

Hoe kan Architectuurcentrum Rondeel meer bezoekers trekken uit het niet-deskundig publiek?

Lisanne de Geest

Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs

20 april 2012

Saxion

Kenniscentrum Hospitality

Handelskade 75

7417 DH Deventer

E: kenniscentrumhospitality@saxion.nl

W: www.saxion.nl/hospitality

Copyright © 2012 Saxion. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Kom verder. Saxion.

Introductie

Bezoekers van de cultuursector zijn in te delen in verschillende categorieën: cultuurkijker, cultuurganger en cultuurzoeker. Dit onderzoek is gebaseerd op deze categorisering. Er is een vertaalslag gemaakt naar drie doelgroepen voor het Architectuurcentrum Rondeel. Deze drie doelgroepen zijn: toevallig, nieuwsgierig en deskundig. De toevallige en nieuwsgierige bezoekers worden in dit rapport niet-deskundig publiek genoemd.

Bij het Architectuurcentrum Rondeel komen momenteel veel meer deskundige dan niet-deskundige bezoekers. Het Architectuurcentrum Rondeel wil graag dat dit meer in verhouding komt zodat er een evenwichtige balans ontstaat tussen die drie doelgroepen. Het doel van dit onderzoek is: onderzoeken wat de behoeften zijn van het niet-deskundig publiek, op welke manier dit publiek het beste te bereiken is en welke communicatiemiddelen daarvoor nodig zijn. De beleidsvraag van dit onderzoek is: Hoe kan Architectuurcentrum Rondeel meer bezoekers trekken uit het niet-deskundig publiek?

Hieruit worden de volgende vier hoofdvragen geformuleerd:

- Wat zijn communicatiemodellen uit de literatuur voor het formuleren van een communicatiestrategie?
- Wat zijn de behoeften van het niet-deskundig publiek van het Architectuurcentrum Rondeel?
- Welke communicatie instrumenten worden er gebruikt door het niet-deskundig publiek en welke consequenties heeft dat voor het Architectuurcentrum Rondeel?
- Wat zijn best practices op het gebied van communicatie?

Theorie

In deze thesis is er onderzoek gedaan naar de behoeften van de bezoekers van het Rondeel en op welke manier de bezoekers het beste te bereiken zijn. In de literatuur is er gezocht naar theorieën die aansluiten op de projectdoelstelling. De theorieën hebben betrekking op vier onderwerpen: bezoekers, communicatieve begrippen, communicatiekanalen en organisatie. Achtereenvolgens worden er de volgende theorieën gebruikt voor de analyse: de doelgroepsegmentatie van Wil Münsters (2007), de piramide van Maslov (1943), communicatiebegrippen uit de literatuur van Verhage (2003), het AIDA-model van Strong (1925), het DART-model (2004), het dagboekonderzoek uit de literatuur De Gekrulde Ruimte (2005), de klantcontactcyclus van Ruurd Priester (2009), het voorbeeld van de Network University van Thomas Thijssen (2011), de cultuurtypering van Handy, de cultuurtypologie van Minzberg en tot slot de concurrentie analyse van Porter (1980).

Methode

Om de hoofdvragen te kunnen beantwoorden is er gebruik gemaakt van bureau en empirisch onderzoek. Voor het bureau onderzoek is er gebruik gemaakt van literatuur en

secundaire bronnen. Het empirisch onderzoek bestaat uit een casestudy waarbij er 14 diepte interviews zijn afgenomen. De diepte interviews worden geanalyseerd aan de hand van een vaste procedure met technieken. Deze is in te delen in drie stappen, dat zijn: sensitizing concepts en open coding, axial coding en selective coding.

Binnen het onderzoek is er gebruik gemaakt methoden triangulatie dit houdt in dat er verschillende onderzoeksstrategieën zijn ingezet in een onderzoek, waardoor de betrouwbaarheid van het onderzoek wordt verhoogd (Verschuren, 2000). In dit onderzoek is dit gedaan door gebruik te maken van literatuuronderzoek, secundair onderzoek en een case study. Deze verschillende methoden zorgen ervoor dat er een integraal beeld ontstaat.

Er is ook gebruik gemaakt van bronnentriangulatie dit borgt de diepgang van het onderzoek door het gebruik van meerdere bronnen (Verschuren, 2000). In dit onderzoek is dat in de casestudy gedaan door 10 respondenten te interviewen, waaronder van elke doelgroep minimaal 3 personen. Zo zijn er ook 3 deskundigen (experts) geïnterviewd. In het secundair onderzoek is er aan bronnentriangulatie gedaan door twee documenten te onderzoeken en in het literatuuronderzoek zijn er in totaliteit 9 theorieën belicht. Hierdoor is er binnen dit onderzoek de benodigde diepgang ontstaan.

Analyse en bevindingen

Door de beantwoording zijn van de hoofdvragen zijn er drie oplossingen ontwikkeld voor het beleidsprobleem van het Architectuurcentrum Rondeel: 'Massacommunicatie' / 'Persoonlijke communicatie' / 'Geen communicatie'

Om uit deze drie oplossingen de beste oplossing voor het beleidsprobleem te vinden worden deze beoordeeld aan de hand van twee hoofdcriteria. Deze zijn voortgekomen uit het onderzoek. De twee hoofdcriteria zijn: haalbaarheid en passend bij missie, visie en strategie. Beide hoofdcriteria zijn even belangrijk en hebben dezelfde wegingsfactor. Het hoofdcriterium haalbaarheid bestaat uit vijf deelcriteria: grote mogelijkheid tot aandacht trekken, kleine kans op selectieve schifting, nauwkeurige feedback van de doelgroep, tweerichtingsverkeer en aansluiten op mogelijkheden Architectuurcentrum Rondeel. Al deze deelcriteria zijn even belangrijk en hebben dezelfde wegingsfactor.

Conclusies en aanbevelingen

De oplossing 'Persoonlijke communicatie' is het beste beoordeeld aan de hand van beide criteria. Dit is de oplossing voor het beleidsprobleem van het Architectuurcentrum Rondeel. Er is draagvlak voor dit advies vanuit de organisatie omdat het voldoet aan de missie, visie en strategie en de oplossing past binnen de organisatiecultuur van het Architectuurcentrum Rondeel.

De kick off van deze oplossing vindt plaats tijdens de dag van de architectuur in juni 2012. Er worden dan activiteiten georganiseerd voor alle drie de doelgroepen van het Architectuurcentrum Rondeel. Voor toevallige bezoekers zijn dit: kraampjes, een fietstour en het kinderarchitectenplein. Voor nieuwsgierige bezoekers zijn dit: een lunch op locatie, een lezing en

een debat met deskundige bezoekers. Voor deskundige bezoekers is dit het ontwerpen van een tentoonstelling. Deze tentoonstelling blijft een maand staan.

De follow up van deze oplossing zijn activiteiten voor de langere termijn en die binnen een bepaalde periode terugkeren. Voor alle bezoekers wordt er de architectuurronde georganiseerd. Hierin worden architectuurplannen verantwoordt aan het publiek. Er kunnen ook sprekers worden uitgenodigd om een lezing te geven over een onderwerp dat gerelateerd is aan een regionaal vraagstuk. Voor elke doelgroep worden er passende langere termijn activiteiten georganiseerd.

Literatuurlijst

Boeken:

Caluwé, L. de & Vermaak, H. (2006). Leren veranderen: een handboek voor de veranderkundige. Deventer: Kluwer.

Mulders, M. (2007). 75 Managementmodellen. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv.

Prahalad, C.K. / Ramaswamy, V. (2004). The future of competition, co-creating unique value with customers. Printed in the United States of America.

Schreuder Peters, R.P.I.J. (2005) Methoden & Technieken van Onderzoek, Principes en praktijk. Den Haag: Sdu Uitgevers bv.

Thuis, P.T.H.J. (2007). Toegepaste organisatiekunde. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv.

Verhage, Prof. Dr. B. (2004). Grondslagen van de marketing. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv.

Rapporten:

Begroting (2010). Architectuurcentrum Rondeel.

Jaarverslag (2009). Architectuurcentrum Rondeel.

Statuten (1994). Architectuurcentrum Rondeel.

Websites:

Architectuur.org (2008). Tentoonstelling Bouwsporen in de stad Deventer.

http://www.architectuur.org/nieuwsitem/356/Tentoonstelling_Bouwsporen_in_de_stad_te_Deventer.html, geraadpleegd op 20 maart 2012

Ask Advice (2011). Cultuurtypering van Handy and Harrison.

<http://www.ask-advice.nl/organisatie-cultuur-verandering/cultuurtypering-van-handy-a-harrison>, geraadpleegd op 13 april 2011

BNA (2012). De dag van de architectuur 2012.

<http://www.bna.nl/Over-BNA/Dag-van-de-Architectuur/>, geraadpleegd op 2 maart 2012

De bibliotheken (2009). The architecture of knowledge.

<http://www.debibliotheken.nl/publicaties/archief/the-architecture-of-knowledge.html>,
geraadpleegd op 13 maart 2012

Fasade Architectuurcentrum Amersfoort (2012). Over Fasade: architectuurcafé.

<http://fasade.nl/>, geraadpleegd op 13 maart 2012

Hogeschool Zuyd (2007). Cultuurtoerisme: een verkenning van het terrein.

<http://www.toerismevlaanderen.be/showpage.asp?iPageID=55>, geraadpleegd op 13 april 2011

LBI Lost Boys (2009). Het gesprek over social.

<http://lbi.lostboys.nl/prikbord/sociale-media-alweer>, geraadpleegd op 14 september 2011

NAI (2012). Activiteiten.

http://www.nai.nl/platform/netwerken/vrienden/item/_pid/kolom2-1/_rp_kolom2-1_elementId/1_6243, geraadpleegd op 13 maart, 2012

Network University UvA (2011). Global education, about us

<http://hre.netuni.nl/page.php?id=10>, geraadpleegd op 14 september 2011

Passionned Group (2012). IMWR-cyclus.

<http://www.pdcacyclus.nl/verbetermethoden/imwr-cyclus/>, geraadpleegd op 20 maart 2012

Rondeel (2011). Doelstelling Architectuurcentrum Rondeel.

http://www.rondeeldeventer.nl/over_rondeel/, geraadpleegd op 28 september 2011

Stimuleringsfonds voor Architectuur (2011). Jaarprogramma's.

http://www.architectuurfonds.nl/projecten/1115/rondeel__deventer, geraadpleegd op 18 april 2011

Thijssen, T. (2011). Voorbeeld Network University. Deventer, geraadpleegd op 11 juli 2011