur. Schommelt hun aantal tussen 1.000 en 5.000, dan voorzie je best drie enquêteurs. Bij meer dan 5.000 verwachte bezoekers worden idealiter acht enquêteurs ingezet.

- **Uitvoeren inwonersbevraging:** voor grote steden kan een digitale inwonersbevraging opgezet worden met een online panel. De organisator beschikt evenwel niet altijd over de contactgegevens van de inwoners en daarnaast moet de steekproef ook representatief zijn voor de volledige inwonerspopulatie. Daarom is het aangeraden om indien mogelijk een marktonderzoeksbureau in te schakelen dat zelf beschikt over een uitgebreid online panel. Een representatieve bevraging van 1.000 inwoners via een marktonderzoeksbureau kost gemiddeld zo'n € 4.000.

MOGELIJKE LEVERANCIERS

Op de website van Cube Belgium (cubelgium.be/members) is een overzicht terug te vinden van marktonderzoeksbureaus.

Hoe groot moet de steekproef zijn om kwaliteitsvolle data te garanderen?

Bezoekersenquête: steekproefgrootte 1% van het aantal bezoekers

- 100.000 bezoekers: 1.000 bevragingen

Inwonersenquête: steekproefgrootte op basis van het aantal inwoners per stad of gemeente

- < 20.000 inwoners: 200 respondenten
- 20.000 tot 100.000 inwoners: 500 respondenten
- > 100.000 inwoners: 1.000 respondenten