

**Rapport Online Enquête HETPALEIS 2003**  
i.o.v. de dienst Externe Communicatie van HETPALEIS

Uitgevoerd door Kölgen & Laenen bvba,  
Drs. Ann Laenen

18 augustus 2003

# INHOUD

|  |       |
|--|-------|
| 1. CONTEXT   | p. 3  |
| 1.1 Website  | p. 3  |
| 1.2.Nieuwsflash  | p. 4  |
| 1.3.Forum  | p. 4  |
| 2. ONDERZOEKSVRAGEN  | p. 5  |
| 3. ONDERZOEKSMETHODE   | p. 5  |
| 4. RESULTATEN ENQUÊTE  | p. 6  |
| 4.1 Profiel geënquêteerde                                      | p. 6  |
| 4.2 Wanneer online?  | p. 9  |
| 4.3 De reële theaterbezoeker online                            | p. 10 |
| 4.4 De virtuele bezoeker                                       | p. 11 |
| 4.5 Toetsing online communicatiekanalen                        | p. 13 |
| 4.5.1 Nieuwsflash  | p. 13 |
| 4.5.2 Forum  | p. 17 |
| 4.5.3 Website  | p. 20 |
| 5. BESLUIT   | p. 28 |
| 6. BEMERKINGEN   | p. 29 |
| 6.1 De beoogde doelgroep                                       | p. 29 |
| 6.2 Wanneer online?  | p. 30 |
| 6.3 De reële theaterbezoeker online                            | p. 30 |
| 6.4 Bevindingen bevraagd over 'nieuwsflash', 'forum' en 'site' | p. 30 |
| 6.5 Een nieuw publiek en een virtueel publiek                  | p. 31 |

## 1. CONTEXT

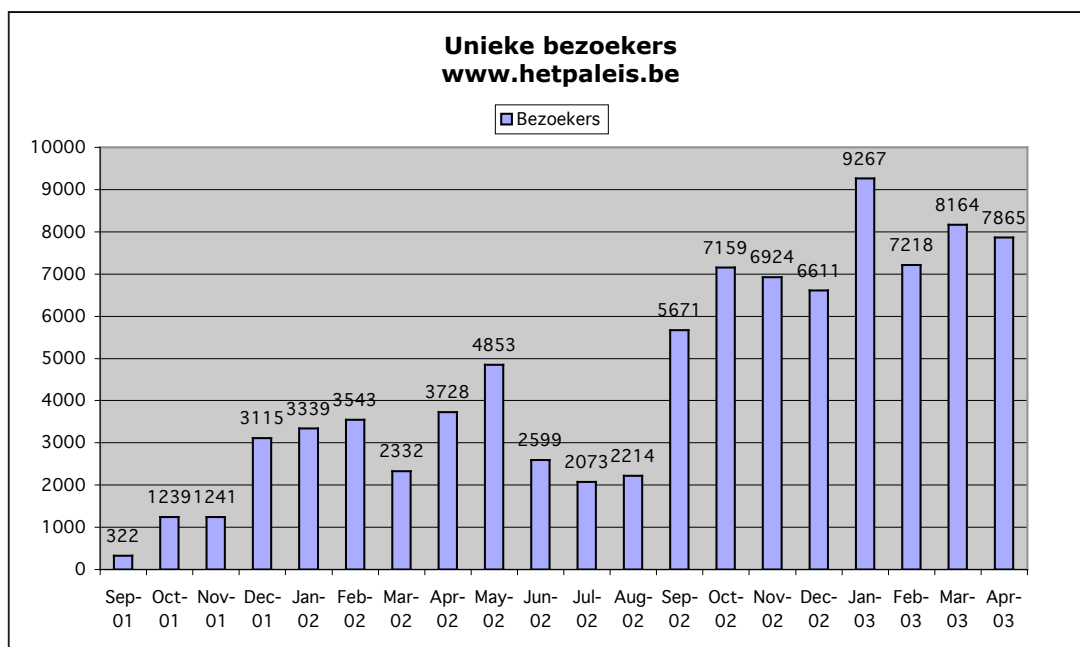
HETPALEIS is een theaterhuis voor kinderen en jongeren dat de communicatie met deze doelgroep erg ter harte neemt. Als men bedenkt dat 40% van de 15 tot 17 jarigen zeven dagen op zeven surft en intens gebruik maakt van de communicatiemiddelen die het Internet de bieden heeft (<http://www.insites.be>), dan weet men dat in de communicatie naar jongeren toe de website en andere online informatiedragers een belangrijke rol spelen.

Binnen het discours van de publieksparticipatie en de publieksverbreding dat nu volop aan de gang is, werd er vanuit HETPALEIS nagegaan hoe hun publiek nog beter geïnformeerd kon worden.

De voorbije seizoenen werd er dan ook flink geïnvesteerd in de online communicatie, om zo het publiek van de meest recente informatie te voorzien en om die jongeren te prikkelen die anders niet onmiddellijk de stap zouden zetten naar het theater.

### 1.1 De website

Er werd gekozen voor een dynamische website, met continu geüpdate informatie over voorstellingen, speellijsten, persartikels en foto's en met een steeds veranderende look, conform de specifieke vormgeving van het seizoen. Deze keuze resulteerde alvast in een verdubbeling van het aantal unieke bezoekers tussen april 2002 en april 2003.

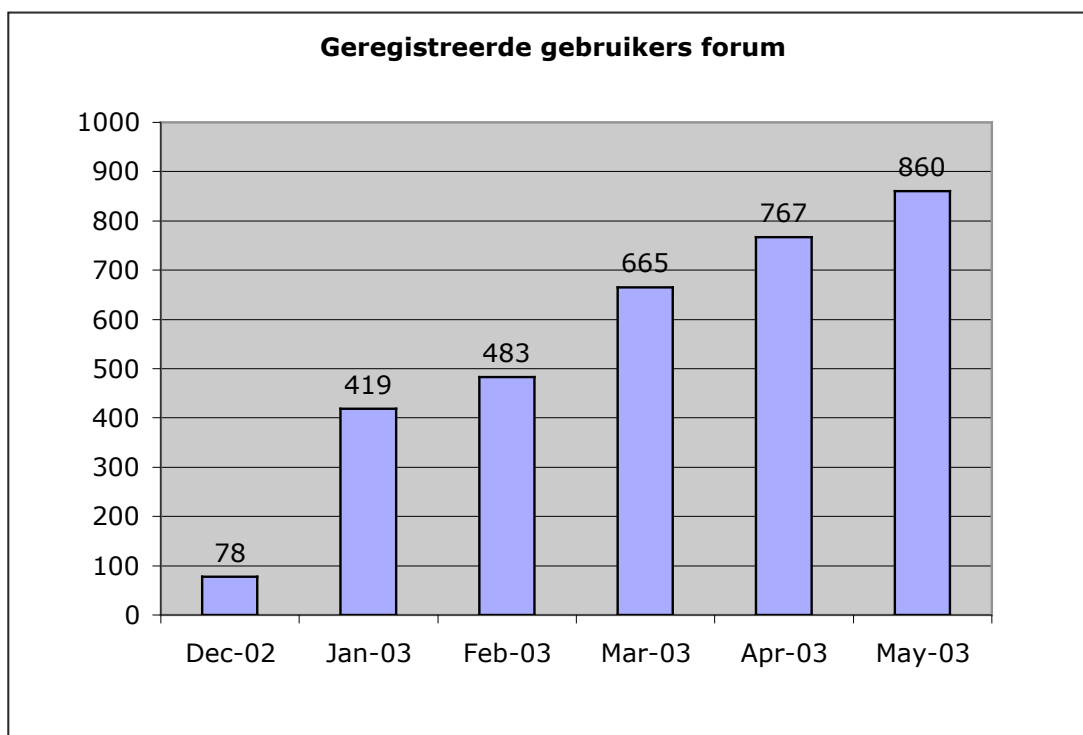


## 1.2. De nieuwsflash

Om het publiek snel, kort en efficiënt te informeren, wordt op regelmatige tijdstippen een elektronische nieuwsbrief uitgestuurd. Het aantal abonnees ging van 260 abonnees in augustus 2001 over 1500 in mei 2002 tot 2403 midden juni 2003.

## 1.3. Het forum

Maar HETPALEIS wilde meer: via de communicatie met jongeren hun leefwereld leren kennen, door vragen te stellen, de deur open te zetten en te luisteren naar hun concrete opmerkingen, in plaats van in 'enkele' richting informatie de wereld in te sturen. Om dit mogelijk te maken werd na een testfase van 3 weken eind januari 2003 HETPALEISforum gelanceerd. Heel wat HETPALEISbezoekers vonden hun weg naar deze virtuele ontmoetingsplek. Het aantal geregistreerde gebruikers van het forum verdubbelde op enkele maanden tijd.



20% van hen zijn subgroepen zoals journalisten, medewerkers van HETPALEIS en extranetten voor co-organisatoren en partners. Het 'virtuele' publiek maakt echter 80% uit.

## 2. ONDERZOEKSVRAGEN

De gestage toename in ‘unieke’ bezoekers aan de website, in het aantal ‘nieuwsflash’ abonnees en de groep geregistreerde forumgebruikers deed HETPALEIS besluiten om via een enquête na te gaan wat deze gebruikers van de online communicatiekanalen vinden, om desgevallend te kunnen bijsturen naar de toekomst toe.

Kernvragen<sup>1</sup> waren:

- Bereikt HETPALEIS met de online communicatie zijn doelgroep?
- Wie is de virtuele bezoeker? Loopt het gelijk met de reële theaterbezoekers of is er een segment dat (nog) niet naar theater komt maar wel online HETPALEIS bezoekt?
- Wat vindt de online bezoeker van de website, de nieuwsflash en het forum?

## 3. ONDERZOEKSMETHODE

De bevraging gebeurde ‘online’ op de website van HETPALEIS en liep van 15 april tot 30 mei. De start van de enquête werd bekendgemaakt via een e-flash, met een directe link naar de website.

Er werd aselectief gewerkt. Iedereen die via de nieuwsbrief, het forum of de website in contact kwam met HETPALEIS, werd uitgenodigd om deel te nemen aan de enquête. Dat leverde 464 bruikbare resultaten op.

De vragenlijst kwam tot stand in samenwerking met Annik Klaes, Stafmedewerker Externe Communicatie van HETPALEIS en student cultuurmanagement Bert Vanlaere.

Een algemeen luik peilde naar geslacht, leeftijd en profiel van de bevrageerde. Er werd ook gekeken op welk moment van de dag de bevrageerden het meest gebruik maken van het Internet.

Om na te gaan of HETPALEIS met de website en het forum hun doelpubliek bereiken en eventueel een nieuw publiek aanspreken, werd er binnen dit algemeen luik ook gecheckt of men reeds een voorstelling van HETPALEIS bezocht had op het moment van de enquête. Zo ja, waar, hoe vaak en welk type voorstelling het was.

Het tweede deel van de enquête zoemde achtereenvolgens in op de nieuwsflash, het forum en de website om te kunnen toetsen of deze elektronische communicatiemiddelen beantwoorden aan de verwachtingen van de gebruiker.

---

<sup>1</sup> Voor de volledige vragenlijst – zie codeboek digitale vragenlijst in bijlage

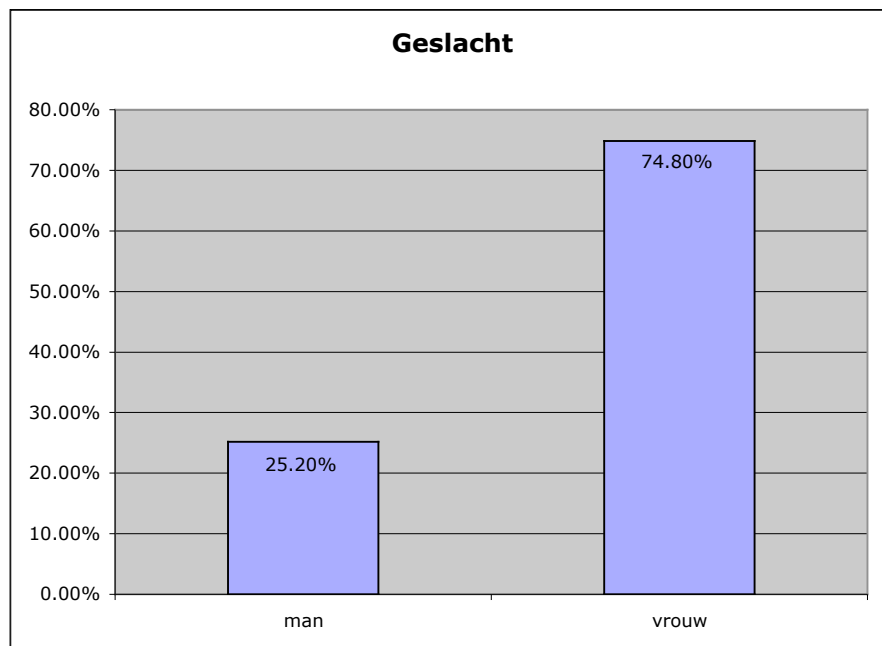
Hoewel het forum pas 3 maanden operationeel was op het moment van de enquête, werd er beslist om dit onderdeel in de bevraging op te nemen om toch reeds een eerste, beperkte gebruikersindruk te verkrijgen.

De resultaten van de enquête werden getoetst aan bevindingen van de publieksenquête die HETPALEIS organiseerde tijdens het seizoen 2000-2001 ( Frank Meyer, HETPALEIS, 2001) en het marktonderzoek in opdracht van HETPALEIS rond 'de betrokkenheid van grootouders op de woensdagnamiddagactiviteiten van de kleinkinderen' (Vincent Das en Katrien Vanderkeuylen, eindwerk voor katholieke hogeschool Mechelen, 2003).

## 4. RESULTATEN ENQUETE

### 4.1 Profiel geënquêteerde

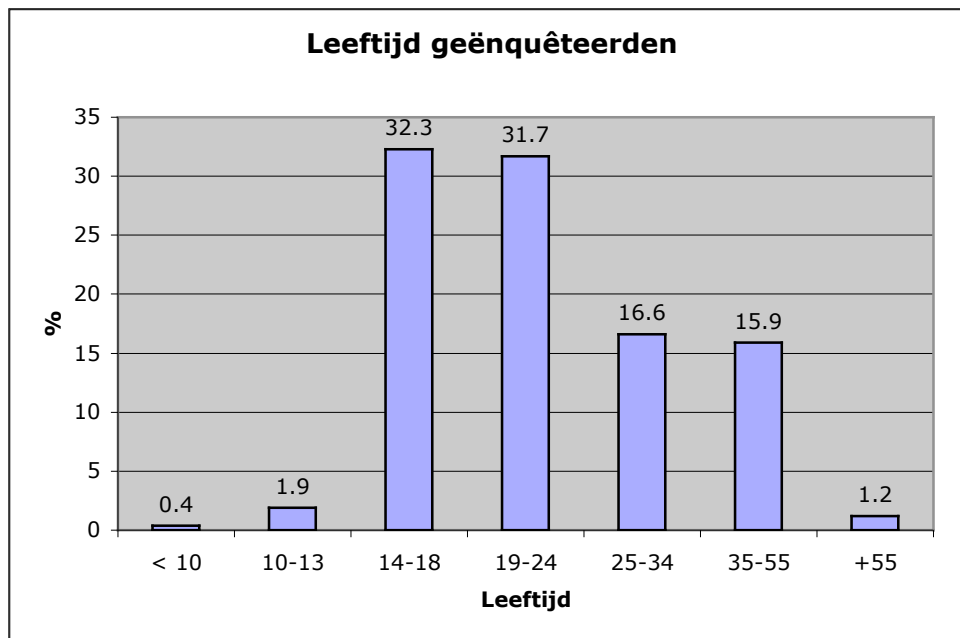
Als we het profiel van de bevrageden bekijken dan is het vooral de jonge vrouw tussen 14 en 24 (53%) die de enquête heeft ingevuld. Van alle geënquêteerden is 74,8% vrouw en 25,2% man.



Deze verhouding kadert perfect binnen het huidige cultuurparticipatieprofiel waarin meer vrouwen dan mannen voor cultuur kiezen<sup>2</sup>, doch staat haaks op het doorsnee profiel van de Belgische internetgebruiker. De laatste Belgian Internet Mapping (BIM9) geeft nog steeds een hoger percentage mannen dan vrouwen aan binnen de surfers (<http://www.insites.be>).

<sup>2</sup> De Groof, S an W. Smits, *Somitaire of tikkerke kus? Over formele participatie bij jongeren*, in M. Elchardus en I. Glorieux *De Symbolische Samenleving*, 2002:114

Zoemen we wat meer in op de leeftijd dan zien we dat de grootste groep, 64%, zich in de categorieën 14 tot 24 jaar bevindt. Wat niet zo uitzonderlijk is, want met 72% zijn zij momenteel ook het actiefste op internet (BIM9).

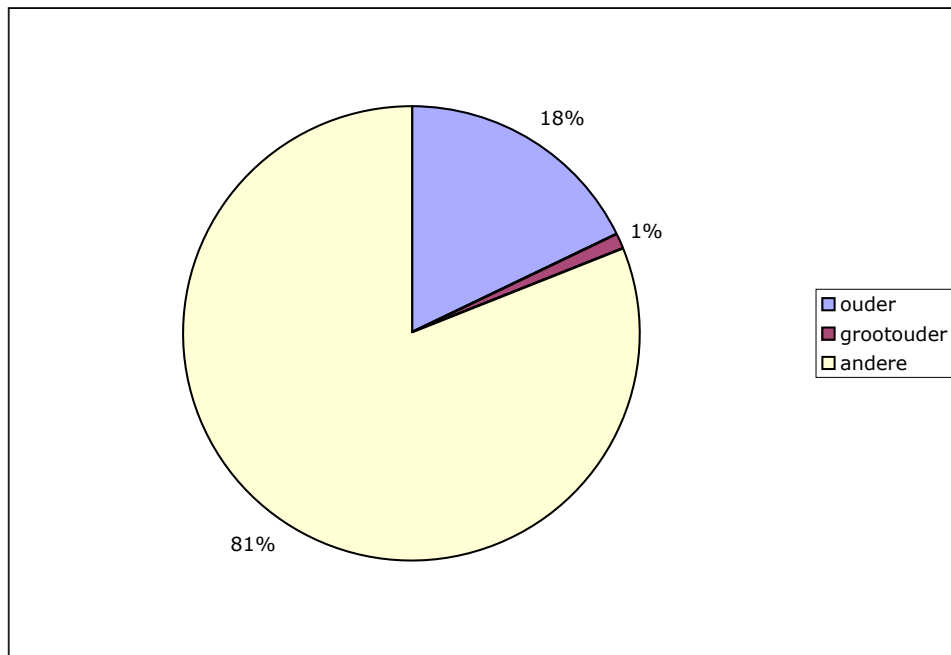


Het valt op dat de groep jonger dan 14 verwaarloosbare percentages oplevert. Dit zou verklaard kunnen worden door het feit dat, hoewel deze jongeren tot het doelpubliek van HETPALEIS behoren, zij niet onmiddellijk werden aangesproken tot het invullen van de vragenlijst. Zij die de enquête toch ingevuld hebben, deden dit mogelijk onder begeleiding van een volwassene.

Ook de groep + 55 is miniem vertegenwoordigd binnen de bevroegden. Hun aandeel in het percentage Belgische internauten is ook nog niet zo groot. Vandaag is dit 13% van de surfende bevolking, maar het is wel de snelgroeïende groep (een toename van 66% met vorig jaar) (BIM 9). Het is ook de groep die vaak met de kleinkinderen op stap gaat en zodoende een categorie om rekening mee te houden binnen de online activiteiten van HETPALEIS.

Een verfijning van het leeftijdsprofiel wijst aan dat bij de bevroegden vandaag het aandeel grootouders nog beperkt is tot 1% en zich bevindt in de leeftijdscategorieën 35-55 en + 55. Hun aandeel zal in de toekomst wellicht toenemen.

Onderstaande grafiek toont ook aan dat 18% ouder (moeder/vader) is. Een kruising met het geslacht leert ons dat het hier vooral om jonge moeders gaat.



De groep andere wordt ingenomen door jongeren en alleenstaanden. 72,3 % zit nog op de schoolbanken of studeert. 15,9 % is lid van een jeugdbeweging, en 17,4% onder hen is leerkracht of leerkracht in opleiding.

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| Lager onderwijs          | 1,5%  |
| Secundair onderwijs      | 33,8% |
| Student                  | 29,5% |
| Leerkracht in opleiding  | 7,5%  |
| Leerkracht               | 9,9%  |
| Leid(st)er jeugdbeweging | 15,9% |
| Leid(st)er sportclub     | 1,5%  |
| programmator             | 1,1%  |
| pers Regionaal           | 0,4%  |
| pers Nationaal           | 1,3%  |
| HETPALEISmedewerker      | 2,4%  |
| Andere                   | 26,9% |

*Tabel: Profiel van de geënquêteerden*

Het hoge percentage ‘andere’ in dit lijstje, is te verklaren door de specificiteit van het vooropgestelde profiel binnen de enquête. Om toch een zicht te krijgen op het profiel van de ‘online’ bezoekers buiten de gedefinieerde groepen, werd binnen ‘andere’ de mogelijkheid geboden om vrij het profiel aan te vullen.

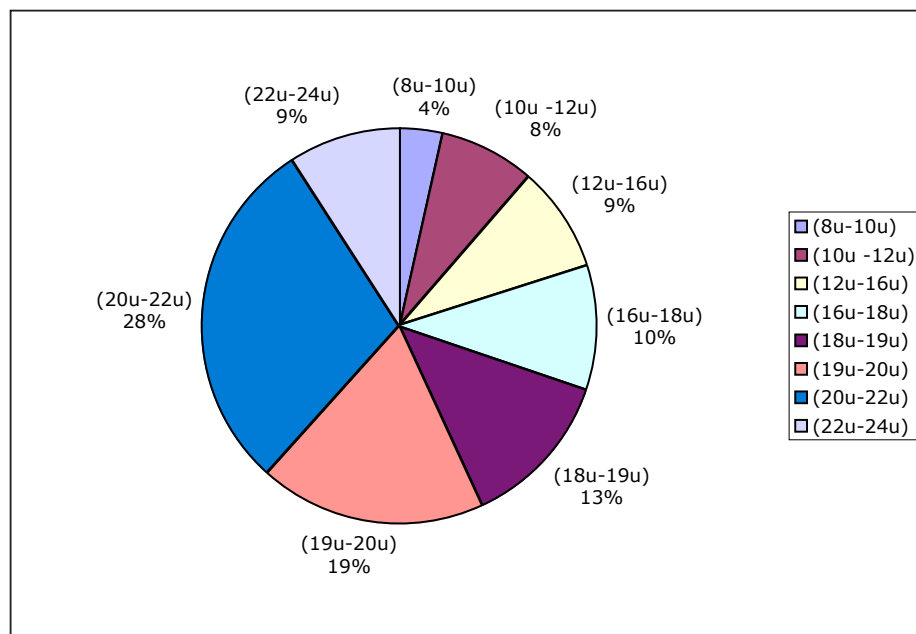
Dit zorgde voor een zéér diverse lijst waaronder: *bediendes, een technisch tekenaar, een theater docent, een bediende met een passie voor theater en een diploma voortgezette opleiding theaterwetenschap, psychiaters, zelfstandigen,*

*een sales engineer, een stagiaire ABC-studio, een bediende van een jeugdvereniging, een PR-medewerker, een schoonheidsspecialiste, een diëtiste, een opvoeder, een publieksmedewerker HTH, een danser, een stafmedewerker van een psychiatrisch ziekenhuis, een muzikante, een decorschilder, iemand die antwoordde ‘Geen van deze omschrijvingen - gewoon geïnteresseerd in theater!’, een begeleider in het jeugdtoneel, werkzoekenden, iemand die net afstudeert aan het middelbaar onderwijs, een (pleeg)ouder, een bruggepensioneerd, een loodgieter, een ambtenaar, Opvoedster in voorziening bijzondere jeugdzorg, een lid van de jeugdraad, een copywriter, een zaakvoerder van een reclamebureau, een productieleider, een key account manager, een qa officer, een vorser, een werkwillende (in HETPALEIS), een fotografe, een leerling woord en toneel, iemand van het team van de belichting van de Vlaamse Opera, een medewerker Mooss = actieve kunsteducatie, een begeleidster van personen met een mentale handicap iemand die verbonden is aan een buurtwerk en een duizendpoot.*

Uit de opgevraagde postnummers konden we opmaken dat de webbezoekers over gans Vlaanderen verspreid zitten. Met uitzondering van Limburg zijn alle Vlaamse provincies goed vertegenwoordigd. Het arrondissement Antwerpen (21%), Sint-Niklaas (16%), Gent (13%), Halle/ Vilvoorde (11%) en Leuven (14%) nemen het grootste stuk voor hun rekening, met uitlopers naar Mechelen, Brussel en Brugge.

#### 4.2 Wanneer online?

Vergelijken we leeftijd en profiel met het surfgedrag, dan zien we dat de meeste bevroegden 's avonds na school of werk, online zijn. De grootste groep bevindt zich tussen 19 en 22u op het Web: 18,8 % surft tussen 19 en 20u en 29,1% tussen 20 en 22u, om precies te zijn.



De grootste groep surfers is - niet echt verwonderlijk - tussen de 14 en de 24 jaar oud; samen goed voor 64 % van de ondervraagden.

| leeftijd | (16u-18u) | (18u-19u) | (19u-20u) | (20u-22u) | (22u-24u) |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| (14-18)  | 4,70%     | 10,10%    | 14,90%    | 20,50%    | 3,70%     |
| (19-24)  | 6,70%     | 9,30%     | 13,60%    | 19,20%    | 7,30%     |

*Tabel: wanneer online vs. leeftijd*

Als we deze groep even onder de loep nemen dan blijkt dat een beperkt percentage van deze groep al online komt na 16 u, de overgrote meerderheid vinden we toch pas tussen 19 en 22u op het Web.

### 4.3 De reële theaterbezoeker online

Nadat er in de enquête gepeild werd naar het profiel van de geënquêteerde, ging men na of deze mensen ook al een voorstelling van HETPALEIS hadden gezien. Indien ja, waar, welk type voorstelling (school- of vrije voorstelling) en hoe vaak per seizoen?

Het bleek dat 87,3 % van de bevroagden bezocht inderdaad reeds een voorstelling van HETPALEIS. De overgrote meerderheid hiervan, 88%, kwam hiervoor naar HETPALEIS zelf.

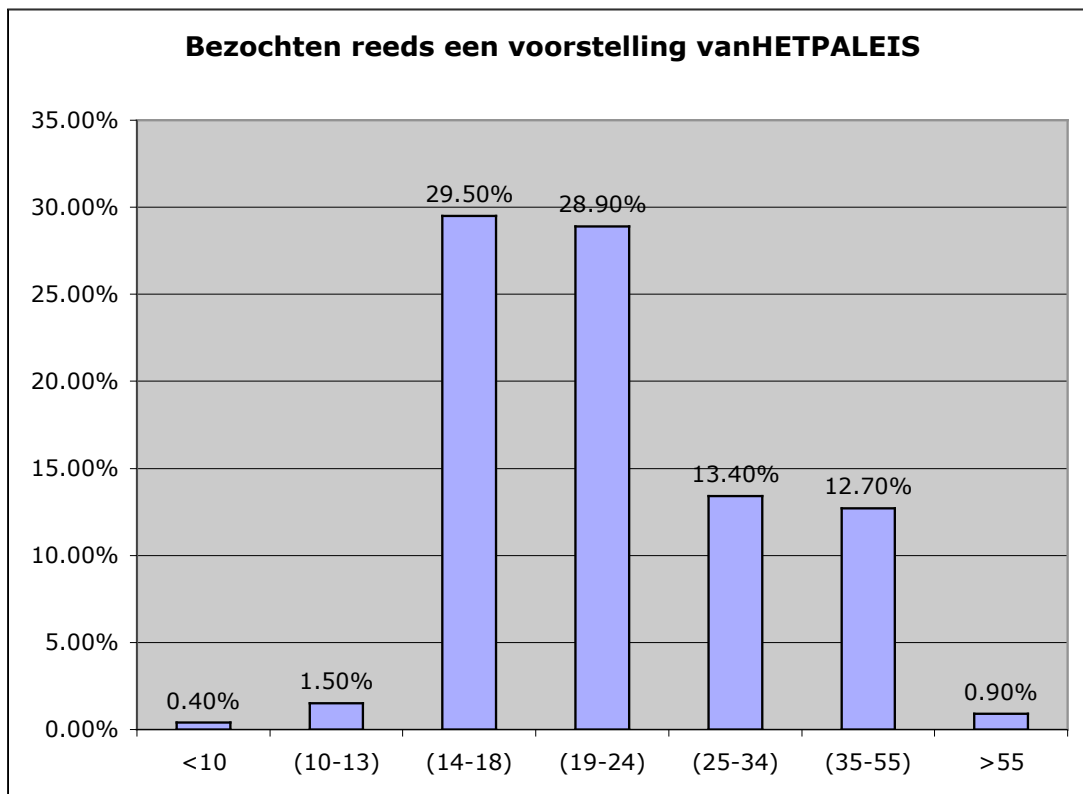
74,5 % van de geënquêteerden ging naar een vrije voorstelling, slechts 25,5% bezocht een schoolvoorstelling. 42% onder hen vond meerdere keren per seizoen de weg naar een HETPALEISvoorstelling.

| Geslacht | Aantal keren voorstelling bezocht per seizoen |       |       | Totaal |
|----------|---|-------|-------|--------|
|          | < 1   | 1     | > 1   |        |
| Man      | 3,7%  | 9,9%  | 10,4% | 24%    |
| Vrouw    | 15,6%   | 28,9% | 31,6% | 76%    |
| totaal   | 19,3%   | 38,8% | 42%   | 100%   |

*Tabel: Frequentie bezoek voorstellingen vs. geslacht*

Wanneer we nu het profiel van deze theaterbezoekers vergelijken met de resultaten van de publieksenquête die HETPALEIS tijdens het seizoen 2000 - 2001 organiseerde, dan vallen er onmiddellijk enkele parallellen op.

In 200-2001 bleek 2/3 van de bezoekers vrouwen te zijn en 1/3 mannen. Uit de resultaten van de online kan dezelfde trend worden afgelezen, en zelf nog iets scherper gesteld worden: 76% vrouwen ten opzichte van 24% mannen.

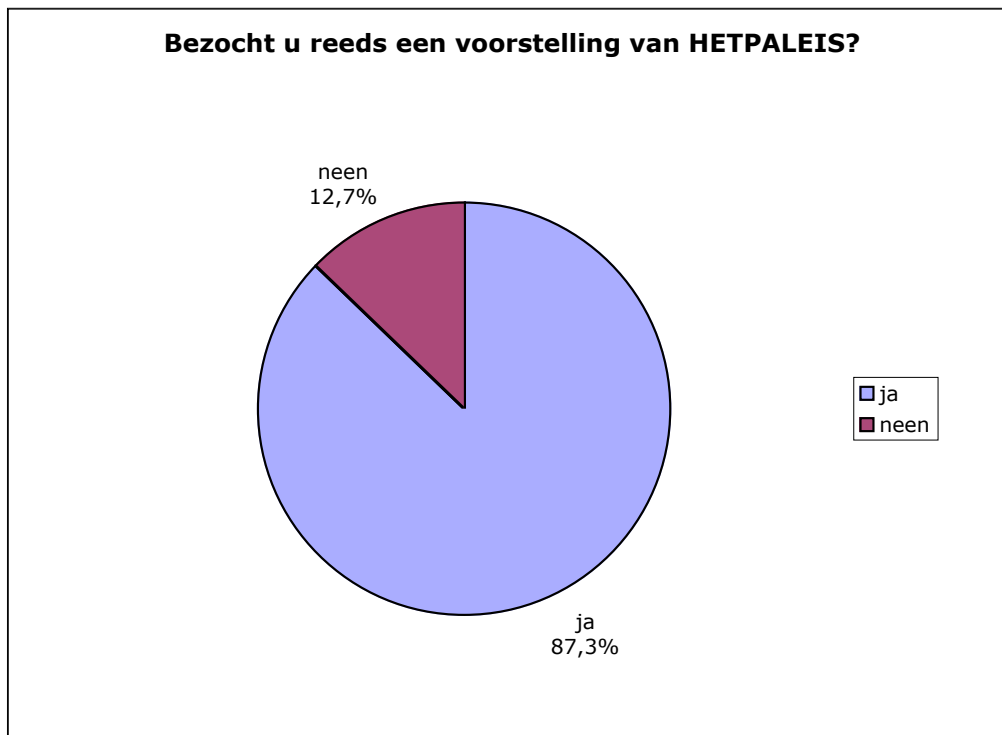


Een tweede parallel tekent zich af bij de leeftijdscategorieën van de bezoekers. De grootste groepen bevinden zich binnen de categorieën 14 tot 18; met name 29,5 % en 19 tot 24 zijnde 28,9%. Wat een iets scherpere aflijning is van de resultaten uit de enquête van 2000-2001. Daar lag het zwaartepunt in de categorieën 14-18, 19-24 en 25-34. Bij de enquête 2003 is de groep 25-34 goed voor 13,4%, weliswaar de 3<sup>de</sup> grootste categorie maar beduidend kleiner dan de 2 voorgaande. Dit heeft naar alle waarschijnlijkheid te maken met het feit dat in 2003 'online' naar het theaterbezoek werd gevraagd, en niet in HETPALEIS zelf voor of na een voorstelling, zoals dat in 2000-2001 het geval was. Dit toont aan dat de online activiteiten van HETPALEIS niet voorbij blijken te gaan aan het beoogde publiek.

Maar bereiken ze er ook een nieuw publiek mee?

### **3.5 De virtuele bezoeker**

Gezien er 12,7 % van de bevroegden doorgaven dat zij tot noch toe geen voorstelling bezochten, blijkt HETPALEIS inderdaad ook een deel virtuele bezoekers te hebben.



6% van de niet-bezoekers zit nog op school of studeert. Qua leeftijd is deze 12,7% enigszins gelijkmatig gespreid over de 4 centrale leeftijdscategorieën.

|         |      |
|---------|------|
| < 10    |      |
| (10-13) | 0,4% |
| (14-18) | 2,8% |
| (19-24) | 2,8% |
| (25-34) | 3,2% |
| (35-55) | 3,2% |
| <55     | 0,2% |

*Tabel: Niet-bezoekers vs. leeftijd*

Als redenen voor het 'niet bezoek' kwamen vooral tijdsgebrek en afstand naar voor. De prijs blijkt duidelijk geen drempel te zijn.

|             |        |
|-------------|--------|
| tijdsgebrek | 37,50% |
| afstand     | 20,80% |
| prijs       | 5,60%  |
| andere      | 36,10% |

*Tabel: reden niet-bezoek*

Bij 'andere' antwoordde men:

- *Ik ben Frans en Ik begrijp geen Nederlands*
- *Enkel ABCstudio bezocht*
- *Moeten we gewoon eens dringend doen!!*
- *Omdat ik een kinderstuk zoek dat makkelijk te beoordelen is voor een student drama eerste jaar*
- *Nu pas in contact gekomen met het paleis*
- *Het paleis is mij niet bekend*
- *Ken het niet*
- *Andere voorstellingen maar nog nooit van HETPALEIS zelf*
- *Eerste maal kennismaking*
- *Nog nooit van gehoord*
- *Onbekend*
- *Te weinig affiches zodat ik nooit weet welke voorstelling er loopt*
- *Ik heb er nog nooit van gehoord tot ik hoorde over Martino*
- *Ongekend*
- *Leeftijd*
- *Is er nooit van gekomen*
- *Geen reden*
- *Nog maar net kennis gemaakt*
- *Ik kende het niet*
- *Onbekend*
- *Sinds kort op de hoogte*
- *Te weinig info en soms gebrek aan compagnie*
- *Weet het niet waarom niet*

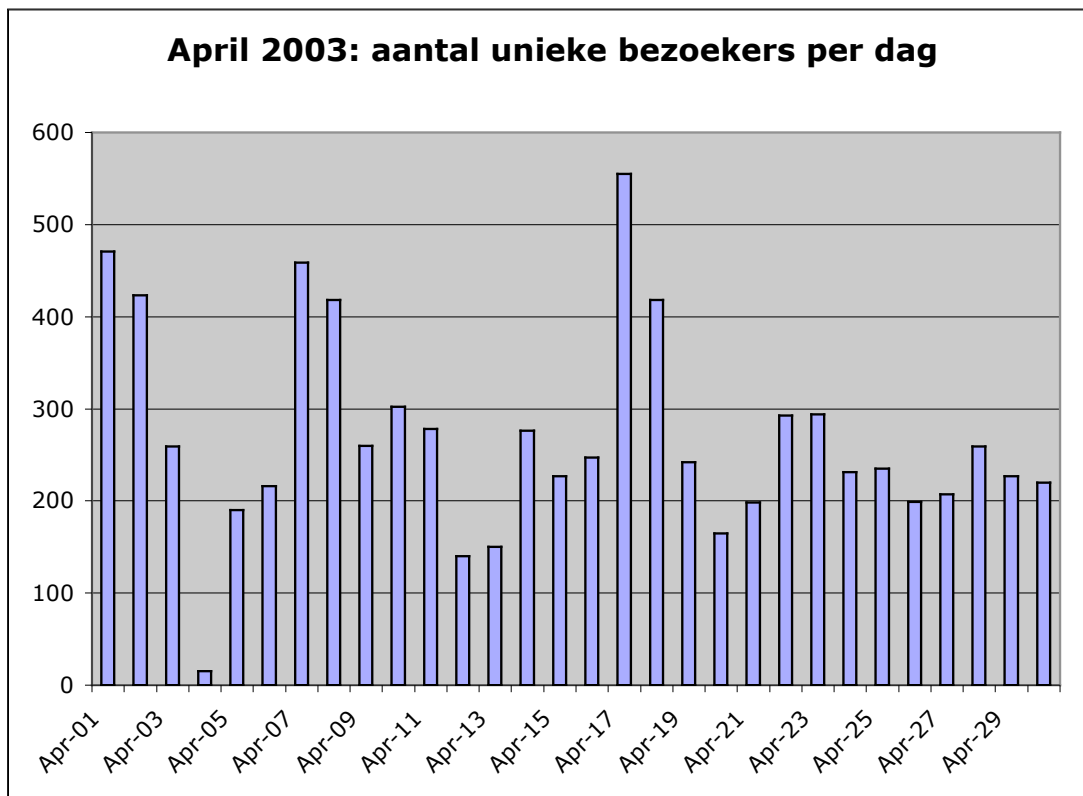
Uit deze reacties kan worden opgemaakt dat sommigen eerder toevallig in contact kwamen met HETPALEIS via de 'online' activiteiten van HETPALEIS. Anderen zijn dan weer op zoek naar specifieke informatie op het Internet uit interesse of om professionele redenen. De onderzoeksresultaten met betrekking tot de website zullen hierover meer duidelijkheid scheppen.

#### **4.5. Online Communicatiekanalen**

##### **4.5.1.Nieuwsflash**

Hoewel de start van de enquête werd bekend gemaakt via een elektronische nieuwsbrief, blijkt dat 59,5% van de bevroegden nog niet geabonneerd was.

De meerderheid vond dus zijn weg naar de vragenlijst via de website van HETPALEIS. Met een gemiddeld aantal van 251 unieke bezoekers per dag is dit niet zo uitzonderlijk.



Opvallend is dat 40,7 % van de geënquêteerden zich onmiddellijk liet abonneren bij het invullen van de vragenlijst. Wervend heeft de enquête zijn effect blijkbaar niet gemist.

Er werd de abonnee gevraagd naar zijn mening over de duidelijkheid, de lay-out, de timing en de nieuwswaarde van de 'nieuwsflash'. Hij of zij kon een cijfer van 1 tot 5 opgeven, met 1 als 'zeer goed', 2 'goed', 3 'matig', 4 'zwak' en 5 'geen mening'.

Voor de 4 onderdelen gaf dit volgend resultaat:

| duidelijkheid |        | lay-out      |        |
|---------------|--------|--------------|--------|
| 1             | 43,10% | 1            | 33,10% |
| 2             | 51,60% | 2            | 48,40% |
| 3             | 5,30%  | 3            | 13,80% |
|               |        | 4            | 4,80%  |
| timing        |        | nieuwswaarde |        |
| 1             | 24,50% | 1            | 31,40% |
| 2             | 64,50% | 2            | 54,30% |
| 3             | 6,90%  | 3            | 11,70% |
| 4             | 1,60%  | 4            | 2,70%  |
| 5             | 2,10%  |              |        |

*Tabel: Opinie nieuwsflash*

De naakte cijfers leren ons dat de abonnee tevreden, tot zéér tevreden is over de nieuwsbrief van HETPALEIS.

De commentaren liegen er niet om:

- *Doe zo voort*
- *Niets op aan te merken....is de enige junkmail waarop ik me nog niet uitgeschreven heb!*
- *Duidelijk, vrolijk, niet te dikwijls = goed, goed, goed.*
- *Goed bezig.*
- *Zeer duidelijk, het houdt je op de hoogte!!*
- *Ik ben nog niet zolang geabonneerd, maar ik vind de nieuwsflash tot nu toe heel geslaagd.*
- *Fantastisch goed...*
- *Is goed zoals ze verschijnt, kleurrijk*
- *Hoewel ik weinig tijd (en vervoer) heb, en dus minder naar voorstellingen ga dan ik zou willen, is het altijd erg fijn om automatisch op de hoogte gehouden te worden!!!Bedankt!*
- *Ik ben blij de nieuwsflash te ontvangen, ik ben altijd benieuwd naar wat er allemaal gaat komen (k heb wel een infoboek opgestuurd gekregen, maar soms staat n de nieuwsflash iets nieuws hé!).*
- *Ik ben uiterst tevreden steeds op de hoogte gehouden te worden van jullie activiteiten, of het nu een chatsessie, een extra voorstelling of eender wat betreft.*
- *Ik vind het tof dat je ook via de computer op de hoogte wordt gehouden.*
- *Het is een leuk initiatief. Van mij zou het meer mogen verschijnen en zou het ook extra's mogen bevatten.*
- *Hij geeft de essentiële informatie bondig weer.*

Maar de suggesties die de bevroagden gegeven hebben, nuanceren de cijfers en het enthousiasme toch enigszins.

Zo lezen we bij de suggesties naar timing bijvoorbeeld dat de nieuwsflash toch iets vroeger zou mogen worden verstuurd, de ene vindt dat er minder e-flashes zouden mogen zijn, de ander wil vaker en korter op de bal geïnformeerd worden:

- *Het zou misschien handiger zijn om minder nieuwsflashes door te sturen maar bv om de 2 weken 1. Dan kan je misschien bovenaan een klein menuutje zetten om door de mail surfen.*
- *Fijn om te krijgen, maar soms nogal laat – te laat om nog een uitstap te plannen.*
- *Minder regelmatig, meer accuraat*
- *Iets vroeger doorsturen...Misschien ook de try-outs vermelden...*
- *Misschien een beetje te snel op elkaar gevolgd!*
- *Iets vroeger doorsturen. Niet iedereen checkt zijn e-mail elke dag.*
- *Het is een leuk en origineel initiatief. Van mij uit zou het meer mogen verschijnen en zou het ook nog extra's mogen bevatten*

Suggestieve synoniemen met betrekking tot lay-out en duidelijkheid concentreerden zich vooral rond 'speelser, blitser, kleurrijker':

- *Iets meer kleur. Ze zijn duidelijk, maar kunnen wel iets aantrekkelijker gemaakt worden. Ik denk aan iets in Flash of zo.*
- *Misschien kan je de nieuwsflash gewoon wat uitbreiden en wat meer kleur geven. De site vind ik heel leuk gedaan, waarom de nieuwsflash ook niet wat aantrekkelijker maken??*
- *De lay-out zou iets leuker mogen. Het blijft nogal eentonig.*
- *Lay-out mag iets blitser, speelser en gedurfder zijn.*
- *Af en toe iets in beeld erbij.*

Bij de suggesties naar inhoud kwam vooral de vraag naar meer achtergrond informatie over de voorstellingen zelf (stuk, acteurs, regisseurs, recensies) aan bod:

- *Er mag wel iets meer in staan. Uiteindelijk moet je toch naar de website.*
- *Misschien iets meer info over de voorstellingen zelf.*
- *Misschien iets meer info en nieuwtjes: bijvoorbeeld over stukken die in première gaan, of over recensies enzo.*

- *Meer nieuws over de voorstellingen die blijven lopen in HetPaleis of op reis, niet alleen over de nieuwe misschien ook over op til staande projecten, over losse ideeën, over medewerkers, over andere interessante voorstellingen of ‘happenings’ die iets met kinder – en jeugdtheater of met cultuur voor kinderen te maken hebben.*
- *Aankondigingen van voorstellingen zouden er directer in vermeld mogen staan. Nu is dat eerder indirect via de chatsessies.*
- *Eventueel bij het begin van de maand een kort overzicht van wat er die maand op het programma staat...een kalender dus.*
- *Misschien vermelden hoeveel vrije plaatsen er nog zijn voor bepaalde voorstellingen.*

En 2 mensen knipogen naar een nieuwsbrief op maat van de lezer:

- *Misschien meer leeftijdsgebonden informatie toesturen? Ik ben niet echt geïnteresseerd in chatsessies met acteurs van voorstellingen voor kinderen...*
- *Soms duurt het nogal voor het nieuwsbericht volledig leesbaar is, is dat door de layout die zoveel downloadtijd vraagt? chatsessies interesseren mijzelf niet, maar anderen wellicht wel. Maar berichten waarin ik geen interesse heb storen me niet echt. Ze zijn even vlug gewist. Een persoonlijk profiel opstellen is wellicht nogal ingewikkeld. Boeiend zou zijn: in jullie flash verwijzen naar boeiende achtergrondinformatie of recensies van de stukken die jullie spelen, eventueel ook van de acteurs en regisseurs (zoals je dat bij een film kan opzoeken).*

#### **4.5.2. Forum**

Het forum was midden april nog maar 3 maanden actief, toch werd er – zoals eerder aangehaald – beslist om deze virtuele ontmoetingsplek op te nemen in de gebruikersenquête. Commentaren en suggesties van de eerste forumbezoekers zijn erg kostbaar voor de verdere ontwikkeling van deze online tool. Het is dan ook interessant om naar januari 2004 toe eens te kijken of er binnen het ‘tevredenheidsprofiel’ van de gebruiker iets veranderd is.

Op het moment van de enquête bleek dat 19,6% van de bevroagden reeds geregistreerd was op het forum. 33,2% onder hen gaf te kennen dat ze zich vanaf nu wilden registreren.

Slechts 5,8 % van de geregistreerden zijn ook echt actief op het forum. Op de vraag waarom men wel geregistreerd is, maar niet actief deelneemt, antwoorden de meesten - met name 70% - ‘Tijdsgebrek’.

| Waarom niet actief op het forum? |        |
|----------------------------------|--------|
| tijdsgebrek                      | 70,40% |
| technisch te moeilijk            | 5,60%  |
| topics niet relevant             | 7,00%  |
| andere                           | 16%    |

*Tabel: Reden niet-activiteit*

Als ‘andere’ werd vooral aangegeven dat men het forum nog maar pas ontdekte en men gewoon ‘vergeet’ om actief aan de forum activiteiten deel te nemen :

- *Ik heb het gewoon nog niet geprobeerd. Ik weet niet echt waarom...*
- *Ik denk er nooit aan*
- *Ik denk er niet aan en ben niet zo'n regelmatige surfer, ik vind het wel interessant hoor*
- *Heb het nog maar pas ontdekt*
- *Nog maar net ontdekt.*

Kijken we naar het profiel van de actieve forumgebruiker, dan zien we dat HETPALEIS met zijn forum vooral de 14 tot 24 jarigen bereikt: 13,2% onder hen is tussen de 14 en de 18 jaar oud, 7,7% bevindt zich in de categorie 19-24 en sluit zo mooi aan bij de doelgroep van HETPALEIS.

| Actief op het forum |        |
|---------------------|--------|
| leeftijd            |        |
| (14-18)             | 13,30% |
| (19-24)             | 7,70%  |
| (25-34)             | 6,60%  |
| (35-55)             | 2,20%  |

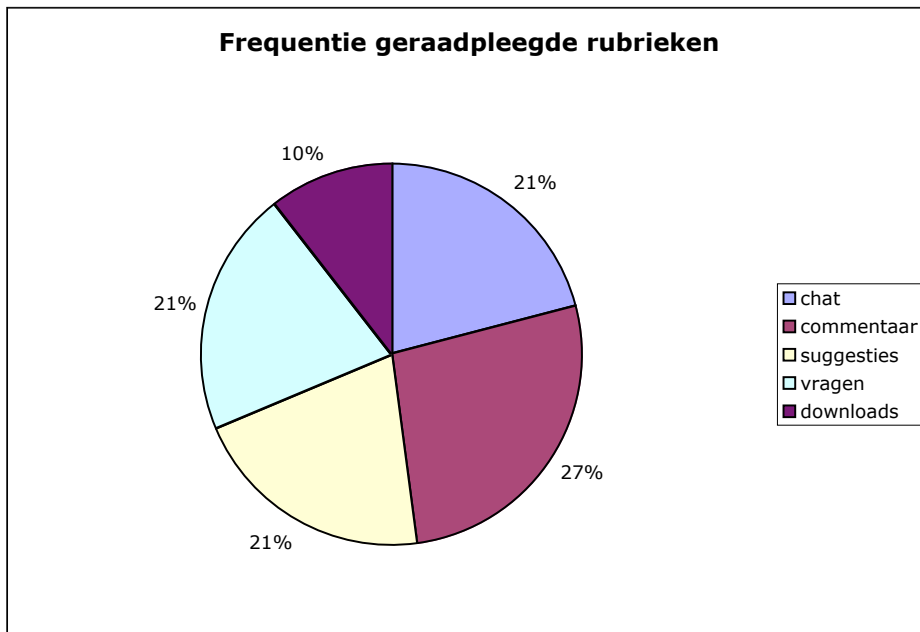
*Tabel: Forumgebruik vs. leeftijd*

Bij kruising van deze percentages met het geslacht van de gebruiker valt op dat de 25/75 man/vrouw opdeling die uit het profiel van de bevrageden naar voor kwam, niet opgaat voor de forumgebruiker.

| Profiel forumgebruiker |       |       |
|------------------------|-------|-------|
| leeftijd               | man   | vrouw |
| (14-18)                | 3,30% | 9,90% |
| (19-24)                | 3,30% | 4,40% |
| (25-34)                | 4,40% | 2,20% |
| (35-55)                | 1,10% | 1,10% |

*Tabel: Profiel forumgebruiker*

Momenteel bestaat het forum uit 5 vaste rubrieken. Onder de 19,6% actieve forumgebruikers zien we dat vooral het kunnen geven van commentaar op de activiteiten van HETPALEIS voor (inter)actie zorgde.



Het peilen naar ‘relevantie van de topics’, ‘begrijpelijkheid’, ‘vormgeving’, ‘gebruiksvriendelijkheid’ en ‘interactiviteit’ leidde tot een ‘tevredenheid’ van de huidige gebruikers en dit over de ganse lijn.

*- Het is echt wel fijn om op deze manier te praten, discussiëren over producties, acteurs, muziek...chat is superidee!!*

*- Tof met al die ventjes, goed gevonden en duidelijk!*

De forumgebruikers werd gevraagd om een waardeoordeel te geven door een cijfer invullen van 1 tot 5, waarbij 1 staat voor ‘zèér goed’, 2 voor ‘goed’, 3 voor ‘matig’, 4 voor ‘zwak’ en 5 voor ‘geen mening’.

| relevantie |        | Begrijpelijkheid |        | Vormgeving |        |
|------------|--------|------------------|--------|------------|--------|
| 1          | 48,10% | 1                | 48,10% | 1          | 48,10% |
| 2          | 44,40% | 2                | 44,40% | 2          | 40,70% |
| 3          |        | 3                | 7,40%  | 3          | 11,10% |
| 4          |        | 4                |        | 4          |        |
| 5          | 7,40%  | 5                |        | 5          |        |

| gebruiksvriendelijkheid |        | Interactiviteit |        |
|-------------------------|--------|-----------------|--------|
| 1                       | 51,90% | 1               | 44,40% |
| 2                       | 29,60% | 2               | 40,70% |
| 3                       | 11,10% | 3               | 11,10% |
| 4                       | 7,40%  | 4               | 3,70%  |
| 5                       |        | 5               |        |

*Tabel: opinie forumgebruikers*

Ook hier kunnen de cijfers genuanceerd worden aan de hand van de commentaren en suggesties van de gebruikers.

Voor sommigen is het forum goed zoals het nu is. Anderen vinden het dan toch weer wat moeilijk om hen op dit virtueel platform te bewegen, maar een korte 'gebruikershandleiding' kan wonderen doen:

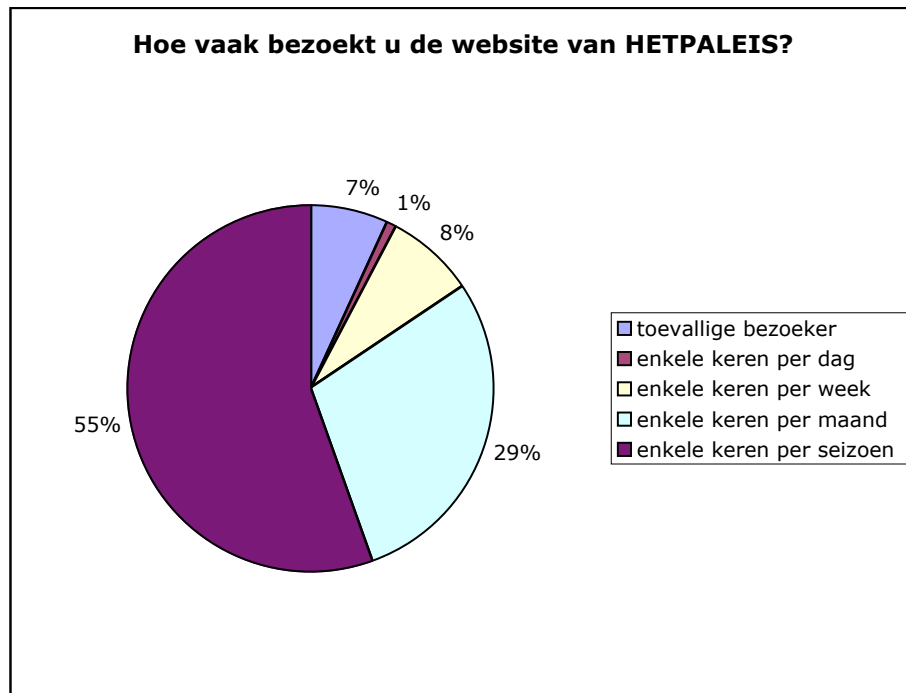
- *Een korte "handleiding" waarin wordt uitgelegd wat abonneren en dergelijke inhoudt.*
- *Hum, bij de eerste chatsessie met Dimitri Leue kon ik er niet op geraken, sinds heb ik niet meer geprobeerd, maar zal het nog eens nazien ...*
- *Misschien een iets handiger gebruiksschema. Ik heb soms last met een onderwerp in een juiste categorie te plaatsen of te vinden*
- *Ik vind het vrij onoverzichtelijk*
- *Wat moeilijk voor kleine kindjes*
- *Nee, het is goed zoals het is*
- *Het forum vind ik onoverzichtelijk gestructureerd, je kan er te vaak en op te veel dingen doorklikken en de inhoud vind ik vaak niet zo interessant. Ik vind de werking ervan ook vrij ingewikkeld. Als ik bv op 'bookmarks' klik, krijg ik de melding dat ik er nog geen heb, zonder de uitleg te krijgen wat het eigenlijk is en hoe ik er zou kunnen krijgen. De ikoontjes die je kan kiezen vind ik wel ontzettend leuk.*

Bij de suggesties vinden we :

- *Waar zijn de blogs!*
- *Ik vind het jammer dat de chatsessies niet aan de werkende mensen besteed zijn (te vroeg), maar misschien is dit ook niet de bedoeling? Ik had er wel eens eentje willen meemaken, maar helaas pindakaas....*

#### **4.5.3. Website**

6,9% toevallige bezoekers aan de website namen toch even de tijd om de online enquête in te vullen. 55,6% van de website bezoekers komt meerdere keren per seizoen voorbij, 28,9% meerdere keren per maand.



Kruisen we deze gegevens met de frequentie van het bezoek aan een voorstelling dan krijgen we volgend resultaat:

| aantal voorstellingsbezoeken | aantal webbezoeken |        |         |           |
|------------------------------|--------------------|--------|---------|-----------|
|                              | x/dag              | x/week | x/maand | x/seizoen |
| <1                           |                    | 1,30%  | 3,90%   | 13,60%    |
| 1                            |                    | 3,70%  | 11,00%  | 23,60%    |
| >1                           | 0,80%              | 4,20%  | 16,00%  | 21,80%    |

|   |       |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|-------|
| 0 | 0,20% | 0,20% | 3,70% | 7,60% |
|---|-------|-------|-------|-------|

*Tabel: Aantal webbezoeken vs. Aantal voorstellingsbezoeken*

Hoe vaker men naar een voorstelling gaat, des te vaker raadpleegt men de website. Dit klopt althans voor de 87,3% van de bevroagden die reeds naar een voorstelling kwamen. 12,7% van hen deed dit nog niet, maar komt toch wel eens voorbij de website van HETPALEIS gesurft. De frequentie van hun webbezoek blijkt parallel te lopen met deze van een voorstellingbezoeker.

De websitebezoeker, zowel diegene die naar een voorstelling kwam als diegene die nog geen voorstelling bezocht, is vooral op zoek naar informatie over de producties van HETPALEIS zelf (27,2%).

Maken we een lijstje van de meest geraadpleegde topics dan merken we dat ook 'praktisch' (16,7%) en 'nieuws' (Nieuws 19,3%) bovenaan bij de favorieten staan.

|                       |        |
|-----------------------|--------|
| Froe Froe             | 5,20%  |
| Gasten & Coproducties | 6,60%  |
| Praktisch             | 16,70% |
| Forum                 | 3,10%  |
| Educatief             | 4,30%  |
| Festivals             | 7,60%  |
| Producties HETPALEIS  | 27,20% |
| Nieuws                | 19,30% |
| Links                 | 4,20%  |
| Verhalen              | 5,70%  |

*Tabel: Frequentie geraadpleegde topics*

Een kruising van de frequentie in de raadpleging van de topics, met leeftijd en het al dan niet bezocht hebben van een voorstelling, toont toch enkele 'kleine' maar niet oninteressante verschuivingen binnen bovenstaand lijstje.

| leeftijd | bezocht voorstelling | bezocht nog geen voorstelling |
|----------|----------------------|-------------------------------|
| <10      | 0,40%                |                               |
| (10-13)  | 1,50%                | 0%                            |
| (14-18)  | 29,50%               | 2,80%                         |
| (19-24)  | 28,90%               | 2,80%                         |
| (25-34)  | 13,40%               | 3,20%                         |
| (35-55)  | 12,70%               | 3,20%                         |
| >55      | 0,90%                | 0,20%                         |

*Tabel: Leeftijd vs. voorstellingsbezoek*

Zoals eerder aangehaald, kwam 87,3% reeds naar een voorstelling van HETPALEIS . 12,7% kent HETPALEIS enkel virtueel. Qua leeftijd zagen we dat de grootste groep van de geënquêteerden die reeds een voorstelling bezocht, zich bevindt onder de 14 tot 18 jarigen; met name 29,5%. De 19 tot 24 jarigen nemen 28,9% voor hun rekening en de 25 tot 55 jarigen samen 26,1%.

| Bevraagden die ook voorstelling bezochten | leeftijd |         |         |         |
|---|----------|---------|---------|---------|
|   | (14-18)  | (19-24) | (25-34) | (35-55) |
| froefroe                                  | 3,20%    | 4,60%   | 2,50%   | 3,00%   |
| gast en co                                | 6,30%    | 5,10%   | 2,80%   | 2,80%   |
| praktisch                                 | 11,60%   | 15,70%  | 7,20%   | 7,40%   |
| forum                                     | 3,70%    | 1,90%   | 1,20%   | 1,40%   |
| educatief                                 | 2,50%    | 3,20%   | 2,30%   | 2,30%   |
| festivals                                 | 8,10%    | 6,30%   | 1,60%   | 2,30%   |
| producties                                | 24,80%   | 25,50%  | 10,40%  | 8,60%   |
| nieuws                                    | 20,10%   | 16,40%  | 5,30%   | 5,80%   |
| links                                     | 3,70%    | 2,50%   | 1,90%   | 1,60%   |
| verhalen                                  | 5,80%    | 4,60%   | 1,20%   | 2,30%   |

*Tabel: Voorstellingsbezoek vs. Geraadpleegde topics en leeftijd*

Voor de 14 tot 18jarigen is informatie over activiteiten van en in HETPALEIS erg belangrijk, verder zijn zij ook erg gretig op zoek naar 'nieuws' en zijn zij het actiefst op het forum. Deze tendens valt ook af te lezen bij de 2,8% van hen die nog geen voorstelling bijwoonden, met een opvallende interesse voor het onderdeel 'verhalen' bij deze groep: met name 1,2% .

De keuze van de 19 tot 24 jarigen valt samen met het globale plaatje. Zij zijn vooral op zoek naar informatie en praktische gegevens. 'Nieuws' scoort lager en het onderdeel 'Verhalen' wordt ook minder bezocht dan bij voorgaande leeftijdsgroep. Het forumgebruik loopt terug met de helft. Binnen het luikje 'educatief' is deze leeftijdsgroep de belangrijkste bezoeker. De opdeling 'bezoeker/niet bezoeker van een voorstelling' geeft geen verschil in voorkeuren bij het surfgedrag.

Ook bij de 25 tot 34 jarigen kan deze lijn worden doorgetrokken. De 35 tot 55 jarigen vertonen dezelfde tendens, met een toename van bezoekers voor het onderdeel 'verhalen'.

Het aandeel van de 3 andere leeftijdsgroepen is te gering om relevante resultaten op te leveren over hun surfgedrag.

Op de vraag of de website aan de verwachtingen van de bezoeker voldoet, kan een positief tot zéér positief antwoord gegeven worden. Uit de commentaren blijkt dat de bevrageden erg tevreden zijn met het huidig resultaat::

- *Doe zo voort!*
- *Ik vind het een hele toffe site, waar je de informatie die je nodig hebt snel en gemakkelijk terugvindt!*
- *Gewoon plezant ! Helemaal in de sfeer van Het Paleis Gewoon plezant !*
- *Helemaal in de sfeer van Het Paleis*
- *Ik vind ze heel goed zoals ze is*
- *Website is goed in orde met veel info!!*
- *Niet meteen een echte suggestie, ik vind alles zeer goed!*
- *Toffe website!!*
- *F-A-N-T-A-S-T-I-S-C-H-E website, altijd al geweest trouwens*
- *Fantastische website, eindelijk een sober gebruik van flash. Zeer doeltreffend. Een sitemap zou welkom zijn.*
- *Wel ik persoonlijk vindt het van vormgeving een heel aangename site, vooral de voorstelling waar de verschillende pleinen op staan aangeduid,*

*dat vindt ik echt wijs k'zou zegge, DOE ZO VERDER! als ik de site open denk ik steeds dit smaakt naar meer, je wil echt achterhalen welk plein, welke informatie inhoud!*

- *Ik vind de website zeer goed en dan zeker "heet van de naald " daardoor wee je alle nieuwe weetjes en al die andere dinge ik hoop dat de site nog beter wordt.*
- *Ik ben helemaal geen website kenner maar dat wil niet zeggen dat ik geen mening heb over geziene websites. En ja, die van jullie is veruit de beste. aangename kleuren, leuke tekstjes, duidelijke structuur, voor jong en oud!*
- *Originele vormgeving*
- *Vre tof doe zo verder*
- *Jullie site is echt goed. ik vind vooral het beginscherm heel goed!*
- *Ik wil alleen even zeggen dat ik het een hele mooie, en leuke website vind!*
- *Ik vind het een geweldige site, zeer gebruiksvriendelijk ook voor kinderen en jongeren, echt fantastisch!*

Deze commentaren beantwoorden aan de cijfers die een zicht geven op de bevindingen van de bezoeker qua 'toegankelijkheid', 'vormgeving', 'gebruiksvriendelijkheid' en 'relevantie' van de aangeboden informatie. De surfers konden quoteren van 1 tot 5, waarbij 1 gelijk is aan 'zeer goed', 2 aan 'goed', 3 'aan matig', 4 aan 'zwak' en 5 aan 'geen mening'.

| toegankelijkheid |        | nuttige informatie |        |
|------------------|--------|--------------------|--------|
| 1                | 42,60% | 1                  | 37,00% |
| 2                | 49,10% | 2                  | 56,80% |
| 3                | 4,90%  | 3                  | 4,20%  |
| 4                | 2,10%  | 4                  | 0,90%  |
| 5                | 1,40%  | 5                  | 1,60%  |

| vormgeving |        | gebruiksvriendelijkheid |        |
|------------|--------|-------------------------|--------|
| 1          | 51,20% | 1                       | 33,10% |
| 2          | 39,80% | 2                       | 50,90% |
| 3          | 7,20%  | 3                       | 11,60% |
| 4          | 0,50%  | 4                       | 2,80%  |
| 5          | 1,40%  | 5                       | 1,60%  |

*Tabel: Opinie website*

Dankzij de vele suggesties die de webbezoekers meegaven, kunnen deze cijfers toch op een genuanceerde manier geïnterpreteerd worden en zo een leidraad zijn voor de volgende seizoenen.

Zo wordt de vormgeving als tof en speels ervaren, maar blijkt gebruiksvriendelijkheid en duidelijkheid niet altijd optimaal te zijn:

- *Ik vind het moeilijk om te vinden wat ik eigenlijk zoek, praktische info....maar ik vind de vormgeving enorm tof...maar de duidelijkheid en praktische kant lijdt er onder*
- *Om de pleinen een andere naam te geven. Een naam die direct herkent wordt. Nu moet ik geregeld verschillende pleinen aanklikken tot ik op diegene kom die ik eigenlijk wou...*
- *Soms zijn die verschillende pleinen nogal onduidelijk, ik wil zeggen, als je voor de eerste keer op de site komt ben je echt wel even bezig gewoon al met het zoeken van het onderwerp dat je zoekt.*
- *Heel mooi, maar soms is het effe zoeken naar de juiste informatie het nieuws lijkt een beetje ver weg te zitten.*
- *Gemakkelijkere overzichtelijkere bediening ipv lay out ook een search-engine plaatsen voor gericht naar info te zoeken.*
- *Je vindt soms moeilijk je weg door de mooie, maar onduidelijke startpagina.*
- *Omschrijvingen zijn zeer cryptisch: bij een eerste bezoek weet je niet wat achter welke link schuilgaat.*
- *De titels zoals 'het klimaatplein' e.d. geven niet duidelijk de inhoud erachter weer.*
- *Allemaal heel creatief bedacht, maar zo in een eigen vaktaaltje dat het écht niet vanzelfsprekend is wat waar te zoeken.*
- *Bij het begin, weet ik nooit naar wat ik moet kiezen, om iets te zoeken, of gewoon als ik de theatervoorstellingen wil bekijken.*
- *Iets duidelijker maken. de pleinen zijn leuk en het is goed uitgewerkt, maar je moet een tijdje zoeken voor je weet welk plein waarvoor staat. voor de rest prima site.*
- *Heel goeie site alleen mag er misschien iets duiderlijkere aanduiding zijn van wat waar staat.*
- *Startpagina vind ik goed gevonden maar weinig overzichtelijk.*
- *Voor personen die heel de werking van het paleis niet kennen, is de beginpagina van de site nogal onduidelijk denk ik. het is niet vanzelfsprekend*

*om onmiddellijk te vinden wat je juist zoekt, als je niet juist weet bij welk onderdeel wat hoort.*

*- Voor een niet-regelmatige bezoeker van de website zoals ik, is het moeilijk om te weten wat de inhoud van de pleinen is. ik moet telkens gokken waar ik welke informatie zal vinden. De namen zijn wel origineel, maar moeten ook duidelijk zijn.*

*- Ik vond het wel moeilijk om te weten waar ik moest klikken voor info, voor mij onbekende namen.*

*- Om iets terug te vinden op de website is het soms toch wel even zoeken. Voor de rest is het een leuke site.*

*- De vormgeving is heel mooi gedaan, ook heel aantrekkelijk, maar soms wat onduidelijk in gebruik! Maar na wat zoeken kom je er wel uit!*

*- Naast de verschillende soorten pleinen op de homepage zou ik bij het aanwijzen van bvb. gastenplein, onderaan bijkomende informatie laten oplichten van wat het onderdeel juist inhoudt.*

Sommigen zien dat dan weer als een voordeel, om dingen op de website te ontdekken die men anders niet zou opzoeken:

*- Het is niet direct duidelijk waar je het antwoord op je vraag moet gaan zoeken. Maar het voordeel daaraan is dat je dan wat rondsnuffelt en nog andere leuke dingen tegenkomt op je zoektocht. Maar ik heb wel gevonden wat ik zocht hoor!!*

*- Het is wel geen suggestie maar een opmerking. Ik vind het originaliteitsgehalte van de site best wel hoog liggen. Misschien niet altijd even duidelijk (snel verdwaald :-)) maar wel héél leuk.*

Er zijn toch nog enkele suggesties naar vormgeving toe:

*- De website mag iets kleurrijker zijn*

*- Ik heb niet echt een suggestie maar een opmerking, ik studeer aan het ufsia en daar hebben ze niet op alle computers Flash en dus is de website niet overal te bekijken*

*- Qua vormgeving, kleur en toegankelijkheid is de website zeer aantrekkelijk.*

*- Misschien wat meer verschillende kleuren en zotte toestanden (zoals lettertype), zodat het ook voor jongere kinderen aantrekkelijk wordt, foto's van voorstellingen enz.*

De bezoeker is best tevreden met het huidige inhoudelijke aanbod van de site, wel hadden ze wat meer fotomateriaal en extra achtergrond informatie bij de voorstellingen en verder:

- *Er staat weinig info op de website over interne beleid van het paleis of eventuele vacatures en als ze er op staan heb ik ze nog nooit gevonden.*
- *Meer voor kinderen*
- *Leuk, eventueel een archief met lesbrieven, kan interessant zijn , o.a. voor studenten...*
- *Wat meer informatie over de acteurs/actrices zou leuk zijn. Maar zo is het ook zeker goed!*
- *De website van HetPaleis vind ik zo al heel knap, en is heel goed zoals hij is. Ik zou het leuk vinden moesten de theaterteksten die verkocht worden in het paleis ook terug te vinden zijn op de website. Ik maak voor de hogeschool een theatermap met een aantal producties van HetPaleis op cd-rom, waarvan ik het tekstboekje heb gekocht, maar deze tekst ga ik natuurlijk niet zelf volledig uittikken om deze vervolgens op cd te zetten. Het zou dus handig zijn. Videofragmentjes kunnen ook leuk zijn maar weet ook dat dit veel plaats op de server inneemt. Bij elk theaterstuk een biografie van de acteurs vermelden. Nu kan je al informatie van bepaalde personen terugvinden en dit vind ik wel nuttig. Als het mogelijk is (bij enkele) producties een 'making of' zetten, met uitleg hoe het stuk tot stand is gekomen. Dit zou leuk zijn voor verwerkingen in de klas, om het theater nog dichter bij de kinderen te brengen. En wedstrijden organiseren voor gratis kaarten ;-)*
- *Ik vind het een leuke site maar misschien mag er ook iets voor de kinderen zijn, uiteindelijk zijn een deel van de voorstellingen ook voor jongere kinderen...*
- *Kwas eigenlijk op zoek naar het e-mail adres om zo mijn adreswijziging door te geven maar vond het niet. Dus creëren of makkelijk vindbaar maken.*
- *Ik zou graag een plaats willen hebben waar al jullie audities op 1 pagina staan van toneel.*
- *Ik zou graag Wortel van Glas terug zien!eventueel op video op de website.*
- *Handige informatiebron, enkel iets meer info bij de toneelstukken. Enkele regeltjes zijn vaak niet genoeg.*
- *Ik vind de side tof maar geen spellekes... ;-(*

## 5. BESLUIT

Samengevat kunnen we zeggen:

1. dat 74,8% van de geënquêteerde vrouw is en 25,2%, wat parallel loopt met de cijfers van een reëel theaterbezoek en met het profiel van de huidige cultuurparticipant, maar wat totaal in tegenspraak is met het profiel van de Belgische Internaut.
2. dat HETPALEIS met zijn online communicatiemiddelen zo goed als gans Vlaanderen bestrijkt en vooral de groep 14 tot 24jarigen bereikt. 72,3% zit nog op de schoolbanken of studeert nog. 15,9% is lid van een jeugdbeweging en 17,4% onder hen is leerkracht of lesgever in spe.
3. dat de grootste groep surfers (47%) online is tussen 19 en 22u 's avonds. De grootste groep, zijnde de 14 tot 24jarigen komen online direct na schooltijd, maar blijven sterk aanwezig op het Internet tot 22u.
4. dat 87,3% van de bevroagden al eens een voorstelling van HETPALEIS hebben gezien en dat het dan in 74,5% van de gevallen om een vrije voorstelling ging. De overgrote groep zag 1 of meer voorstellingen en kwam daarvoor naar HETPALEIS zelf. Leeftijdsgewijs bevindt de grootste groep theaterbezoekers zich tussen de 14 en 18jarigen; met name 29,5% gevolgd door de 19 tot 24 jarigen, zijnde 28,9%. Deze cijfers weerspiegelen de resultaten van de publieksenquête 2000-2001.
5. dat 12,7% van de ondervraagden nog niet naar een voorstelling kwam, maar toch regelmatig de website bezoekt en geabonneerd is op de nieuwsbrief. 6% van de niet-bezoekers zit nog op school of studeert. Als belangrijkste reden voor het niet bezoek wordt tijdsgebrek aangegeven en in tweede instantie de afstand een ander terugkerend verhaal is dat men via online activiteiten HETPALEIS ontdekten en zo geprikkeld werden om in de nabije toekomst eens naar een voorstelling te gaan. De prijs voor het ticket is geen drempel.
6. dat hoewel de start van de enquête gelanceerd werd met een elektronische nieuwsbrief, de website toch de meeste mensen naar de enquête heeft geloodst. Met 251 unieke bezoekers per dag is dit niet zo uitzonderlijk. 6% van hen kwam toevallig op de website van HETPALEIS en voelde zich geroepen om de vragenlijst in te vullen.
7. dat 59,5% van de ondervraagden nog niet geabonneerd was op de 'nieuwsflash', maar dat 40,7% van hen zich bij het invullen van de enquête onmiddellijk lieten registreren. De enquête heeft zo heel wat nieuwe geïnteresseerden gerekruteerd.
8. dat de actiefste leeftijdsgroep op het forum de 14 tot 18jarigen zijn en hier de 75 /25 vrouw/man - opdeling niet opgaat.

9. dat de bezoekers aan de website vooral op zoek zijn naar informatie over de voorstellingen van HETPALEIS zelf en dat verder 'praktisch' en 'nieuws' het vaakst geraadpleegd worden. De 14 tot 18 jarigen zijn echter iets gretiger op zoek naar 'nieuws' dan de andere bevroagden.
10. de geabonneerde op de nieuwsflash, de bezoeker van de website en de gebruiker van het forum tevreden, tot zeer tevreden zijn over de online activiteiten van HETPALEIS. Toch gaven zij heel wat tips voor de toekomst.

## 6. BEMERKINGEN

### 6.1 De beoogde doelgroep

Op de vraag of HETPALEIS met zijn online activiteiten de beoogde doelgroep bereikt, kan gezegd worden dat vooral de 14 tot 24 jarigen worden aangesproken. Zij zijn ook het actiefst op het forum, zijn gretig op zoek naar nieuws en zijn dankbaar voor extra's 'zoals de verhalen van theatermakers' die tijdens het seizoen 2002-2003 online stonden. Nieuwtjes 'heet van de naald' zullen zeker door hen geapprecieerd worden.

Een ander belangrijke groep - 17,4% - wordt gevormd door de leerkrachten en de toekomstige lesgevers. Naar leerkrachten toe wordt er binnen HETPALEIS heel wat georganiseerd, een sterkere vertaling hiervan op de website behoort tot de wensen van de online bezoeker zo blijkt uit de suggesties voor toekomst:

*'eventueel een archief met lesbrieven kan interessant zijn, o/a. Voor studenten....'*

De uitbouw van dit educatieve luik zou ook interessant kunnen zijn voor verantwoordelijken van een jeugdbeweging en voor de begeleiders in het jeugdtheater, samen goed voor zo'n 16% van de geënquêteerden.

Een groep die vandaag nog niet uit de cijfers naar voor komt, maar toch belangrijk wordt naar de toekomst toe zijn de actieve grootouders die regelmatig hun kleinkinderen over de vloer krijgen . Zij worden ook steeds actiever op het Internet.

En last but not least, maken nogal wat bevroagden er HETPALEIS attent op dat er vandaag weinig terug te vinden is op site, forum en nieuwsflash dat zich naar kinderen richt.

*'- meer voor kinderen  
- ik vind het een leuke site, maar misschien mag er ook iets voor de kinderen zijn'  
- wat te moeilijk voor kleine kindjes'*

## 6.2 Wanneer online?

De resultaten wijzen uit dat de meeste mensen online zijn tussen 19 en 22u 's avonds. De jongsten onder hen (14 tot 18 jarigen) komen al online na schooltijd, maar de piek ook voor hen zich bevindt tussen 20 en 22u.

Voor chat's en andere 'interactieve' activiteiten is het dus goed om te weten dat je de meeste geïnteresseerden bereikt van 19u 's avonds. Bij de suggesties en commentaren bleek dat sommigen de vroege beginuren van de chat's als een handicap zagen om te kunnen deelnemen:

*'jammer dat de chatsessies niet aan de werkende mens besteed zijn (te vroeg) (...)ik had er wel eens eentje willen meemaken, maar helaas pindakaas...'*

## 6.3 De reële theaterbezoeker online

HETPALEIS kan rekenen op theaterbezoekers die regelmatig terugkeren naar de site. 55,6% surft er meerdere keren per seizoen naartoe, 28,9% zelfs meerdere keren per maand. De resultaten wijzen uit dat hoe vaker men naar een voorstelling gaat, des te vaker men de website bezoekt en dat men het fijn vindt om voorbij de site te gaan:

*'Fantastische website, eindelijk een sober gebruik van flash. Zeer doeltreffend.  
- Helemaal in de sfeer van HETPALEIS, gewoon plezant!'*

De surfers zijn meestal op zoek naar informatie over de voorstellingen, 'praktische' gegevens en 'nieuws'. Men is tevreden over het huidige aanbod aan informatie, maar als je de suggesties overloopt, zouden iets meer achtergrond gegevens en foto's over producties, acteurs, regisseurs en stukken wel welkom naar de toekomst toe.

*'- als het mogelijk is (bij enkele) producties een 'making of' zetten, met uitleg hoe het stuk tot stand gekomen is. Dit zou leuk zijn voor verwerking in de klas, om het theater nog dichterbij de kinderen te brengen'  
'- handige informatiebron, enkel iets meer info bij de toneelstukken.  
Enkele regeltjes zijn vaak niet genoeg'*

## 6.4 Bevindingen van de bevroagden over 'nieuwsflash', 'forum' en 'site'

Naast het toetsen of men met de online activiteiten de beoogde doelgroepen bereikte, waren de bevindingen van de bevroagden over 'nieuwsflash', 'forum' en 'site' van belang voor de uitbouw naar de toekomst toe.

Over heel de lijn scoort HETPALEIS hier 'goed' tot 'zeer goed'. Zo schreef één van de geënquêteerden over de nieuwsflash: *'niets op aan te merken...is de*

*enige junkmail waarop ik me nog niet heb uitgeschreven!*, over het forum schrijft een gebruiker: *'het is echt wel fijn om op deze manier te praten, discussiëren over producties, acteurs, muziek...chat is superidee!'*. Over de website: *'ik ben helemaal geen website kenner, maar dat wil niet zeggen dat ik geen mening heb over geziene websites. En ja, die van jullie is veruit de beste. Aangename kleuren, leuke tekstjes, duidelijke structuur, voor jong en oud!'*

Toch geven de suggesties dankbare hints naar de toekomst toe :

Voor de nieuwsflash is dit:

- lay-out mag iets blitser, speelser, gedurfter zijn
- af en toe iets in beeld erbij
- iets vroeger doorsturen, misschien ook try-outs vermelden
- meer info en nieuwtjes
- eventueel bij het begin van de maand korte kalender met wat er die maand op het programma staat.
- aankondigingen van voorstellingen zouden er directer in vermeld mogen staan
- meer leeftijdsgebonden informatie doorsturen, een nieuwsbrief op maat van de gebruiker dus.

Voor het forum:

- blogs
- chatsessies wat later op de dag en voor verschillende doelgroepen
- een korte 'gebruikers'-handleiding

Voor de website:

- nieuws meer op eerste plan en 'kort op de bal'
- minder cryptische omschrijvingen, eigen vaktaaltje is wel leuk bedacht maar niet evident voor de bezoeker.
- iets meer kleur en foto's
- weinig of geen flash
- meer achtergrondinformatie over stukken, producties en acteurs
- theaterteksten die verkocht worden in HETPALEIS, ook op de site
- bij enkele producties 'een the making of' zetten, met tekst en beeld.
- eventueel korte videofragmentjes
- lesbrieven en ander educatief materiaal ter beschikking stellen op de site
- iets meer voor kinderen
- spelletjes

## **6.5 Een nieuw publiek, een 'virtueel' publiek**

De opvallendste vaststelling die kan gemaakt worden is wel dat 12,7% van de bevrageden, bij het invullen van de vragenlijst, nog nooit een voorstelling van HETPALEIS had bezocht. Als voornaamste redenen kwamen tijdsgebrek en afstand naar voor, maar ook het feit dat ze via de 'virtuele' weg nu pas HETPALEIS ontdekten en geprikkeld werden om in de toekomst naar een voorstelling te gaan kijken.

- '- nu pas in contact gekomen met HETPALEIS,*
- eerste maal kennismaking,*
- ik kende het niet*
- moeten we gewoon eens doen!'*

Dus op de vraag of HETPALEIS met zijn online activiteiten een nieuw publiek aantrekt, kan gezegd worden dat er inderdaad mensen zijn die via de website de weg naar het theater gevonden hebben. Sommigen zullen de stap zetten om naar een voorstelling te gaan, anderen blijven 'virtueel' bezoeken.

De 'zuiver' virtuele bezoekers, blijken immers ook trouwe bezoekers te zijn, 3,7% van hen komt meerdere keren per maand voorbij, 7,6% surft meerdere keren per seizoen naar HETPALEIS. Ook de virtuele bezoeker is op zoek naar informatie over producties en wil op de hoogte gehouden worden van wat er reilt en zeilt in het theaterhuis.

Een uitbreiding van het huidige 'inter'actieve aanbod zou kunnen tegemoet komen aan diegene die omwille van tijd, afstand of andere redenen misschien nooit in HETPALEIS zullen geraken, maar toch theaterfan zijn.