

Onderzoeksrapport

Twentietoe

Auteur: Esmé Elbers
Studentnummer: 1527549
Opdrachtgever: Janus van Binsbergen

Opleiding: Bedrijfscommunicatie
Opleidingsinstituut: Hogeschool Utrecht
Docentbegeleidster: Mariëlle van Gelderen
Vorm: Afstudeeropdracht

Datum: Juni 2011
Plaats: Kesteren



Samenvatting

Social media kenmerken zich door de onbeperkte hoeveelheden informatie die mensen over de hele wereld verspreiden en delen met collega's, vrienden, bezoekers en klanten. Veel bedrijven in Nederland beschikken over een Facebook, Hyves of Twitterpagina. Maar lang niet altijd worden deze ook daadwerkelijk goed gebruikt. Twentietoe is zo'n bedrijf, dat graag contact zoekt met bezoekers en liefhebbers van culturele activiteiten. Om hierop in te spelen maakt ook Twentietoe gebruik van social media. Maar er is niet voldoende tijd, geld en energie om uitvoerig uit te zoeken hoe deze het beste ingezet kunnen worden.

De hoofdvraag van dit onderzoeksrapport en communicatieadvies: **Wat zijn de mogelijkheden voor Twentietoe om social media effectief in te zetten om de doelgroep te bereiken?**

Deze vraag wordt beantwoord door de huidige situatie te bekijken, literatuur over social media te bestuderen en social media gebruik te onderzoeken. Maar ook door naar de concurrentie te kijken en een enquête af te nemen van de huidige en potentiële doelgroep van Twentietoe.

Twentietoe maakt niet optimaal gebruik van social media. Er zijn teveel Hyves/spotpagina's van Twentietoe en met MySpace wordt helemaal niets gedaan. Van Facebook wordt daarentegen redelijk gebruik gemaakt. Er zijn tal van mogelijkheden met social media, maar Twentietoe beschikt niet over voldoende kennis om goed met deze trend om te gaan. Een trend die zich zal voortzetten en alleen maar groter zal worden in de toekomst. Een tijdbesparende manier van 'sociaal zijn' is de opkomst van het beheren van meerdere social media accounts, met softwareprogramma's zoals Tweetdeck.

Binnen Tiel is er geen directe concurrentie voor een podium als Twentietoe, maar veel bezoekers vinden het geen probleem om cultureel vermaak wat verder van huis te zoeken. Grotere namen zoals Doornroosje, Tivoli en Luxor Live gebruiken ook social media. Door deze sociale netwerken te bekijken kan Twentietoe daar wat aan hebben. De concurrentie plaatst namelijk veelvuldig berichten, is up-to-date en zorgt voor bekendmaking van de programmering. Ook worden er foto's en video's geplaatst van bands die zijn geweest of nog moeten komen. Door vaker naar de concurrentie te kijken, worden medewerkers enthousiast gemaakt en getriggerd om zelf ook meer tijd te steken in social media.

De huidige doelgroep is de bezoekers en vrienden van Hyves en Facebook. In totaal hebben 105 respondenten de enquête ingevuld. De potentiële doelgroep is de scholieren van het RSG Lingecollege, hier hebben in totaal 307 respondenten de enquête volledig ingevuld. Uit de antwoorden van de enquête blijkt dat er een duidelijk verschil is tussen de huidige en de potentiële doelgroep. De meest opvallende verschillen zijn: bij de huidige doelgroep is Facebook het populairst en bij de potentiële doelgroep is Hyves het populairst. Ondanks de verschillen, staan dezelfde social media in de top 3 van beide doelgroepen alleen in een andere volgorde. De muzieksmaak is ook een opvallend verschil; rockmuziek en festivals van de huidige doelgroep tegen urban/hiphop en danceparty's van de potentiële doelgroep. De huidige doelgroep ziet op Twentietoe's social media het liefst de programmering en meer achtergrondinformatie van de evenementen. De potentiële doelgroep ziet liever meer filmpjes en foto's van de evenementen op de social media pagina's.

Conclusie

De conclusie is dat Twentietoe niet optimaal gebruik maakt van social media. Met de kennis van wat de huidige en potentiële doelgroep wil, kan hier in de toekomst beter op worden ingespeeld. Daarnaast speelt een groot gedeelte van de concurrentie goed in op de groeiende trend van social media. Ook kan Twentietoe nu goed inspelen op de wensen van de doelgroepen, nu het beschikt over meer kennis van wat de huidige en potentiële doelgroep doet en wil. Twentietoe zou meer moeten kijken naar wat de grotere podia doen en zo inspiratie opdoen en enthousiasme ontwikkelen om in te spelen op de communicatie van de toekomst.

Inhoudsopgave

INLEIDING	4
1. SITUATIEANALYSE	5
1.1 ORGANISATIEBESCHRIJVING	5
1.2 MISSIE	8
1.3 VISIE	8
1.4 STRATEGIE	9
1.5 DOELGROEPEN	9
2. ONDERZOEKSAANPAK	10
2.1.DESKRESEARCH	10
2.1.1 SOCIAL MEDIA ONDERZOEK	10
2.1.2 CONCURRENTIE ONDERZOEK	10
2.2 STEEKPROEF ENQUÊTE	10
3. RESULTATEN	13
3.1 SOCIAL MEDIA ONDERZOEK	13
3.1.1 HYVES	13
3.1.2 FACEBOOK	15
3.1.3 MYSPACE	15
3.1.4 EXTRA MOGELIJKHEDEN	15
3.2 CONCURRENTIEONDERZOEK	16
3.2.1 CONCURRENTEN	16
3.2.2 CONCURRENTIE EN SOCIAL MEDIA	17
3.3 STEEKPROEF ENQUÊTE	20
3.3.1 UITKOMSTEN ENQUÊTE HUIDIGE DOELGROEP	20
3.3.2 UITKOMSTEN ENQUÊTE POTENTIËLE DOELGROEP	26
3.3.3 ANDERS	31
4. CONCLUSIES & AANBEVELINGEN	34
4.1 SOCIAL MEDIA	34
4.2 CONCURRENTIE	34
4.3 ENQUÊTES	35
4.4 AANBEVELINGEN	36
5. BRONNENLIJST	37
BIJLAGEN	39
SWOT	40
ENQUÊTES	41
BRIEF DOCENTEN RSG LINGECOLLEGE	45
ENQUÊTE BERICHT VERSPREID VIA SOCIAL MEDIA	46
LOGBOEK	47

Inleiding

Dit onderzoeksrapport is geschreven naar aanleiding van een freelance afstudeeropdracht voor de opleiding Bedrijfscommunicatie van de Hogeschool Utrecht. Dit plan is geschreven voor het podium Twentietoe in Tiel.

Dit rapport is een uitwerking van het Plan van Aanpak. De opdrachtformulering luidt als volgt:

Doel: Het schrijven van een onderzoeksrapport en communicatieadvies voor cultuurcentrum Twentietoe, dat ervoor zorgt dat Twentietoe in de toekomst op een betere manier social media kan gaan inzetten en daarmee de doelgroep goed kan bereiken.

Hoofdvraag: **Wat zijn de mogelijkheden voor Twentietoe om social media effectief in te zetten om de doelgroep te bereiken?**

Door middel van de volgende subvragen zal een antwoord worden gegeven op de bovenstaande hoofdvraag:

- Hoe maakt Twentietoe op dit moment gebruik van social media?
- Wat doet en wil de potentiële doelgroep met social media?
- Waar ligt de interesse van de potentiële doelgroep?
- Wat doet en wil de huidige doelgroep met social media?
- Waar ligt de interesse van de huidige doelgroep?
- Welke social media kan Twentietoe het beste inzetten;
- Is het gebruik van social media alleen genoeg of moeten er nog andere middelen worden ingezet?
- Hoe kan Twentietoe met weinig mankracht en uren social media draaiende houden?

De subvragen die blauw zijn gemarkeerd worden beantwoord in dit onderzoeksrapport.

Allereerst wordt de huidige situatie van Twentietoe in kaart gebracht. Daarna beschrijf ik wat voor onderzoeken ik heb gedaan en wat de uitkomsten daarvan zijn. Aan het einde van dit onderzoeksrapport trek ik conclusies uit de resultaten. Om het voor Twentietoe zo overzichtelijk mogelijk te maken zijn de aanbevelingen omgezet in een apart communicatieadvies. De hoofdvraag en de overige subvragen worden beantwoord in het communicatieadvies.

Esmé Elbers

Afstudeerstudente Bedrijfscommunicatie

1. Situatieanalyse

Twentietoe is sinds 1996 in gebruik als huis voor amateurkunst en is onderdeel van de Plantage, regionaal centrum voor de kunsten. Twentietoe ligt buiten het centrum, maar is goed bereikbaar met zowel het openbaar vervoer als met de auto. De loopafstand vanaf het station bedraagt ongeveer 15 minuten en rondom het gebouw is er voldoende parkeergelegenheid.

Demografie; Tiel ¹

Tiel is een stad en gemeente in de Nederlandse provincie Gelderland. De gemeente telt 41.179 inwoners en heeft een oppervlakte van 34,81 km² (waarvan 2,17 km² water). De Tielse bevolking telt ruim 5500 allochtonen.

Tiel ligt aan de A15 en kan bereikt worden via de N834 en N835. De stad ligt ingeklemd tussen de rivieren de Waal (in het zuiden), de Linge en het Amsterdam-Rijnkanaal (oosten). Tiel fungeert als eindpunt van de spoorlijnen Tiel-Utrecht en Tiel-Arnhem en heeft een overnachtingshaven voor de binnenvaart.

1.1 Organisatiebeschrijving

De locatie Twentietoe wordt gehuurd door amateurkunstverenigingen en instellingen. Er zijn allerlei soorten uitvoeringen. Er wordt gerepeteerd door diverse groepen zoals bands, symfonieorkesten, dansgroepen en theatergroepen van de JTR², Jongeren Theater- en filmschool. De eerste drie jaar was Twentietoe een experiment. Een experiment dat vele jaren lang geslaagd mag worden genoemd. De jaren 2000 tot met 2005 waren topjaren. In 2006 viel de aansturing van de vrijwilligers weg en kwam geen vervanging voor in de plaats. Hierdoor was het niet eenvoudig om het niveau van de programmering en activiteiten te continueren. De hoeveelheid activiteiten nam geleidelijk af.

Naast verhuur worden er activiteiten georganiseerd die met name gericht zijn op jongeren. Zoals concerten, het maandelijks poppodium en dance party's. Veel van deze activiteiten komen, zoals hierboven ook al is beschreven, tot stand dankzij de inzet van vrijwilligers en worden ook voor bijna 100% 'gedraaid' door vrijwilligers. Veelal hebben de activiteiten een regionaal, klein netwerk, karakter.

Twentietoe is sinds kort een samenwerkingsverband aangegaan met het RSG Lingecollege in Tiel. Dit is een middelbare school met verschillende opleidingsniveaus. Het Lingecollege biedt onderwijs van praktijkonderwijs tot aan gymnasium. Twentietoe en de jongeren van het Lingecollege zullen in de toekomst samen evenementen organiseren. Dit om de betrokkenheid van het cultuurcentrum onder jongeren te vergroten.

Verandering

Gezien de aansturing vanaf 2006 ontbrak heeft de programmering van Twentietoe een periode stil gelegen. Niet erg merkbaar voor de bezoekers. Er werden wel enkele dingen georganiseerd, maar niet meer regelmatig. Vooral de leveranciers van het horecagedeelte zullen dit hebben gemerkt. Ook is in deze periode de website uit de lucht geweest. Sinds januari 2011 is hier verandering in gekomen. Er is door de gemeente Tiel subsidie toegekend. Optredens van bands en danceavonden kunnen weer worden georganiseerd en de website is weer toegankelijk. Hierdoor kan Twentietoe een goede doorstart maken.

¹ Bron: Gemeente Tiel, 1 januari 2011.

² JRT is een afkorting voor Jongeren Theater- en Filmschool. Waar de R voor staat is niet duidelijk.

Nieuwe vestiging

Medio 2017 gaat Twentietoe verhuizen naar Westluidense Poort, het voormalige GGR-Gasgebouw. Het Westluidense poort moet de 'cultuurpoort' van de stad worden. Het bestaande gebouw (zie foto hiernaast) wordt gerenoveerd en de Plantage zal hier intrekken. Naast dit gebouw komen twee gloednieuwe gebouwen. Het ene gebouw is bestemd voor de bibliotheek en het andere gebouw voor Twentietoe. Dit gebouw is voorzien van een grote zaal waar alle evenementen van zowel Twentietoe als de Plantage en de bibliotheek zullen plaatsvinden.



Organisatiestructuur

Medewerkers

Zoals ook in de organisatiebeschrijving wordt aangegeven is een groot deel van het personeel vrijwilliger. Daarnaast zijn er elk jaar stagiaires werkzaam.

De volgende medewerkers zijn in vaste dienst bij Twentietoe;

Projectcoördinator

Stuurt het personeel aan en is verantwoordelijk voor alle evenementen.

Janus van Binsbergen

Conciërges*

Ingrid Zaaijer

Mohammed Tahir

Maaïke Kunst

Betty Jonker

Avondcoördinator Dance (oproep)

Projectcoördinator Janus van Binsbergen kan niet altijd bij alle evenementen aanwezig zijn. Hiervoor heeft hij dan ook een vervanger die op de avond van het evenement de vrijwilligers aanstuurt, tijdschema's maakt en de hele avond contactpersoon is.

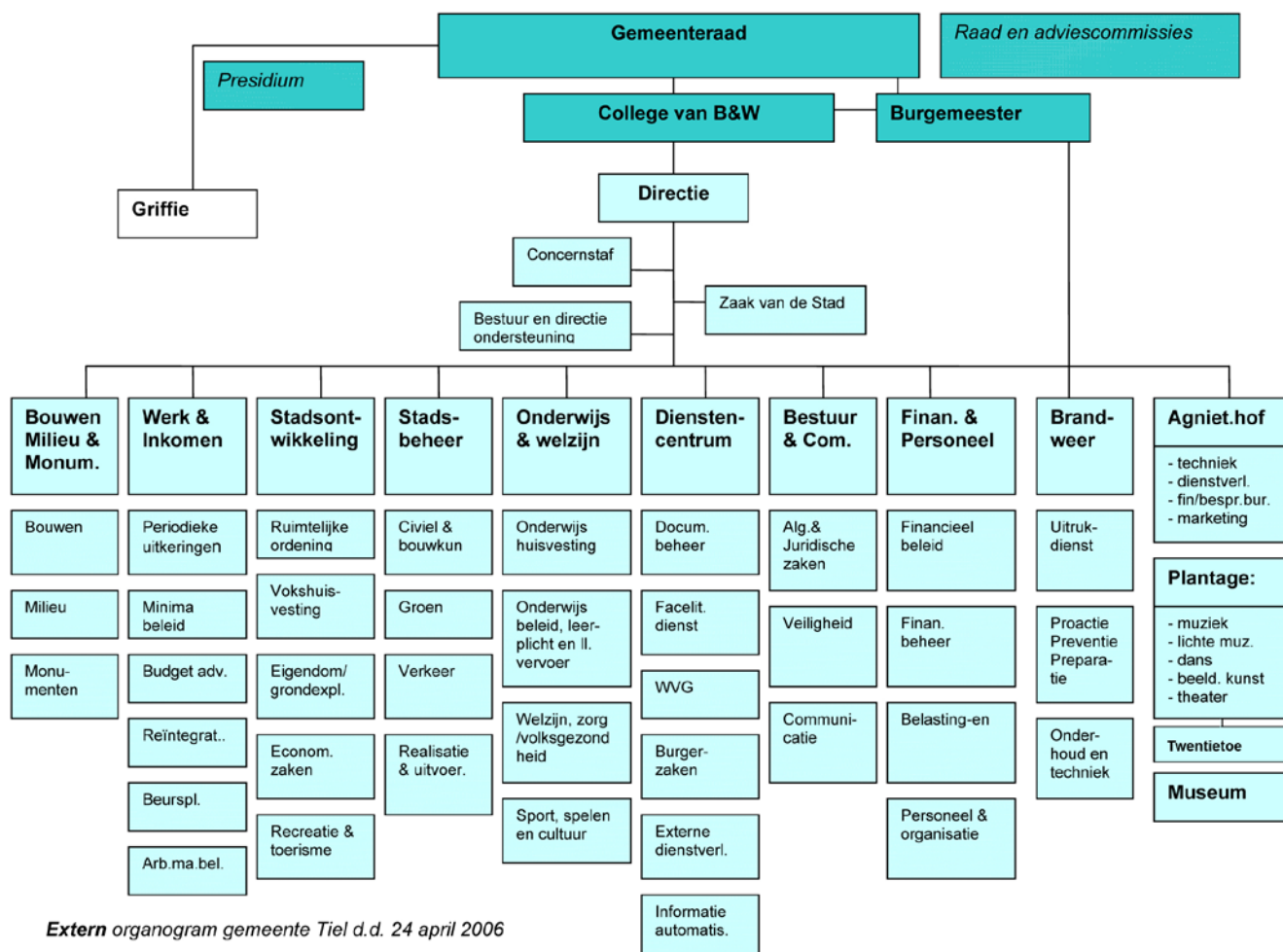
Rose van de Berg

Techniek

Stijn Damen

* De conciërges zijn officieel in dienst bij de Plantage en niet bij Twentietoe. Janus van Binsbergen is niet de chef van de conciërges. De directeur van de Plantage komt één keer in de week langs om met de conciërges de ontwikkelingen door te nemen.

Hieronder het meest recente organogram van de Gemeente Tiel. Rechts onderin is te zien dat Twentietoe aan de Plantage verbonden is.



Extern organogram gemeente Tiel d.d. 24 april 2006

Communicatiebeleid

Twentietoe heeft geen fysieke communicatieafdeling. Projectcoördinator Janus van Binsbergen is eindverantwoordelijke voor de communicatie. Samen met Ingrid Zaaier, Maaike Kunst en Stijn Damen runt hij Twentietoe. Binnen Twentietoe wordt er Bottom-up gecommuniceerd. Er zitten dan ook geen duidelijke lagen in de organisatie van Twentietoe. Iedereen wordt als gelijke beschouwd. Conciërge Ingrid Zaaier is degene die o.a. de inkomende mailtjes en telefoontjes behandelt. Zij wordt gezien als het aanspreekpunt als het op communicatie aankomt. Maar als het echt gaat om de communicatiemiddelen is er niet één persoon die dit standaard verzorgt. Janus probeert dit te doen, maar er zijn meerdere vrijwilligers actief in het maken van bijvoorbeeld posters of flyers. Dit wordt niet altijd goed gecommuniceerd. Er is een gebrek aan het maken van goede afspraken. De oorzaak hiervan is het ontbreken van een eenduidige structuur. Twentietoe heeft een platte/horizontale organisatiestructuur, een organisatie met weinig tussenliggende managementlagen.

Er wordt wel met regelmaat overlegd in Twentietoe, op de woensdagmiddag van 17:00 tot 18:00 uur. Samen met projectcoördinator Janus van Binsbergen, conciërges Ingrid Zaaier, Maaike Kunst en technicus Stijn Damen wordt de programmering en de 'gewenste' toekomstige projecten besproken.

Bedrijfscultuur

Er heerst een informele sfeer binnen Twentietoe. Het gedrag van de medewerkers en organisatie is 'overenthousiast'. Er zit geen duidelijke structuur in het management, wat zich vaak uit in zowel onbewuste als bewuste verrassingen. 'Er is plots al een poster naar de drukker verstuurd'. Dit loopt meestal goed, maar kan ook mis gaan. De informele sfeer kan doorslaan in te nonchalant gedrag. Als medewerker ben je toch het visitekaartje van de organisatie. Er zijn geen echte randvoorwaarden/regels hierover. Enthousiaste medewerkers moeten gestimuleerd blijven, maar hier moeten betere afspraken over gemaakt worden.

Huisstijl



Het logo is al een paar keer de revue gepasseerd. Een huisnummerplaat met het getal 22. Het logo komt regelmatig terug op de website, op posters, in presentaties, in social media etc. Maar het logo komt nog niet voor op het briefpapier of de enveloppen. Iets wat projectcoördinator Janus van Binsbergen wel graag zou willen. Het logo is blauw en de kleur blauw staat ook voor Twentietoe. In het gebouw komt het terug, maar ook op de website. Logischerwijs zou dit ook doorgevoerd moeten zijn op de Hyvespagina of Myspace pagina, maar de kleur blauw overheerst hier niet. Bij persberichten wordt het lettertype Times New Roman gebruikt. Verder wordt lettertype Arial veelvuldig gebruikt. Op de website wordt dit lettertype niet consequent gehanteerd. Hier zit dus geen duidelijke lijn in.

Financiën

Twentietoe draait voornamelijk op subsidie. Daarnaast wordt er veel aan fondsenwerving gedaan door projectcoördinator Janus van Binsbergen.

1.2 Missie

Twentietoe biedt aan jongeren in de leeftijdsgroep van 12 – 25 jaar in Tiel en omgeving een aantrekkelijke en kwalitatief goede vrijetijdsbesteding. Twentietoe richt zich met name op de steeds vernieuwende jongerencultuur waarin ontmoeting een belangrijke plaats inneemt.

1.3 Visie

Het ontstaan van een levendige organisatie waarin jongeren zelf de hoofdrol spelen bij de organisatie, programmering en uitvoering van diverse uitgaans- en ontmoetingsactiviteiten. Deze activiteiten worden in eerste aanzet ingedeeld in twee soorten: Pop/rock en dance. Twee leeftijdsgroepen 12-18 jaar en 18-25 jaar.

Kernwaarden Twentietoe

- Levendig
- Laagdrempelig
- Ontmoetingsplek
- Jongerencultuur

Doelstellingen:

Wat wil Twentietoe bereiken en doen.

- Gericht zijn op ontwikkeling, ontmoeting en ondernemen van jongeren;
 - o Voor jongeren een 'place2be' zijn;
 - o Een stimulans zijn bij het creatief activeren van jongeren;
 - o Jongeren inspireren door de producties die aangeboden worden;
- 2000 jongeren per jaar bereiken ;
- Een natuurlijke rol vervullen voor educatieve, maatschappelijke culturele ontwikkelingen;
- Een actueel aanbod programmeren.

1.4 Strategie

Twentietoe streeft er naar om, door middel van projecten/evenementen, met jongeren samen te werken. De samenwerking met het RSG Lingecollege biedt een mogelijkheid om dit door te zetten en de betrokkenheid met Twentietoe te vergroten. Evenementen worden georganiseerd voor en door jongeren. Door middel van mond-tot-mondreclame onder jongeren zullen steeds meer jongeren zich geroepen voelen om ook deel te nemen.

1.5 Doelgroepen

Twentietoe heeft twee doelgroepen.

De huidige doelgroep. Dit is de *primaire doelgroep* en is direct betrokken bij het podium.

- Bezoekers
- Hyves & Facebook vrienden

De Potentiële doelgroep. Dit is de *secundaire doelgroep* en is niet direct betrokken. Maar door het samenwerkingsverband met het RSG Lingecollege wel een belangrijke doelgroep voor in de toekomst.

- Leerlingen van het RSG Lingecollege



Een aantal kenmerken van de doelgroepen³

Jongeren in de leeftijdsgroep van 12-25 jaar. Het opleidingsniveau van de jongeren loopt uiteen van VMBO tot en met Gymnasium. Boven de 18 zijn het zowel mbo- als hbo-studenten of al werkende jongeren.

Geslacht: Zowel man als vrouw.

Demografische gegevens: Jongeren komen uit de omgeving van Tiel.

- o Cultuur/etnische achtergrond: Hier zit veel verschil in. Nederland is een multiculturele samenleving. In de omgeving van Tiel is het grootste gedeelte autochtoon, maar het percentage allochtonen ligt in Tiel hoger dan het landelijk gemiddelde (zie inleiding situatieanalyse blz. 5). Veel hebben een Molukse of Islamitische achtergrond. Binnen Twentietoe komen er dan ook individuen voor met verschillende culturele achtergronden.
- o Burgerlijke staat: De doelgroep woont thuis, woont bij zijn/haar ouder(s) of woont op kamers.

Bezoekmotieven: Avond uit, voor de gezelligheid. Ons kent ons. Of dit nu een band is of een evenement van een ander kaliber. Komen voornamelijk voor de sfeer.

³ Deze kenmerken zijn gebaseerd op de uitkomsten van de enquêtes, de gemeente Tiel en gesprekken met medewerkers van Twentietoe.

2. Onderzoeksaanpak

Om antwoorden te vinden op de subvragen zal het onderzoek methodisch worden aangepakt. Deze methode zal in dit hoofdstuk worden beschreven.

Het onderzoek zal bestaan uit twee onderdelen, namelijk:

- ❖ Deskresearch
- ❖ Steekproef enquête

2.1 Deskresearch

Tijdens het deskresearch is gebruik gemaakt van een social media onderzoek en een concurrentieonderzoek.

2.1.1 Social media onderzoek

Tijdens het social mediaonderzoek heb ik gekeken naar het onderwerp 'social media'. Bij dit onderwerp heb ik een selectie van boeken gemaakt. De selectie is gemaakt aan de hand van de periode van schrijven en recensies. Daarom heb ik gekozen voor 'Think Small, Grow Big' van Ab Kuijter en Code Social Media van Charles Huijskens.

Daarnaast heb ik ook veel artikelen, weblogs en fora gelezen. Dit om me te verdiepen in het gebruik van social media. Maar ook om informatie over de gebruiksvriendelijkheid en de meningen van ervaren gebruikers te peilen. Door de literatuurverdieping kan ik betere analyses maken van het social media gebruik en meer tips geven hoe ze in de toekomst beter met social media om kunnen gaan in het communicatieadvies.

Tijdens het social media onderzoek wordt er gekeken naar hoe Twentietoe zich op dit moment profileert op de verschillende social media kanalen. Dit kan worden gezien als een social media analyse van Twentietoe. Daarnaast wordt er ook gekeken naar de andere mogelijkheden van social media.

2.1.2 Concurrentie onderzoek

In dit gedeelte van het onderzoek wordt er gekeken naar andere poppodia, wat zij met social media doen en hoe zij zich hierin profileren. Daarnaast wordt er gekeken of er überhaupt concurrentie voor Twentietoe in de omgeving van Tiel is en of dit een bedreiging kan zijn. Er wordt met dit onderzoek een zo goed mogelijk beeld geschetst waarmee de concurrentie zich probeert te onderscheiden of juist niet.

2.2 Steekproef

Naast deskresearch heb ik er voor gekozen om gebruik te maken van een steekproef enquête . Met deze enquête krijgt Twentietoe meer inzicht in het gebruik van social media van hun doelgroepen om er vervolgens in de toekomst op in te kunnen spelen. Met de uitkomsten van deze enquête kan ik mijn conclusies onderbouwen en een goed communicatieadvies formuleren. De enquête is kwantitatief van aard.

Voorbereiding steekproef

Voor de steekproef is gekozen om zowel een digitale enquête als een traditionele enquête af te nemen. Ik heb gekozen voor een digitale enquête, omdat het belangrijk is om te weten wat de vrienden op Hyves en Facebook vinden van Twentietoe. De beste manier om deze groep te bereiken is via het medium zelf.

Daarnaast hebben de huidige bezoekers van Twentietoe ook een mening. Daarom is ervoor gekozen om de enquête ook uit te delen tijdens de maandelijkse popavond 'Rock & Roll Friday'.

Om de potentiële doelgroep te bereiken is de enquête op het RSG Lingecollege verspreid. Op deze middelbare school in Tiel zaten in het schooljaar 2009-2010 2800 leerlingen. Ervan uitgaande dat het aantal leerlingen elk schooljaar stijgt, zullen er in 2010-2011 ongeveer 2900 leerlingen zijn.

Het Lingecollege beschikt over drie locaties met diverse onderwijsniveaus:

- De Heiligestraat: hier bevinden zich de afdelingen gymnasium, atheneum, havo en de leerjaren 1 en 2 van de theoretische leerweg (tl) van het vmbo.
- De Teisterbantlaan: hier bevindt zich de bovenbouw van de theoretisch/gemengde leerweg en de onderbouw en bovenbouw van de kader- en basisberoepsgerichte leerweg.
- De Rozenstraat: hier bevindt zich het Praktijkonderwijs. Leerlingen op het praktijkonderwijs volgen lessen in verschillende sectoren: plant en dier, zorg en welzijn, techniek en dienstverlening.

Door het samenwerkingsverband met het Lingecollege zijn er een aantal contactpersonen, CKV- en muziekdocenten, die met Twentietoe in de toekomst gaan samenwerken. Deze contactpersonen zijn benaderd en hen is verzocht om de enquêtes tijdens één van hun lessen uit te delen aan de leerlingen van het Lingecollege.

De enquête is gerealiseerd met enquetemaken.be. Via deze website kunnen snel en eenvoudig enquêtes worden gemaakt. De gegevens worden opgeslagen in een database en zijn ook makkelijk te importeren in het statistieken programma: SPSS. Met deze software worden alle enquêtes uiteindelijk verwerkt.

De enquête is opgesteld met behulp van de subvragen en de wensen van de opdrachtgever. De vragen zijn opgesteld als meerkeuze vragen. Bij een aantal vragen is er een mogelijkheid tot eigen invulling. De enquête is terug te vinden in de bijlagen op blz. 34.

Uitvoering steekproef

Huidige doelgroep

De enquête voor de huidige doelgroep is op twee manieren verspreid. Bij Rock & Roll Friday; een popavond op 6 mei met diverse bandjes. Maar ook via een digitale enquête die als groepsbericht is verstuurd aan de vrienden van de Hyves- en Facebookpagina van Twentietoe, met hierin het verzoek om mee te helpen aan een enquête.

In totaal zijn er voor zowel de huidige als de potentiële doelgroep 13 vragen en deze dienen allemaal te worden ingevuld.



Tijdens Rock & Roll Friday waren er ongeveer 90 bezoekers. 50 hiervan hebben de enquête volledig ingevuld. Dit aantal dekt 55,56% van het totale aantal bezoekers van die avond en is in deze mate voldoende geschikt om een goede steekproef te houden.

Twentietoe heeft op de officiële Hyvespagina 349 vrienden en via Facebook 249 vrienden. Veel leden zijn zowel lid van Hyves als van Facebook, in totaal is er uitgegaan van 450 vrienden via social media.

De digitale enquête is hier te vinden: <http://www.enquetemaken.be/toonenquete.php?id=74773>

55 Hyves- en Facebook vrienden hebben de enquête ingevuld. Dit aantal dekt 12,22% van de totale doelgroep op de social media kanalen en is in deze mate voldoende geschikt om een goede steekproef te houden.

Potentiële doelgroep

In totaal hebben **307** respondenten van het RSG Lingecollege, van diverse locaties, de enquête volledig ingevuld. Dit aantal dekt 10,59% van de totale doelgroep (2900 scholieren) en is in deze mate voldoende geschikt om een goede steekproef te houden.

Samen met de ingevulde enquêtes tijdens Rock&Roll Friday, hebben in totaal **105** respondenten de enquête volledig ingevuld.

3. Resultaten

In dit hoofdstuk staan de resultaten uit het social media onderzoek, concurrentieonderzoek en de steekproef enquête.

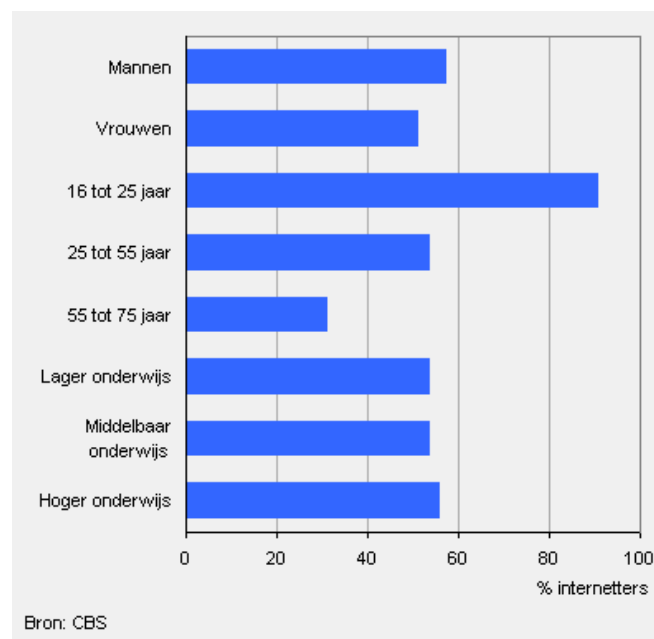
3.1 Social media onderzoek

“When we change the way we communicate, we change society.”⁴

Maar liefst 91 procent van de jonge internetters in Nederland is in 2010 actief op sociale netwerken zoals Hyves, Twitter en Facebook.

Internetters van 16 tot 25 jaar, maken steeds meer gebruik van sociale netwerken om informatie met elkaar te delen. Het gebruik van sociale media neemt af met de leeftijd. Mannen zijn vaker actiever dan vrouwen op sociale netwerken. Tussen hoogopgeleiden, middelbaar opgeleiden en lager opgeleiden is er bijna geen verschil te zien.⁵ (zie grafiek hiernaast)

De kracht van social media zit niet alleen in de mensen die direct verbonden zijn aan Twentietoe's Hyves of Facebookpagina, maar juist ook in de mensen daaromheen. De mensen die Twentietoe's social media vrienden weer kennen.



Voorbeeld: een Facebookpagina heeft 100 connecties. Alle connecties volgen gemiddeld ook weer 100 mensen. Simpel gezegd ben je dan verbonden met 10.000 mensen. Dit is waarom delen zo'n belangrijk onderdeel is binnen social media.⁶

De volgende paragrafen beantwoorden de volgende subvraag:
Hoe maakt Twentietoe op dit moment gebruik van social media?

3.1.1 Hyves



Er zijn meerdere Hyvespagina's van en over Twentietoe, maar niet over alle pagina's heeft Twentietoe het beheer. Hieronder staan de diverse Hyvespagina's op een rij.

Er wordt onderscheid gemaakt tussen een 'Hyves' pagina en een 'Spot' pagina. Een Hyvespagina mag iedereen aanmaken. Hierdoor is het mogelijk dat er meerdere Hyvespagina's van één organisatie zijn. Maar bij een 'Spotpagina' ligt dit anders. Een organisatie mag maar één Spotpagina hebben.

De Hyvespagina waar Twentietoe eigen beheer over heeft:

Hyves: Twentietoe – uitgaan en clubs <http://twentietoe.hyves.nl/>

Dit is de officiële Hyvespagina van Twentietoe en wordt bijgehouden door projectcoördinator Janus van Binsbergen. Het bericht dat als laatste door Twentietoe is geplaatst is van 16 januari 2011.

⁴ Clay Shirky – professor in New York University's Interactive Telecommunications Program

⁵ CBS <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-3296-wm.htm>

⁶ 'Social media voor grafici, Erik, Rick, Roald en Sven van Buuren, 2010

De krabbel die als laatste is geplaatst door één van de Hyvesvrienden van Twentietoe is van 28 november 2010. De officiële Hyvespagina is niet up-to-date en er is niet volledige toegang tot bewerken. Dit komt door het ontbreken van het wachtwoord van het persoonlijke Hyves profiel van projectcoördinator Janus van Binsbergen. Deze Hyvespagina heeft in totaal 130 vrienden.

Veel filmpjes die op de Hyvespagina staan hebben weinig tot niets met Twentietoe te maken. Dat de Hyvespagina niet up-to-date is komt door het gebrek aan tijd en personeel.

Spot: TwentieToe – cafés en clubs <http://www.hyves.nl/spot/2114590/TwentieToe/>

Deze Spot wordt ook beheerd door projectcoördinator Janus van Binsbergen. Het bericht dat als laatste door Twentietoe is geplaatst dateert van 28 april 2011. De krabbel die als laatste is geplaatst door één van de Hyvesvrienden van Twentietoe dateert van 29 mei 2010. Dit maakt deze spot niet up-to-date genoeg. Daarnaast bevat deze pagina minder informatie dan de officiële Hyvespagina en wordt daardoor overbodig. Deze Spotpagina heeft in totaal 66 vrienden.

De Hyvespagina's waar Twentietoe geen beheer over heeft:

Hyves: Twentietoe – activiteiten en hobby <http://twentietoe22.hyves.nl/>

Op deze Hyvespagina gaat het voornamelijk over de graffiti die gespoten mag worden op het pand. Een aantal jongens heeft toestemming gekregen van Twentietoe om het pand op bepaalde stukken te voorzien van graffiti. Maar deze Hyvespagina is enorm verouderd en er wordt niets meer mee gedaan. Het bericht dat als laatste is geplaatst vanuit de beheerder dateert van 6 augustus 2009. De krabbel die als laatste is geplaatst door een van de vrienden dateert van 30 augustus 2009. Deze Hyvespagina heeft in totaal 15 vrienden.

Hyves: Twentietoe Rock & Roll Friday – Muziek <http://rnr22.hyves.nl/>

Op deze Hyvespagina staat uitsluitend informatie over de afgelopen en komende edities van de maandelijkse popavond Rock 'n Roll Friday. Een evenement dat plaatsvindt in het café van Twentietoe, elke eerste vrijdag van de maand. De vaste medewerkers Ingrid Zaaijer en Maaïke Kunst beheren deze pagina. Deze Hyvespagina is het meest up-to-date van de drie pagina's die Twentietoe zelf in beheer heeft. Het bericht dat als laatste is geplaatst vanuit de beheerders dateert van 24 maart 2011. De krabbel die als laatste is geplaatst door een van de Hyvesvrienden dateert van 27 februari 2011. Deze Hyvespagina heeft in totaal 175 vrienden.

Spot: Twentietoe - Muziek <http://www.hyves.nl/spot/2093009/Twentietoe/>

Op deze Spotpagina staat helemaal niets. Niemand heeft er beheer over en deze pagina heeft maar 1 vriend.

Spot Twentietoe Tiel – Cafés en Clubs http://www.hyves.nl/spot/2154371/Twentietoe_Tiel/

Deze Spotpagina is erg verouderd, er wordt niets meer mee gedaan. Deze pagina is aangemaakt door iemand van buitenaf, want de beheerder is niet bekend bij Twentietoe. Het bericht dat als laatste is geplaatst vanuit de beheerder dateert van 6 november 2009. Daarnaast bevat deze Spotpagina geen enkele krabbel. Heel erg zonde, want deze Spotpagina heeft wel 164 vrienden.

Zoals uit bovenstaande lijst ook blijkt zijn er teveel Hyves/Spotpagina's van Twentietoe. Daar is projectcoördinator Janus van Binsbergen het volledig mee eens. Hier moet verandering in komen en dat gebeurt op het moment van schrijven al. Na vele mailtjes te hebben verstuurd, zijn alle Hyves/Spotpagina's van Twentietoe samengevoegd tot één officiële Twentietoe-Hyvespagina. Met uitzondering van de Rock&Roll Friday pagina. Projectcoördinator Janus heeft benadrukt dat deze pagina apart moet blijven.

3.1.2 Facebook

Een sociaal netwerk dat blijft groeien. Een netwerk met ruim 500 miljoen gebruikers waaronder jongeren, moeders, vaders, opa's en oma's. Het lijkt erop dat alle leeftijden zich hier uitleven.

<http://www.facebook.com/home.php#!/profile.php?id=100001785897122>



Deze Facebookpagina is in maart 2011 opgezet en is volledig in beheer van Twentietoe. Het laatste interactieve berichtje dat op de Facebookpagina van Twentietoe is geplaatst dateert van op 2 april 2011. Het is duidelijk te zien dat er in verhouding tot Hyves meer leven zit in de Facebookpagina van Twentietoe. Het aantal vrienden is binnen twee maanden gestegen van 230 naar 245, dat is alleen maar positief. Er wordt één keer in de twee weken een bericht geplaatst, zowel vanuit Twentietoe als reacties van bezoekers.

3.1.3 Myspace

MySpace heeft te maken met een afname in gebruikers. Dit lijkt vooral te wijten aan Facebook, dat juist een sterke groei laat zien. MySpace heeft begin 2011 een radicale beslissing genomen om het personeelbestand uit te dunnen en 500 medewerkers te ontslaan.⁷

<http://www.myspace.com/poppodiumtwentietoe>



De MySpacepagina van Twentietoe bestaat sinds 2007. De laatste keer dat iemand was ingelogd dateert van 8 januari 2011. Er staan geen filmpjes of foto's op, alleen de biografie van Twentietoe. De reacties op deze pagina bestaan voornamelijk uit spam en berichtjes als 'bedankt voor het toevoegen' etc. Er is wel een blog, maar de laatste keer dat daar iets op is geplaatst was in februari 2009.

3.1.4 Extra mogelijkheden

Er zijn tal van mogelijkheden voor bedrijven op het gebied van social media. Maar gezien de kleine bezetting van Twentietoe en tijdgebrek van het personeel kunnen deze mogelijkheden niet volledig worden benut.

Hier volgt een aantal social media kanalen die voor een podium interessant kan zijn.

YouTube

Twentietoe heeft geen YouTube account. Maar wat juist interessant is, is dat er binnen Twentietoe genoeg gebeurt om op film te zetten. Een YouTube account kan worden gelinkt aan andere social media pagina's. Daarnaast kan met de JTR Jongeren Theaterschool Filmschool in Tiel* nog beter worden samengewerkt. Er kunnen filmpjes gemaakt worden van concerten, activiteiten en zelfs repetities binnen Twentietoe. Dit is een leerschool voor de jongeren op de theater- en filmschool en resulteert in een nieuw filmpje voor op de social media pagina's van Twentietoe.

*Jongeren Theaterschool Filmschool is een vierjarige opleiding voor jongeren die van theater of film hun passie willen maken.⁸

Twitter

Twitter is hot, een trend. Twentietoe heeft geen Twitter. Begrijpelijk, er is al een Hyves- en Facebookpagina en het is nu al lastig om daar genoeg tijd in te steken. Maar als er op de juiste manier met Tweetdeck wordt omgegaan, zal het niet veel extra tijd kosten.

⁷ http://money.cnn.com/2011/01/11/technology/myspace_layoffs/index.htm

⁸ <http://www.jongerentheaterschool.nl/overdejtr.html>

Twitter kan heel erg interessant zijn voor podia. Kijk naar het succes van Jeroen van Koningsbrugge en Dennis van der Ven die in de formatie JURK! zelf een Twitterconcert hebben georganiseerd in Paradiso Amsterdam. Het Twitterconcert bestaat al langer. Bands en artiesten, zoals de Britse cabaretier Eddie Izzard, hebben al eerder grote beamers naast het podium gehangen en daarop Twitter geprojecteerd. Zo creëer je direct contact met het publiek.

Ook makkelijk zijn de hashtags (#) van Twitter. De hashtags geven een verwijzing aan / naar het genoemde onderwerp. Door erop te klikken is het mogelijk te zien wie er nog meer over praat.

Tweetdeck

Tweetdeck is een gratis softwareprogramma om op de desktop van je computer berichten bij te houden van verschillende social media accounts. Tweetdeck is een uitkomst wanneer een bedrijf weinig personeel en tijd heeft. Het beschadigen van je online reputatie kan worden voorkomen door via Tweetdeck, met één druk op de knop, vermeldingen over je bedrijf te scannen.⁹ Zo kan er direct gereageerd worden op ernstige klachten over bijvoorbeeld een popavond die niet is verlopen zoals deze had moeten verlopen. Daarnaast kunnen Facebook en Twitter eraan gekoppeld worden, waardoor berichten met één druk op de knop naar alle social media pagina's kunnen worden verzonden. Hyves kan er niet aan worden gekoppeld. Hyves is immers geen internationaal product. Maar doordat het wel mogelijk is om Twitter te koppelen aan het 'wie, wat, waar' gedeelte van Hyves, komt het laatste bericht alsnog op Hyves terecht.

De meningen over Tweetdeck zijn verdeeld. Niet alle sociale netwerken zijn hetzelfde. Het is niet vanzelfsprekend dat wat voor Twitter volgers interessant is, ook voor Hyvesleden interessant is. Dit is volgens Jeroen Mirck, journalist en blogger, afhankelijk van het gebruik. 'Wanneer een die-hard Twitteraar continue berichten plaatst, is dit niet interessant voor een Hyver of Facebooker. Het is verstandig om af te wege wat de functionaliteit van het ene netwerk toevoegt aan het andere'.¹⁰

TweetDeck verkort URL's van webadressen automatisch en hoeft niet zoals bij Twitter apart via bitly.com. Ook ideaal aan TweetDeck is dat het softwareprogramma een spellingscheck en woordenboek bevat. Dit betekent niet dat TweetDeck alle fouten corrigeert, maar het is wel een prettig geheugensteuntje.

Dit soort applicaties zijn enorm in opkomst. Het is een kwestie van wachten op een nog betere, handigere en overzichtelijkere applicatie. Rockmelt is er daar één van, maar deze zit nog steeds in de Betáfase.¹¹

3.2 Concurrentieonderzoek

In Tiel is er naast Twentietoe geen ander podium in dezelfde categorie. Wel zijn er cafés, discotheken en andere culturele plekken waar ook regelmatig activiteiten voor jongeren worden georganiseerd.

3.2.1 Concurrenten

Cafés en discotheken¹²

Hieronder een lijst met de op dit moment actieve cafés en discotheken in Tiel.

⁹ Think small, Grow big. Social Media Survival Guide, Ab Kuijer 2010

¹⁰ <http://www.jeroenmirck.nl/2009/02/twitter-koppelen-aan-hyves/>

¹¹ Betáfase = software in ontwikkeling.

¹² Bron: Uitgids, www.ertussenuit.nl

The Wiz 2	Café Montana
The Wiz 3	Café Twice
Café De Hertog	Café Wendela
Bubbles	De Ambtenaar
Café Amstelhoek	Dizzy's
Café Bas	Jam-Inn
Café de Merckt	La Liberté
Café Fame	No Time
Café Friends	Santé
Café Jump	Café het Tolhuis
Café Marmaris	

Met Café De Hertog en Jamm-Inn heeft Twentietoe al meerdere keren samengewerkt. De cafés en Twentietoe verwijzen dan ook regelmatig naar elkaar.

De Plantage¹³

Twentietoe is een onderdeel van de Plantage. De Plantage is een centrum voor de kunsten, waar mensen bij elkaar komen om samen muziek te maken, te dansen, toneel te spelen, te tekenen, te schilderen of te boetsen. Het is ook een plek waar verschillende kunst disciplines en culturen elkaar ontmoeten; Afrikaans slagwerk, salsa dansen, Turkse saz of tekenen in Chinese stijl. Een cultuurschool waar veel activiteiten worden georganiseerd. Maar wanneer er bijvoorbeeld voorspeelavonden zijn wordt Twentietoe als locatie gebruikt.

Schouwburg en filmtheater Agnietenhof¹⁴

Hier zijn voorstellingen te zien uit diverse disciplines. Van cabaret tot toneel. Maar de schouwburg organiseert ook wel muziekavonden. Vaak zijn deze van een ander genre en voor een andere doelgroep dan de muziekavonden die in Twentietoe worden georganiseerd.

Poppodia nabijgelegen steden

Als jongeren in Tiel de voorkeur voor een poppodium hebben dan zullen ze, afgezien van Twentietoe, moeten uitwijken naar grotere steden als Arnhem (Luxor Live of Willemeen), Nijmegen (Doornroosje) of Utrecht (Tivoli). Deze poppodia worden steeds populairder en groter. Doornroosje in Nijmegen gaat bijvoorbeeld verhuizen naar een groter pand, met de mogelijkheid om meer bezoekers te ontvangen.

3.2.2 Concurrentie en social media

Wat doet de concurrentie met social media en wat kan Twentietoe daarmee?

Hier een greep uit een aantal concurrenten van Twentietoe die ook op Hyves en Facebook zitten.

Theater Agnietenhof.

<http://www.facebook.com/#!/pages/Schouwburg-Agnietenhof/124649974274950>

Opvallend aan de Facebookpagina van de Agnietenhof.

- ✓ Plaatst voornamelijk hun programmering, herinnering van een voorstelling etc. (zie onderstaande printscreen)

¹³ Bron: De Plantage, www.plantage.info

¹⁴ Bron: De Agnietenhof, www.agnietenhof.nl

**Schouwburg Agnietenhof**

Vanavond om 20:00 uur: Een nieuwe voorstelling van Alex van Warmerdam; Orkater/De Mexicaanse Hond. Bestel nu de laatste kaarten via onze site!

Schouwburg en Filmtheater Agnietenhof

www.agnietenhof.nl

Het nieuwe seizoen gaat bijna beginnen!

 11 mei om 16:25 · Delen

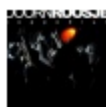
- ✓ Voornamelijk berichten van buitenaf
- ✓ Post ongeveer 2 keer in de maand, eigenlijk te weinig.

Poppodium Doornroosje.

<http://www.facebook.com/#!/PoppodiumDoornroosje>

Opvallend aan Doornroosje's Facebook:

- ✓ Roos van Nijmegen, vergelijkbaar met Parel v/d Betuwe. Feliciteert band en zorgt voor sympathie en betrokkenheid (zie hieronder).

**Doornroosje**

Helemaal vergeten om Kayser Karel te feliciteren met het winnen van de Roos van Nijmegen.... Bij dezen, gefeliciteerd!

03 juni om 23:13

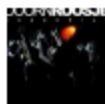
 7 personen vinden dit leuk.



Karel Salet yehhh!!!

03 juni om 23:42 ·  1 persoon

- ✓ Plaatst gemiddeld 2 a 3 keer per week een berichtje, filmpje of foto. (zie hieronder).
- ✓ Het regelmatig plaatsen resulteert in reacties en het plaatsen van berichten of filmpjes door vrienden/leden.

**Doornroosje**

Op 2 juli zal FortaRock - The Festival Parkbrakkenstein eens even flink doen rocken!

**Official FortaRock 2011 Trailer**

www.youtube.com

Fortarock festival 2011 Zaterdag 2 juli Park Brakkenstein Nijmegen

 01 juni om 22:56 · Delen

 8 personen vinden dit leuk.



Nicole Cordewener En dan nemen jullie een filmpje op in Kronenburgpark? :P

01 juni om 23:41



Gusto Producties scherp Nicole.

02 juni om 1:01

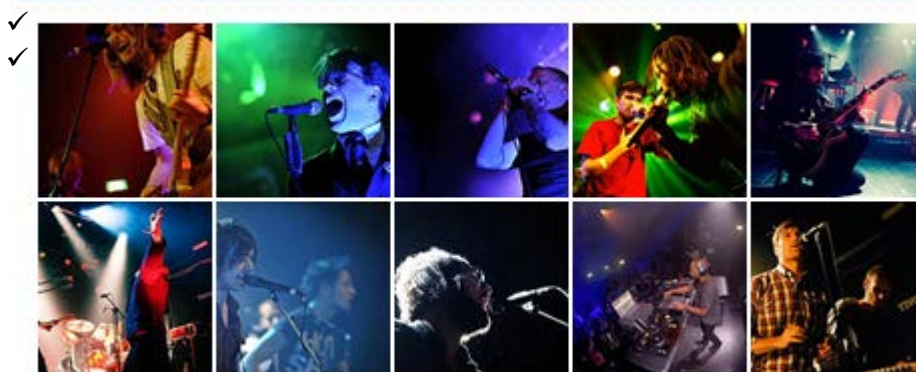
Poppodium Tivoli.

<http://tivoliutrecht.hyves.nl/?ref=sr>

Opvallend aan Tivoli's Hyves.

- ✓ Plaatst foto's van bands/acts die geweest zijn. (zie hieronder)

Foto's & video's



Meer albums: [> Alle albums](#)

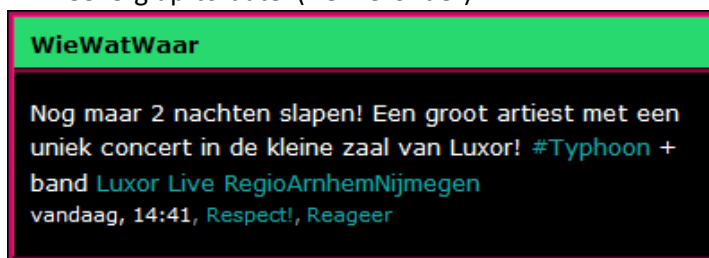
- ✓ Plaatst vacatures via het blog
- ✓ Plaatst wekelijks nieuwe ontwikkelingen en (pers)berichten via het blog
- ✓ Niet up-to-date met hun 'wie-wat-waar'

Luxor Live.

<http://luxorlive-arnhem.hyves.nl/?ref=sr>

Opvallend aan Luxor Live's Hyves

- ✓ Heel erg up-to-date. (zie hieronder)



- ✓ Plaatst foto's en video's van bands die zijn geweest of nog komen.
- ✓ Maakt veel gebruik van blog om namen te bevestigen, voor aankondigingen etc.
- ✓ Wekelijkse krabbels van bezoekers.
- ✓ Reageert op krabbels en reacties.

Poppodium Doornroosje.

<http://doornroosjenijmegen.hyves.nl/>

Opvallend aan Doornroosje's Hyves

- ✓ Er wordt goed gelinkt naar andere pagina's. (zie hieronder)

Bezoek Doornroosje ook op [Facebook](#) en [Last.fm](#)

- ✓ Er worden relevante filmpjes geplaatst van voornamelijk bands die er zijn geweest of komen.
- ✓ De bezoeker wordt betrokken in de nieuwe ontwikkelingen. (zie hieronder)

Polls

Wat vind jij van de nieuwe lokatie voor Doornroosje, het oude TPG-post gebouw bij het station?

- ☐ Perfecte lokatie, in het centrum én bij het station
- ☐ Nu ze uit het oude gebouw moeten verliest het vast zijn eigenheid...
- ☐ Prima lokatie, als ze maar wel hun eigenheid behouden

3.3 Steekproef enquête

Zoals ik ook heb uitgelegd in het hoofdstuk 'Onderzoeksaanpak' is de enquête opgesteld met behulp van de subvragen en de wensen van de opdrachtgever. Met deze enquête krijgt t Twentietoe meer inzicht in het gebruik van social media van hun doelgroepen om er vervolgens in de toekomst op in te kunnen spelen. Alle vragen zal ik apart behandelen.

De volgende paragrafen beantwoorden de volgende subvragen:

- *Wat doet en wil de huidige doelgroep met social media?*
- *Waar ligt de interesse van de huidige doelgroep?*
- *Wat doet en wil de potentiële doelgroep met social media?*
- *Waar ligt de interesse van de potentiële doelgroep?*

3.3.1 Uitkomsten enquête huidige doelgroep

Deze enquête is digitaal ingevuld via www.enquetemaken.be en tijdens bezoek aan de popavond Rock & Roll Friday. In onderstaande tabel is te zien dat 55 respondenten (52,4%) digitaal de enquête hebben ingevuld en 50 respondenten (47,6%) tijdens hun bezoek aan Rock & Roll Friday. Dit aantal is dus redelijk gelijk.

	Frequency	Percent
Valid bezoek	50	47,6
digitaal	55	52,4
Total	105	100,0

1. Wat is je geslacht?

	Frequency	Percent
Valid Man	66	62,9
Vrouw	39	37,1
Total	105	100,0

Onder de respondenten waren 66 mannen (62,9%) en 39 vrouwen (37,1%). Hieruit blijkt dat er binnen de huidige doelgroep meer mannen dan vrouwen zijn.

2. Tot welke leeftijdscategorie behoort je?

	Frequency	Percent
Valid Jonger dan 12 jaar	1	1,0
Van 12 t/m 14 jaar	1	1,0
Van 15 t/m 17 jaar	20	19,0
Van 18 t/m 20 jaar	33	31,4
Van 21 t/m 25 jaar	27	25,7
Van 26 t/m 30 jaar	4	3,8
Ouder dan 30 jaar	19	18,1
Total	105	100,0

In de tabel link is te zien hoe de leeftijden zijn verdeeld. De jongeren in de leeftijd van 18 t/m 20 jaar (31,4%) en 21 t/m 25 jaar (25,7%) zijn het meest vertegenwoordigd. Jongeren van 12 t/m 14 jaar of jonger zijn het minst vertegenwoordigd (1%).

3. Wat is je opleidingsniveau?

	Frequency	Percent
Valid VMBO	8	7,6
HAVO	16	15,2
VWO	12	11,4
MBO	32	30,5
HBO	29	27,6
Universitair	8	7,6
Total	105	100,0

In deze tabel is te zien dat het grootste gedeelte (30,5%) van de huidige doelgroep een MBO niveau heeft. Al snel volgt een HBO niveau (27,6%).

4. Van welke social media kanalen heb je een account? (meerdere antwoorden mogelijk)

Facebook (90,2%) wordt het meest gebruikt onder de huidige doelgroep. Hyves komt daar kort achteraan (82,4%). De verrassing is dat een behoorlijk groot deel van de respondenten een YouTube account (69,6%) heeft. Minder dan de helft heeft ook een Twitter account.

MySpace is vroeger een lange tijd populair geweest voor muziek en bandjes. Maar

wordt nu in het nauw gedreven door nieuwe social media kanalen. Slechts 7,4% van de huidige doelgroep heeft een account op Myspace.

Dichotomy group tabulated at value 1. 1		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	Hyves account	84	24,0%	82,4%
	Facebook account	92	26,3%	90,2%
	Twitter account	44	12,6%	43,1%
	MySpace account	26	7,4%	25,5%
	YouTube account	71	20,3%	69,6%
	LinkedIn account	18	5,1%	17,6%
	Foursquare account	5	1,4%	4,9%
	Netlog account	3	,9%	2,9%
	Anders	7	2,0%	6,9%
	Total	350	100,0%	343,1%

Hoeveel van de respondenten maken daadwerkelijk gebruik van online sociale netwerken:

	Frequency	Percent
Valid Wel	102	97,1
Niet	3	2,9
Total	105	100,0

Deze vraag is een onderdeel van vraag 4. Interessant om te zien dat er maar 3 respondenten zijn die helemaal geen gebruik maken van social media. Dit waren respondenten die de enquête tijdens het bezoek van Rock & Roll Friday hebben ingevuld.

5. Hoe vaak maak je gebruik van je account op volgende social media kanalen?

Hyves		Frequency	Percent
Valid	elke dag	35	33,3
	meerdere keren per week	28	26,7
	slechts een paar keer per maand	16	15,2
	niet meer	6	5,7
	n.v.t.	20	19,0
	Total	105	100,0

Hyves is onder de huidige doelgroep nog niet afgeschreven. Veel respondenten maken nog elke dag (33,3%) gebruik van Hyves en als het niet elke dag is, dan wel meerdere keren per week (26,7%).

Facebook		Frequency	Percent
Valid	elke dag	57	54,3
	meerdere keren per week	28	26,7
	slechts een paar keer per maand	7	6,7
	niet meer	1	1,0
	n.v.t.	12	11,4
	Total	105	100,0

Zoals ook uit vraag 4 bleek is Facebook het meest populair onder de huidige doelgroep. Meer dan de helft maakt elke dag (54,3%) gebruik van dit kanaal. Daarna volgt het antwoord 'meerdere keren per week' (26,7%).

Twitter		Frequency	Percent
Valid	elke dag	18	17,1
	meerdere keren per week	6	5,7
	slechts een paar keer per maand	13	12,4
	niet meer	7	6,7
	n.v.t.	61	58,1
	Total	105	100,0

Ondanks dat Twitter volgens de media een hippe trend is, zien we dat niet terug binnen de huidige doelgroep van Twentietoe. Meer dan de helft (58,1%) heeft geen Twitter account. Maar 17,1% gebruikt het elke dag.

MySpace		Frequency	Percent
Valid	elke dag	0	0
	meerder keren per week	4	3,8
	slechts een paar keer per maand	9	8,6
	niet meer	13	12,4
	n.v.t.	79	75,2
	Total	105	100,0

Zoals ook uit deze tabel blijkt; MySpace is passé. Ruim driekwart (75,2%) van de doelgroep gebruikt geen MySpace. Niemand heeft het antwoord 'elke dag' ingevuld en maar een klein aantal (3,8%) gebruikt het meerdere keren per week.

Youtube		Frequency	Percent
Valid	elke dag	18	17,1
	meerdere keren per week	31	29,5
	slechts een paar keer per maand	20	19,0
	niet meer	2	1,9
	n.v.t.	34	32,4
	Total	105	100,0

Meer dan de helft heeft wel een YouTube account, maar het gebruik daarvan is verdeeld. (29,5%) gebruikt YouTube meerdere keren per week.

LinkedIn		Frequency	Percent
Valid	elke dag	5	4,8
	meerdere keren per week	5	4,8
	slechts een paar keer in de maand	6	5,7
	niet meer	2	1,9
	n.v.t.	87	82,9
	Total	105	100,0

Met LinkedIn heeft de doelgroep niet zo heel veel. Meer dan driekwart heeft geen LinkedIn account en de respondenten die het wel hebben maken er voornamelijk slechts een paar keer per maand gebruik van.

Foursquare		Frequency	Percent
Valid	meerdere keren per week	1	1,0
	slechts een paar keer per maand	3	2,9
	niet meer	1	1,0
	n.v.t.	100	95,2
	Total	105	100,0

Bijna niemand maakt gebruik van Foursquare (95,2%).

Netlog		Frequency	Percent
Valid	slechts een paar keer per maand	2	1,9
	niet meer	2	1,9
	n.v.t.	101	96,2
	Total	105	100,0

Nog minder jongeren van de doelgroep maken gebruik van Netlog (96,2%).

6. Hoe vaak kom je in Twentietoe?

		Frequency	Percent
Valid	wekelijks	30	28,6
	maandelijks	19	18,1
	aantal keer per jaar	45	42,9
	Ik kom nooit (meer) in Twentietoe	11	10,5
	Total	105	100,0

Een heel groot gedeelte komt een aantal keer per jaar (42,9%) in Twentietoe. Meer dan een kwart komt er wekelijks (28,6%). Toch komt er van de huidige doelgroep een klein gedeelte (10,5%) nooit meer in Twentietoe. Dit betreft een gedeelte dat toch verbonden is met Twentietoe. Als er niets aan gedaan wordt kan dit meer worden.

7. Op welk gebied moet er volgens jou meer georganiseerd worden?(meerdere antwoorden mogelijk)

Meer dan de helft (62,5%) vindt dat er meer rockmuziek moet komen in Twentietoe. Ook meer dan de helft (52,9%) vindt dat Twentietoe meer festivals moet organiseren. Aan de muzieksmaak te zien, zal een festival gepaard gaan met rock.

De huidige doelgroep geeft de voorkeur aan meer Festivals en Rockmuziek;

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	danceparty's	27	11,7%	26,0%
	festivals	55	23,9%	52,9%
	films	15	6,5%	14,4%
	theater	15	6,5%	14,4%
	dans	10	4,3%	9,6%
	rock	65	28,3%	62,5%
	urban/hiphop	12	5,2%	11,5%
	dj's	19	8,3%	18,3%
	anders	12	5,2%	11,5%
Total		230	100,0%	221,2%

a Dichotomy group tabulated at value 1.

8. Hoe vaak bekijk je de Hyves- of Facebookpagina van Twentietoe?

	Frequency	Percent
Valid		
wekelijks	8	7,6
maandelijks	27	25,7
aantal keer per jaar	40	38,1
Ik bekijk de Hyves- of Facebookpagina van Twentietoe nooit meer	30	28,6
Total	105	100,0

Het grootste gedeelte van de respondenten bekijkt de Hyves- of Facebookpagina een aantal keer per jaar (38,1%). Maar daarna komt een groot gedeelte nooit meer op één van deze pagina's (28,6%).

9. Kom je wel eens op de website van Twentietoe?

	Frequency	Percent
Valid		
wekelijks	6	5,7
maandelijks	17	16,2
aantal keer per jaar	45	42,9
ik kom nooit op de website van Twentietoe	37	35,2
Total	105	100,0

Het grootste gedeelte van de respondenten bekijkt de website een aantal keer per jaar (42,9%). Maar daarna komt een groot gedeelte nooit meer op één van deze pagina's (35,2%).

10. Wat doe jij het meest op je sociale netwerk? (meerdere antwoorden mogelijk)

De cijfers liggen bij deze vraag dicht bij elkaar. Het grootste gedeelte van de doelgroep bekijkt het meest berichten van anderen. Kort daarachter plaatst de doelgroep zelf berichten(67,6%). Ook populair onder de doelgroep is het bekijken van foto's, meer dan de helft doet dit graag(56,9%).

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	Berichten posten	69	25,7%	67,6%
	Berichten van anderen bekijken	70	26,1%	68,6%
	Foto's posten	20	7,5%	19,6%
	Foto's bekijken	58	21,6%	56,9%
	YouTube video's posten	7	2,6%	6,9%
	YouTube video's bekijken	34	12,7%	33,3%
	Discussiëren op fora	4	1,5%	3,9%
	Anders	6	2,2%	5,9%
Total		268	100,0%	262,7%

a Dichotomy group tabulated at value 1.

11. Waarmee bekijk jij je social media kanalen?

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	mobiel	54	33,8%	51,9%
	computer	97	60,6%	93,3%
	tablet	4	2,5%	3,8%
	gameconsole	3	1,9%	2,9%
	Anders	2	1,3%	1,9%
Total		160	100,0%	153,8%

Nagenoeg iedereen (93,3%) bekijkt zijn of haar social media kanalen via de computer. Ruim de helft (51,9%) doet dit ook via zijn of haar mobieltje.

a Dichotomy group tabulated at value 1.

12. Wat zou je graag willen zien op de social media pagina's van Twentietoe? (meerdere antwoorden mogelijk)

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
wat wil je zien op social media.(a)	programmering	72	27,7%	69,9%
	meer info over de bands/acts/event	65	25,0%	63,1%
	filmpjes	53	20,4%	51,5%
	foto's v/d evenementen	55	21,2%	53,4%
	een actieve discussieplek	14	5,4%	13,6%
	Anders	1	,4%	1,0%
Total		260	100,0%	252,4%

Het liefst ziet de huidige doelgroep de programmeringlijst via social media(69,9%), met daarbij achtergrond en informatie van de betreffende bands/acts die spelen(63,1%). Het minst populair is een actieve discussieplek(13,6%).

a Dichotomy group tabulated at value 1.

13. Wat vind jij een betere plek om informatie van te krijgen?

		Frequency	Percent
Valid	social media	23	21,9
	De website van Twentietoe	13	12,4
	beide	69	65,7
	Total	105	100,0

De doelgroep vindt dat er geen keuze gemaakt moet worden tussen social media en de website van Twentietoe. Het grootste gedeelte (65,7%) vindt dat er zowel via de website als via social media pagina's informatie moet worden verstrekt.

3.3.2 Uitkomsten Enquête potentiële doelgroep

Deze enquête is met de hand ingevuld door scholieren van alledrie de locaties van het RSG Lingecollege. In onderstaande tabel is te zien dat 179 respondenten (58,3%) van de locatie Heiligestraat, 28 respondenten (9,1%) van de locatie Rozenstraat en 100 respondenten (32,6%) van de locatie Teisterbantlaan deze enquête hebben ingevuld. In totaal hebben **307** respondenten deze enquête volledig ingevuld.

Op welke locatie zit je?

		Frequency	Percent
Valid	Heiligestraat	179	58,3
	Rozenstraat	28	9,1
	Teisterbantlaan	100	32,6
	Total	307	100,0

1. Ben je een jongen of meisje?

		Frequency	Percent
Valid	jongen	105	52,2
	meisje	96	47,8
	Total	201	100,0

Onder de respondenten waren er 105 jongens (52,2%) en 96 meisjes (47,8%). Dit aantal is dus vrijwel gelijk.

2. Wat is je leeftijd?

		Frequency	Percent
Valid	Jonger dan 13 jaar	1	0,3
	13/14	77	25,1
	15/16	182	59,3
	17/18	43	14,0
	Ouder dan 18	4	1,3
	Total	307	100,0

In de tabel links is te zien hoe de leeftijden zijn verdeeld. De jongeren in de leeftijd van 15 t/m 16 jaar (59,3%) zijn het meest vertegenwoordigd. Jongeren jonger dan 13 of ouder dan 18 jaar zijn het minst vertegenwoordigd (0,3% en 1,3%).

3. Wat is je opleidingsniveau?

	Frequency	Percent
Valid Gymnasium	3	1,0
Atheneum	71	23,1
Havo	105	34,2
Kader leerweg	54	17,6
Kader en basisberoeps leerweg	15	4,9
Basisberoeps leerweg	31	10,1
Praktijkonderwijs	28	9,1
Total	307	100,0

In deze tabel is te zien dat het grootste gedeelte (34,2%) van de potentiële doelgroep een HAVO niveau heeft.

4. Van welke social media kanalen heb je een account? (meerdere antwoorden mogelijk)

Hyves (93,7%) wordt duidelijk het meest gebruikt onder de potentiële doelgroep. YouTube komt daar verrassend achteraan (75,7%). Facebook blijkt ook populair te zijn onder de scholieren, meer dan de helft heeft een account (58,7%), maar eindigt wel op de 3^e plek.

Ook hier is te zien dat het met MySpace gedaan is. Maar 8,3% van de doelgroep heeft een account op Myspace.

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	Hyves account	281	32,7%	93,7%
	Facebook account	176	20,5%	58,7%
	Twitter account	115	13,4%	38,3%
	MySpace account	25	2,9%	8,3%
	YouTube account	227	26,4%	75,7%
	LinkedIn account	5	,6%	1,7%
	Foursquare account	3	,3%	1,0%
	Netlog account	12	1,4%	4,0%
	Anders	15	1,7%	5,0%
Total		859	100,0%	286,3%

a Dichotomy group tabulated at value 1.

Hoeveel van de respondenten maken daadwerkelijk gebruik van online sociale netwerken:

	Frequency	Percent
Valid ja	302	98,4
nee	5	1,6
Total	307	100,0

Deze vraag is een onderdeel van vraag 4. Interessant om te zien dat er 5 respondenten zijn die helemaal geen gebruik maken van social media.

5. Hoe vaak maak je gebruik van je account op de volgende sites?

Hyves?	Frequency	Percent
Valid elke dag	170	55,4
meerdere keren per week	75	24,4
slechts een paar keer per maand	23	7,5
niet meer	16	5,2
n.v.t.	23	7,5
Total	307	100,0

Hyves is onder de potentiële doelgroep het meest populair. Meer dan de helft gebruikt Hyves elke dag(55,4%) en anders wel meerdere keren per week(24,4%). Dit maakt Hyves een belangrijk medium voor Twentietoe.

Facebook		Frequency	Percent
Valid	elke dag	76	24,8
	meerdere keren per week	46	15,0
	slechts een paar keer per maand	40	13,0
	niet meer	17	5,5
	n.v.t.	128	41,7
	Total	307	100,0

Facebook wordt verrassend minder gebruikt. Toch gebruikt bijna een kwart Facebook elke dag (24,8%). Maar voor een groot deel is Facebook n.v.t. (41,7%)

Twitter		Frequency	Percent
Valid	elke dag	70	22,8
	meerdere keren per week	21	6,8
	slechts een paar keer per maand	10	3,3
	niet meer	17	5,5
	n.v.t.	189	61,6
	Total	307	100,0

Ondanks dat Twitter volgens de media een hippe trend is. Zien we dat niet terug binnen de huidige doelgroep van Twentietoe. Meer dan de helft (61,6%) heeft geen Twitter account. Diegene die het wel gebruiken zijn dan ook wel fanatiek elke dag aan het Twitteren (22,8%).

MySpace		Frequency	Percent
Valid	elke dag	3	1,0
	meerder keren per week	5	1,6
	slechts een paar keer per maand	5	1,6
	niet meer	11	3,6
	n.v.t.	283	92,2
	Total	307	100,0

Net zoals de huidige doelgroep is ook bij de potentiële doelgroep MySpace passé. Bijna niemand (92,2%) van de doelgroep gebruikt MySpace. Maar 1% gebruikt het 'elke dag'.

Youtube		Frequency	Percent
Valid	elke dag	150	48,9
	meerdere keren per week	59	19,2
	slechts een paar keer per maand	15	4,9
	niet meer	7	2,3
	n.v.t.	76	24,8
	Total	307	100,0

Bijna de helft (48,9%) gebruikt YouTube elke dag. Daarna wordt YouTube meerdere keren per week (29,5%) gebruikt.

LinkedIn		Frequency	Percent
Valid	meerdere keren per week	2	0,7
	slechts een paar keer in de maand	2	0,7
	niet meer	3	1,0
	n.v.t.	300	97,7
	Total	307	100,0

Met LinkedIn heeft de doelgroep niets. LinkedIn is ook meer voor bedrijven en werkende volwassenen die netwerken willen opbouwen. Bijna niemand heeft een LinkedIn account (97,7%).

Foursquare		Frequency	Percent
Valid	meerdere keren per week	1	0,3
	niet meer	3	1,0
	n.v.t.	303	98,7
	Total	307	100,0

Bijna niemand maakt gebruik van Foursquare (98,7%).

Netlog		Frequency	Percent
Valid	elke dag	1	0,3
	meerdere keren in de week	1	0,3
	slechts een paar keer per maand	1	0,3
	niet meer	9	2,9
	n.v.t.	295	96,1
	Total	307	100,0

Ook Netlog is niet populair, er wordt dan ook zo goed als geen gebruik van gemaakt (96,1%).

6. Ken je Twentietoe?

		Frequency	Percent
Valid	Ja, maar ben er nog nooit geweest	44	14,3
	Ja, ik ben er wel eens geweest.	186	60,6
	Ja, ik kom er regelmatig	42	13,7
	Nee, ik ken Twentietoe niet.	35	11,4
	Total	307	100,0

De cijfers vallen mee. 11,4% kent Twentietoe helemaal niet en 14,3% is er nog nooit geweest. Maar meer dan de helft is wel eens in Twentietoe geweest. Dit komt waarschijnlijk door de disco avonden die vroeger werden georganiseerd.

7. Op welk gebied moet er volgens jou meer georganiseerd worden? (meerdere antwoorden mogelijk)

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	danceparty's	80	14,2%	28,5%
	festivals	77	13,6%	27,4%
	films	20	3,5%	7,1%
	theater	59	10,4%	21,0%
	dans	73	12,9%	26,0%
	rock	69	12,2%	24,6%
	urban/hiphop	114	20,2%	40,6%
	dj's	46	8,1%	16,4%
	Anders	27	4,8%	9,6%
Total		565	100,0%	201,1%

De potentiële doelgroep is verdeeld in muzieksmaak. Veel cijfers liggen dichtbij elkaar, maar de stijl die er toch uitsteekt is urban/hiphop (40,6%) Daarna volgen de danceparty's (28,5%). De huidige doelgroep geeft de voorkeur aan meer Festivals en Rockmuziek.

a Dichotomy group tabulated at value 1.

8. Ben je wel eens op de Hyves- of Facebookpagina van Twentietoe geweest?

	Frequency	Percent
Valid ja	46	15,0
nee	261	85,0
Total	307	100,0

Het grootste gedeelte van de respondenten is nog nooit op één van de social media kanalen van Twentietoe geweest(85%).

9. Ben je wel eens op de website van Twentietoe geweest?

	Frequency	Percent
Valid ja	63	20,5
nee	244	79,5
Total	307	100,0

Het grootste gedeelte van de respondenten is nog nooit op de website van Twentietoe geweest(79,5%).

10. Wat doe je het meest op je sociale netwerk? (meerdere antwoorden mogelijk)

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	Berichten posten	164	22,0%	53,8%
	Berichten van andere bekijken	133	17,9%	43,6%
	Foto's posten	29	3,9%	9,5%
	Foto's bekijken	169	22,7%	55,4%
	YouTube video's posten	16	2,2%	5,2%
	YouTube video's bekijken	209	28,1%	68,5%
	Discussiëren op fora	9	1,2%	3,0%
	Anders	15	2,0%	4,9%
Total		744	100,0%	243,9%

Het is erg duidelijk dat de potentiële doelgroep voornamelijk YouTube video's bekijkt via social media kanalen (68,5%). Daarna is het bekijken van foto's (55,4%) populair en het plaatsen van berichten (53,8%).

a Dichotomy group tabulated at value 1.

11. Waarmee bekijk jij je social media kanalen? (meerdere antwoorden mogelijk)

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	mobiel	176	32,1%	57,7%
	computer	294	53,6%	96,4%
	tablet	31	5,6%	10,2%
	gameconsole	35	6,4%	11,5%
	Anders	13	2,4%	4,3%
Total		549	100,0%	180,0%

Zo goed als iedereen (96,4%) bekijkt zijn of haar social media kanalen via de computer. Meer dan de helft (57,7%) doet dit ook via zijn of haar mobieltje.

a Dichotomy group tabulated at value 1.

12. Wat zou je graag willen zien op de social media pagina's van een podium als Twentietoe? (meerdere antwoorden mogelijk)

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	programmering	97	18,0%	32,0%
	meer info over de bands/acts/event	112	20,8%	37,0%
	filmpjes	180	33,4%	59,4%
	foto's v/d evenementen	124	23,0%	40,9%
	een actieve discussieplek	25	4,6%	8,3%
	Anders	1	,2%	0,3%
Total		539	100,0%	177,9%

Het liefst ziet de doelgroep meer filmpjes op de social media pagina's van Twentietoe (59,4%). Het plaatsen van foto's van de evenementen komt op de tweede plek (40,9%). Het minst populair is een actieve discussieplek(8,3%).

a Dichotomy group tabulated at value 1.

13. Wat vind jij een betere plek om informatie van te krijgen?

		Frequency	Percent
Valid	social media	98	31,9
	De website van Twentietoe	67	21,8
	beide	142	46,3
Total		307	100,0

De potentiële doelgroep is verdeeld over waar de informatie het beste vandaan moet komen. Zowel via de website als via de social media pagina's lijkt dan de beste optie (46,3%).

3.3.3 Anders

De respondenten konden door middel van antwoordmogelijkheid: 'anders' ook zelf antwoorden formuleren. Dit heb ik gedaan om een zo goed mogelijk beeld te krijgen van de doelgroepen. Ik wilde voorkomen dat zij zich beperkt voelden in hun antwoorden.

De uitkomsten van de huidige doelgroep
Van welke social media kanalen heb je een account?

Kanalen	Hoeveel respondenten
drumbrother.nl	1
Tumblr	1
mIRC	1

last.fm	1
blackbunny.nl x2	2
Soundcloud	1
Newsaxon,	1
vampirefreaks	1

Op welk gebied moet er volgens jou meer georganiseerd worden?

Stijlen	Hoeveel respondenten
Dubstep	2
Reggae	1
Disco avonden	1
Metal	3
Stand-up comedy	1
Rave	2
Meer live muziek	1

Wat doe je het meest op je sociale netwerk?

Activiteiten	Hoeveel respondenten
Spelletjes	2
Band promoten	1
Chatten	2

Waarmee bekijk jij je social media kanalen?

Bekijk met:	Hoeveel respondenten
Laptop	2

Wat zou je graag willen zien op de social media pagina's van een podium als Twentietoe?

Wat wil je zien?	Hoeveel respondenten
Meer inbreng eigen publiek	1
Interactie met bands	1

De uitkomsten van de potentiële doelgroep

Van welke social media kanalen heb je een account?

Kanalen	Hoeveel respondenten
Tagged	3
Ligtv.com.tr	1
Runescape	3
War Rock	1
Go supermodel	1
Partyflock	1
Tumblr	2
Web-log	1
Flickr	1
101 Barz	1
Schüller vz	1
Formspring	1
Blogger	1

Op welk gebied moet er volgens jou meer georganiseerd worden?

Stijlen	Hoeveel respondenten
Tentfeesten	1
House	2
Oude Rock & Roll	1
Drive Inns	1
Hardstyle	1
Disco's	10
sport	3
Rap	1
Talentedjachten	1
Streetdance	1
Clubs	2
Hardcore	1
Funk	1
Nederlandstalig	1
Open podia	1
Reggeaton	1

Het organiseren van disco avonden springt hier wel uit. Veel scholieren missen de avonden van vroeger.

Wat doe je het meest op je sociale netwerk?

Activiteiten	Hoeveel respondenten
Chatten	11
Spelletjes	6

Waarmee bekijk jij je social media kanalen?

Bekijk met:	Hoeveel respondenten
Laptop	6
iPod	7

Wat zou je graag willen zien op de social media pagina's van een podium als Twentietoe?

Wat wil je zien?	Hoeveel respondenten
Nog meer spelletjes	1

4. Conclusies

In dit hoofdstuk worden de conclusies beschreven vanuit de verschillende onderzoeken. De conclusies vanuit het kwantitatieve deel van het onderzoek zijn gebaseerd op de resultaten van de enquête die is afgenomen onder de huidige en potentiële doelgroep van Twentietoe.

Ook wordt er een concreet antwoord gegeven op de volgende subvragen:

- Hoe maakt Twentietoe op dit moment gebruik van social media?
- Wat doet en wil de potentiële doelgroep met social media?
- Waar ligt de interesse van de potentiële doelgroep?
- Wat doet en wil de huidige doelgroep met social media?
- Waar ligt de interesse van de huidige doelgroep?

4.1 Social media

Hoe maakt Twentietoe op dit moment gebruik van social media?

Het mag duidelijk zijn dat Twentietoe niet optimaal gebruik maakt van social media. Er zijn teveel Hyves/Spotpagina's van Twentietoe en met MySpace wordt helemaal niets gedaan. Ondanks de hoeveelheid beeldmateriaal dat Twentietoe tot zijn beschikking zou kunnen hebben van evenementen en concerten, beschikt Twentietoe niet over een eigen YouTube kanaal om daar gebruik van te maken. Van Facebook wordt daarentegen redelijk gebruik gemaakt.

Er zijn tal van mogelijkheden met social media, maar Twentietoe beschikt niet over voldoende kennis om goed met deze trend om te gaan. Een trend die zich zal voortzetten en alleen maar groter zal worden in de toekomst. Het beheren van meerdere social media accounts met softwareprogramma's zoals Tweetdeck is een tijdbesparende manier van 'sociaal zijn', waar Twentietoe niets mee doet.

4.2 Concurrentie

Grotere namen zoals Doornroosje, Tivoli en Luxor Live doen ook aan social media. Ondanks dat er geen directe concurrenten zijn binnen Tiel, kan kijken naar de concurrentie toch handig zijn.

Goede punten van deze grote namen zijn:

Facebook:

- Het plaatsen van de programmering onder het kopje 'evenementen';
- Het reageren op reacties van bezoekers/vrienden, dit zorgt voor betrokkenheid;
- 2 a 3 keer per week een berichtje, foto of filmpje plaatsen;
- Het regelmatig plaatsen resulteert in reacties;

Hyves:

- Heel erg up-to-date met de 'wie, wat, waar?';
- Foto's en video's van bands die zijn geweest of nog moeten komen;
- Veel gebruik maken van het blog, voor bekendmakingen en het bevestigen van namen;
- Goed linken naar andere social media pagina's;
- Bezoekers worden betrokken in nieuwe ontwikkelingen;

Door vaker naar de concurrent te kijken, worden medewerkers enthousiast gemaakt en getriggerd om ook meer tijd te steken in social media.

4.3 Enquêtes

Huidige doelgroep

Wat doet en wil de huidige doelgroep met social media?

Waar ligt de interesse van de huidige doelgroep?

Er zijn meer mannen dan vrouwen binnen de huidige doelgroep van Twentietoe. Minder dan de helft heeft een Twitter account, maar gezien de leeftijd, die tussen de 18 en 25 jaar ligt, had ik dit hoger verwacht. De doelgroep heeft grotendeels een mbo en hbo niveau en dit betekent dat er onder de huidige doelgroep veel studenten zijn.

Vooraf voor Twentietoe is het belangrijk om te weten waar hun doelgroep het meest gebruik van maakt. Facebook wordt het meest gebruikt onder de huidige doelgroep. Hyves komt daar kort achteraan. De verrassing is dat een behoorlijk groot deel van de respondenten een YouTube account heeft. MySpace daarentegen kan gezien de cijfers worden opgedoekt. In de cijfers komt naar voren dat Facebook door meer dan de helft van de doelgroep elke dag wordt gebruikt. LinkedIn, MySpace, Foursquare en Netlog zijn niet de moeite waard om tijd in te steken voor een bedrijf als Twentietoe.

Meer dan de helft van de huidige doelgroep wil graag dat Twentietoe meer op het gebied van rockmuziek en festivals organiseert.

Het grootste gedeelte van de doelgroep besteedt de meeste tijd aan het bekijken van berichten van anderen. Dit wordt gevolgd door een deel dat zelf graag berichten plaatst. Ook populair onder de doelgroep is het bekijken van foto's. Het liefst ziet de huidige doelgroep de programmering van Twentietoe via social media, met daarbij achtergronden en informatie van de betreffende bands/acts die spelen. Hier kan goed op worden ingespeeld.

Bijna iedereen bekijkt zijn of haar social media kanalen via de computer. Ongeveer de helft doet dit ook via zijn of haar mobieltje. Maar dat betekent ook dat een groot gedeelte dat niet doet.

Een aantal van de huidige doelgroep heeft zelf een antwoord geformuleerd. Maar hier komen geen overtuigende cijfers naar voren, om er ook daadwerkelijk iets mee te doen.

Potentiële doelgroep

Wat doet en wil de potentiële doelgroep met social media?

Waar ligt de interesse van de potentiële doelgroep?

De grootste groep ligt in de leeftijd van 15 t/m 16 jaar. Dit is een goed gemiddelde van de doelgroep van Twentietoe.

Hyves wordt duidelijk het meest gebruikt onder de potentiële doelgroep. YouTube komt daar verrassend achteraan. Facebook blijkt ook populair te zijn onder de scholieren, meer dan de helft heeft een account, maar eindigt wel op de 3^e plek. Hieruit blijkt wel dat YouTube een medium is waar Twentietoe nog heel veel 'winst' mee kan behalen. Ook hier is te zien dat het met MySpace gedaan is. In de cijfers komt naar voren dat Hyves door meer dan de helft van de doelgroep elke dag wordt gebruikt. LinkedIn, MySpace, Foursquare en Netlog zijn net als bij de huidige doelgroep niet de moeite waard om tijd in te steken voor een bedrijf als Twentietoe.

De potentiële doelgroep heeft duidelijk een andere muzieksmaak. De stijl die er uitspringt is urban/hiphop, gevolgd door danceparty's.

Het grootste gedeelte van de doelgroep is nog nooit op de website of één van de social media kanalen geweest. Hier kan dus nog 'winst' behaald worden. Toch vinden ze dat er zowel via social media als via de website informatie moet worden verstrekt.

De meeste van de doelgroep bekijken het liefst filmpjes, foto's en berichten via hun sociaal netwerk. Daarna plaatst de doelgroep zelf graag berichten. Hieruit blijkt maar weer eens hoe belangrijk YouTube is.

Zo goed als iedereen bekijkt zijn of haar social media kanalen via de computer. Ongeveer de helft doet dit ook via zijn of haar mobieltje. . Maar dat betekent ook dat een groot gedeelte dat niet doet.

Een aantal van de potentiële doelgroep heeft zelf een antwoord geformuleerd. Het was erg opvallend dat een aantal scholieren graag disco avonden wil. Voorheen werd dit vaker georganiseerd.

Verschillen

Er is een duidelijk verschil tussen de huidige en de potentiële doelgroep. De meest opvallende verschillen zijn: bij de huidige doelgroep is Facebook het populairst en bij de potentiële doelgroep Hyves. Daarentegen blijven dezelfde social media in de top 3 van beide doelgroepen, alleen in een andere volgorde. De muzieksmaak is ook een opvallend verschil; rockmuziek en festivals van de huidige doelgroep tegen urban/hiphop en danceparty's van de potentiële doelgroep.

4.4 Aanbevelingen

In een gangbaar onderzoeksrapport rolt er uit de onderzoeken, resultaten en conclusies een aanbeveling voor een organisatie. Dit onderzoek is gericht op de communicatie van Twentietoe. Om het voor Twentietoe zo overzichtelijk mogelijk te maken zijn de aanbevelingen omgezet in een apart communicatieadvies. Hierin wordt antwoord gegeven op de overige subvragen en de hoofdvraag die in dit onderzoeksrapport niet concreet zijn beantwoord. Op deze wijze is het makkelijk en overzichtelijk voor Twentietoe om het advies te implementeren in de organisatie.

5. Bronnenlijst

Binsbergen, J. (2009). *Spot your next target. Projecten, Evenementen, Plantage en Stageteams*. Tiel: Twentietoe.

Boersema, C.E., Jong, D.B. de, Nijborg, E.M. & Pater, S.(2008) *Onderzoeksrapport Onderzoek naar stagnatie in ontwikkeling tot actief burgerschap van jongeren van 12- 17 jaar in Paramaribo*. <http://www.badsuriname.com/onderzoek/onderzoeksrapport.pdf> (18 juni 2011)

Buuren, E. van, Buuren, R. van, Buuren, R van, Buuren, S van.(2010) *Social media voor grafici*. Versie 2.1. Utrecht: Socialfamily

Cashman, S. (2003). *Thinking Big! Praktijkboek strategische marketing kunst en cultuur*, Nederlandse bewerking: 2007. Amsterdam: Bureau Promotie Podiumkunsten

CBS www.cbs.nl > thema's > vrije tijd en cultuur >publicaties > Artikelen en persberichten > 2009 > *Internet verdringt traditionele mediaproducten*. (6 juni 2011)

Dam, N. van, Marcus, J. (2005) *Een praktijkgerichte benadering van Organisatie en Management*. 5^e druk. Groningen: Wolters Noordhoff

Dijk, J., Osch, A. van & Post, M.(2007) *Onderzoeksrapport Adverteren binnen Hyves*, <http://www.scribd.com/doc/271094/Onderzoeksrapport-Adverteren-binnen-Hyves> . Versie 1.3.

Franzen, A. & Venema, F. (2007). *Syllabus SPSS 15 Enquêteverwerking en analyse*. Utrecht: Hogeschool Utrecht, Instituut voor Communicatie.

Gemeente Tiel, www.tiel.nl , zoekfunctie: bevolking > Economisch profiel > statistisch jaaroverzicht > thema bevolking.(7 april, 2011)

Huijkens, C. (2010). *Code social media, richtlijnen voor zakelijk gebruik*. 2^e druk: januari 2011. Amsterdam : Betram + de Leeuw Uitgevers

Jongeren Theaterschool Filmschool,www.jongerentheaterschool.nl/overdeijtr.html (15 april 2011)

Kuijer, A. (2011). *Think Small Grow Big, social media survival guide*. 1^e druk. Amsterdam: HUB Uitgevers

Linders, P., Otte, J. & Vos, M.(2002). *Communicatie & planning*. 1^e druk. Utrecht, Zutphen: ThiemeMeulenhoff

Maquoi, E. (2010). Artikel *Link YouTube aan Facebook of Twitter* <http://computertotaal.nl/article/20686/link-youtube-aan-facebook-of-twitter.html> (8 juni 2011)

Mirck, J. (2009). Blogg *Twitter koppelen aan Hyves* <http://www.jeroenmirck.nl/2009/02/twitter-koppelen-aan-hyves/> (8 juni 2011)

Rozendaal, F.(2010). Blogg *12 Twitter Tips (met dank aan mijn volgers!)* <http://www.frankrozendaal.nl/2010/01/07/12-twitter-tips-met-dank-aan-mijn-volgers> (9 juni 2011)

Segall, L. (2011). *MySpace slashes its staff in half*

http://money.cnn.com/2011/01/11/technology/myspace_layoffs/index.htm (23 mei 2011)

Verhoeven, N. (2007) *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. 2^e druk. Den Haag: Boom Uitgevers.

www.hzeeland.nl/~ystarre/APA-Rapportage.pdf Richtlijnen voor Rapportage: Structuur en Format. (17 juni 2011)

www.agnietenhof.nl (7 april, 2011)

www.ertussenuit.nl (7 april, 2011)

www.facebook.com (april, mei, juni 2011)

www.hyves.nl (april, mei, juni 2011)

www.plantage.info (7 april, 2011)

www.sigma-nijkerk.nl/steunpunt_vrijwilligers/organisaties/werving. Werven van vrijwilligers - 12 tips voor succesvolle werving. (11 juni 2011)

www.tweetdeck.com (april, mei, juni 2011)

BIJLAGEN

SWOT-analyse

De SWOT analyse¹⁵ bestaat uit sterke en zwakke punten van Twentietoe, maar ook de kansen en bedreigingen voor het cultuurcentrum. Deze SWOT analyse is gebaseerd op feiten en bevindingen uit de gemaakte analyses.

Sterktes • <u>Bereikbaarheid</u> Zowel per auto als openbaar vervoer goed bereikbaar. • <u>Variatie in activiteiten</u> Bands, Dance'events', dans, theater en andere activiteiten. Voor ieder wat wils. • <u>Sfeer</u> Er heerst een informele sfeer in Twentietoe. • <u>Personeel</u> Vriendelijk en hulpvaardig. • <u>Vaste bezoekers</u> Dit ontstaat vooral door mond-tot-mond reclame. Vrienden van vrienden etc. • <u>Doelgroep</u> Twentietoe heeft een brede jongerendoelgroep, met als voordeel de scholieren van het RSG Lingecollege.	Zwaktes • <u>Ligging</u> Ligt buiten het centrum. • <u>Financiën</u> Twentietoe is aangewezen op subsidie, waardoor ze een beperking hebben op de uitgaven en boekingen. • <u>Communicatie/PR</u> Er is geen eenduidige structuur. • <u>Mankracht</u> Er is weinig personeel t.o.v. de hoeveelheid taken. • <u>Social media</u> Er is wel social media, maar het wordt nog niet op de juiste manier gebruikt en ingezet. • <u>Nonchalant gedrag</u> De informele sfeer slaat te ver door in de organisatie. • <u>Geen randvoorwaarden en regels</u> Er zijn geen vaste regels opgesteld, wat het personeel wel en niet mag.
Kansen • <u>Nieuwe Media</u> Hier heb ik het met name over social media. Hiermee kan je makkelijk en snel in contact komen met de doelgroep, mits het goed gebruikt wordt. • <u>Samenwerking Lingecollege</u> Ligt vlakbij Twentietoe en bereikt door de samenwerking goed hun doelgroep. • <u>Ruim 3000 jongeren gevestigd in Tiel</u> De doelgroep is er. Nu nog bereiken. • <u>Subsidieaanvragen zijn goedgekeurd</u> De kans om meer en betere evenementen neer te zetten. • <u>Jongeren gaan op steeds jongere leeftijd uit</u> Doelgroep ligt tussen 12 – 25 jaar. • <u>Geen andere podia van hetzelfde kaliber in de nabije omgeving</u>	Bedreigingen • <u>Toenemende populariteit grotere poppodia</u> Voorbeeld: verhuizing Doornroosje naar groter pand. • <u>BTW-verhoging</u> In juli dit jaar zal de btw-verhoging voor de cultuursector van 6% naar 19% ingesteld worden. • <u>Moeilijke vrijwilligersgroep</u> Lastiger om jongeren uit te dagen om vrijwilliger te worden. • <u>Jongeren zoeken sneller het centrum op</u> Twentietoe ligt niet in het centrum. • <u>Economische crisis</u> Bezoekers houden nog steeds hand op de knip. Wordt eerst gesneden in vrijetijdsbesteding.

¹⁵ Thinking Big! Praktijkboek strategische marketing kunst en cultuur, Stephen Cashman, 2007

Beste bezoeker,

Mijn naam is Esmé Elbers en ik ben vierdejaars student Bedrijfscommunicatie aan de Hogeschool Utrecht. Mijn afstudeeropdracht maak ik voor cultuurcentrum Twentietoe. D.m.v. deze enquête wil ik meer te weten komen wat jij met social media doet en wat je graag zou willen zien van Twentietoe.

Het invullen van de enquête duurt ongeveer 5 minuten. Kruis aan wat voor jou van toepassing is en bij sommige vragen zijn meerdere antwoorden mogelijk. Alvast bedankt!

1. Wat is je geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2. Tot welke leeftijdscategorie behoor je?

- ☐ Jonger dan 12 jaar
- ☐ Van 12 t/m 14 jaar
- ☐ Van 15 t/m 17 jaar
- ☐ Van 18 t/m 20 jaar
- ☐ Van 21 t/m 25 jaar
- ☐ Van 26 t/m 30 jaar
- ☐ Ouder dan 30 jaar

3. Wat is je opleidingsniveau?

- ☐ VMBO
- ☐ HAVO
- ☐ VWO
- ☐ MBO
- ☐ HBO
- ☐ Universitair

4. Van welke social media kanalen heb je een account?

- ☐ Hyves
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ MySpace
- ☐ YouTube
- ☐ LinkedIn
- ☐ Foursquare
- ☐ Netlog
- ☐ Ik gebruik geen online sociaal netwerk
- ☐ Anders, namelijk:.....

5. Hoe vaak maak je gebruik van je account op de volgende social media kanalen?

	<i>Elke dag</i>	<i>Meerdere keren per week</i>	<i>Slechts een paar keer per maand</i>	<i>Niet meer</i>	<i>Niet van toepassing</i>
Hyves	☐	☐	☐	☐	☐
Facebook	☐	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐	☐
MySpace	☐	☐	☐	☐	☐
YouTube	☐	☐	☐	☐	☐
LinkedIn	☐	☐	☐	☐	☐
Foursquare	☐	☐	☐	☐	☐
Netlog	☐	☐	☐	☐	☐

6. Hoe vaak kom je in Twentietoe?

- ☐ Wekelijks
- ☐ Maandelijks
- ☐ Aantal keer per jaar

7. Op welk gebied moet er volgens jou meer georganiseerd worden? (je mag meerdere antwoorden aankruisen)

- ☐ Danceparty's
- ☐ Festivals
- ☐ Film
- ☐ Theater
- ☐ Dans
- ☐ Rock
- ☐ Urban/Hiphop
- ☐ DJ's
- ☐ Anders, namelijk:.....

8. Hoe vaak bekijk je de Hyves- of Facebookpagina van Twentietoe?

- ☐ Wekelijks
- ☐ Maandelijks
- ☐ Aantal keer per jaar
- ☐ Ik bekijk de Hyves- of Facebookpagina van Twentietoe nooit.

9. Kom je wel eens op de website van Twentietoe?

- ☐ Wekelijks
- ☐ Maandelijks
- ☐ Aantal keer per jaar
- ☐ Ik kom nooit op de website van Twentietoe.

10. Wat doe je het meest op je sociale netwerk? (maximaal 3 antwoorden aankruisen)

- ☐ Berichten posten
- ☐ Berichten van andere bekijken
- ☐ Foto's posten
- ☐ Foto's bekijken
- ☐ YouTube video's posten
- ☐ YouTube video's bekijken
- ☐ Discussiëren op fora
- ☐ Ik heb geen sociaal netwerk
- ☐ Anders, namelijk:.....

11. Waarmee bekijk jij je social media kanalen? (je mag meerdere antwoorden aankruisen)

- ☐ Mobiel
- ☐ Computer
- ☐ Tablet
- ☐ Gameconsole
- ☐ Ik heb geen sociaal netwerk
- ☐ Anders, namelijk:.....

12. Wat zou je graag willen zien op de social media pagina's van een podium als Twentietoe? (je mag meerdere antwoorden aankruisen)

- ☐ Programmering
- ☐ Meer informatie over de bands/acts/evenementen die er komen.
- ☐ Filmpjes
- ☐ Foto's van de evenementen
- ☐ Forum, actieve discussieplek
- ☐ Anders, namelijk:.....

13. Wat vind jij een betere plek om informatie van te krijgen?

- ☐ Social Media
- ☐ De website van Twentietoe
- ☐ Beide

Heb je nog een opmerking, mis je iets of wil je iets kwijt, dan kan dat hier;

.....

Beste scholieren,

Mijn naam is Esmé Elbers en ik ben vierdejaars student Bedrijfscommunicatie aan de Hogeschool Utrecht. Ik maak mijn afstudeeropdracht voor cultuurcentrum Twentietoe. Door middel van deze enquête wil ik meer te weten komen wat jij met social media doet en wat je graag zou willen zien van Twentietoe.

Het invullen van de enquête duurt ongeveer 5 minuten.

Kruis aan wat voor jou van toepassing is en bij sommige vragen zijn meerdere antwoorden mogelijk. Alvast bedankt!

1. Je bent een:

- ☐ Jongen
- ☐ Meisje

2. Wat is je leeftijd?

- ☐ Jonger dan 13
- ☐ 13/14
- ☐ 15/16
- ☐ 17/18
- ☐ Ouder dan 18

3. Wat is je opleidingsniveau?

- ☐ Gymnasium
- ☐ Atheneum
- ☐ Havo
- ☐ Vmbo TL
- ☐ Gemengde leerweg
- ☐ Kader leerweg
- ☐ Basisberoeps leerweg
- ☐ Praktijkonderwijs

4. Van welke social media kanalen heb je een account?

- ☐ Hyves
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ MySpace
- ☐ YouTube
- ☐ LinkedIn
- ☐ Foursquare
- ☐ Netlog
- ☐ Ik gebruik geen online sociaal netwerk
- ☐ Anders, namelijk:.....

LOCATIE:

- ☐ Heilige-sstraat
- ☐ Rozenstraat
- ☐ Teisterbantlaan

5. Hoe vaak maak je gebruik van je account op de volgende sites?

	<i>Elke dag</i>	<i>Meerdere keren per week</i>	<i>Slechts een paar keer per maand</i>	<i>Niet meer</i>	<i>Niet van toepassing</i>
Hyves	☐	☐	☐	☐	☐
Facebook	☐	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐	☐
MySpace	☐	☐	☐	☐	☐
YouTube	☐	☐	☐	☐	☐
LinkedIn	☐	☐	☐	☐	☐
Foursquare	☐	☐	☐	☐	☐
Netlog	☐	☐	☐	☐	☐

6. Ken je Twentietoe?

- ☐ Ja, maar ben er nog nooit geweest.
- ☐ Ja, ik ben er wel eens geweest.
- ☐ Ja, ik kom er regelmatig.
- ☐ Nee, ik ken Twentietoe niet.

7. Op welk gebied moet er volgens jou meer georganiseerd worden? (je mag meerdere antwoorden aankruisen)

- ☐ Danceparty's
- ☐ Festivals
- ☐ Film
- ☐ Theater
- ☐ Dans
- ☐ Rock
- ☐ Urban/Hiphop
- ☐ DJ's
- ☐ Anders, namelijk:.....

8. Ben je wel eens op de Hyves- of Facebookpagina van Twentietoe geweest?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

9. Ben je wel eens op de website van Twentietoe geweest?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

10. Wat doe je het meest op je sociale netwerk? (maximaal 3 antwoorden aankruisen)

- ☐ Berichten posten
- ☐ Berichten van andere bekijken
- ☐ Foto's posten
- ☐ Foto's bekijken
- ☐ YouTube video's posten
- ☐ YouTube video's bekijken
- ☐ Discussiëren op fora
- ☐ Anders, namelijk:.....

11. Waarmee bekijk jij je social media kanalen? (je mag meerdere antwoorden aankruisen)

- ☐ Mobiel
- ☐ Computer
- ☐ Tablet
- ☐ Gameconsole
- ☐ Anders, namelijk:.....

12. Wat zou je graag willen zien op de social media pagina's van een podium als Twentietoe? (je mag meerdere antwoorden aankruisen)

- ☐ Programmering
- ☐ Meer informatie over de bands/acts/evenementen die er komen.
- ☐ Filmpjes
- ☐ Foto's van de evenementen
- ☐ Forum, actieve discussieplek
- ☐ Anders, namelijk:.....

13. Wat vind jij een betere plek om informatie van te krijgen?

- ☐ Social Media
- ☐ De website van Twentietoe
- ☐ Beide

Heb je nog een opmerking, mis je iets of wil je iets kwijt, dan kan dat hier;

.....

.....

Brief docenten RSG Lingecollege

Onderstaande brief is bijgevoegd bij de stapel enquêtes die een aantal docenten in hun postvak op school hebben ontvangen.

Beste docent,

Mijn naam is Esmé Elbers en ik ben vierdejaars student Bedrijfscommunicatie aan de Hogeschool Utrecht. Voor mijn afstudeeropdracht schrijf ik voor cultuurcentrum Twentietoe een plan op het gebied van social media.

De scholieren van het Lingecollege zijn een potentiële doelgroep voor Twentietoe. Door middel van een enquête zou ik graag te weten willen komen wat zij met social media doen en wat zij willen zien van Twentietoe. Ik zou het erg op prijs stellen als u tijdens één van de komende CKV-lessen mijn enquête uitdeelt aan uw leerlingen.

In de bijgevoegde enveloppe vindt u de enquêtes. Wanneer u de leerlingen de enquête heeft laten invullen kunt u ze in de enveloppe doen en afgeven bij de balie van uw locatie, t.a.v. Esmé Elbers. Vrijdag 13 mei kom ik langs om de enveloppe op te halen.

Ik ga er vanuit dat ik u voldoende heb geïnformeerd, maar als er nog vragen of opmerkingen zijn hoor ik dat uiteraard graag. U kunt mailen naar esme.elbers@live.nl of bellen naar 0619679965.

Alvast bedankt!

Met vriendelijke groet,
Esmé Elbers

Enquêtebericht verspreid via social media

Voor de digitale enquête heb ik onderstaande groepsberichten verstuurd via Hyves en Facebook.

Hyves


Social Media & Twentietoe

Type:  Publieke hyves
 2011-05-20 12:56:20

Aan: [gitaarkluif](#)
 Verstuurd door: Esmé

Twentietoe

Hi Twentietoe-leden,

I need your help! Ik studeer af bij Twentietoe en doe o.a. onderzoek naar de huidige doelgroep met betrekking tot Social Media. Daar hoort een enquête bij! Maar dan heb ik wel genoeg respondenten nodig. Doe mij en Twentietoe een groot plezier en klik op onderstaande link. Het zijn 13 vragen en het duurt echt niet langer dan 5 minuten.

<http://www.enquetemaken.be/toonenquete.php?id=74773>

Alvast heel erg bedankt! 😊

Groetjes,
 Esmé
Student Bedrijfscommunicatie

Facebook



Twentietoe Tiel

I need your help! Ik studeer af bij Twentietoe en doe o.a. onderzoek naar de huidige doelgroep. Daar hoort een enquête bij! Doe mij en Twentietoe een groot plezier en klik op deze link. Het zijn 13 vragen en duurt echt niet langer dan 5 minuten. Alvast heel erg bedankt :) || Esmé.



TWENTIETOE EN SOCIAL MEDIA

www.enquetemaken.be

Mijn naam is Esmé Elbers en ik ben vierdejaars student Bedrijfscommunicatie aan de Hogeschool Utrecht. Voor mijn afstudeeropdracht schrijf ik voor cultuurcentrum Twentietoe in Tiel een communicatieplan op het gebied van social media. Ik doe ook een klein onderzoek naar de doelgroep van Twentietoe. D

Logboek

Datum	Activiteit	Besteden tijd
1 april	Heen en weer naar Utrecht voor startbijeenkomst Mariëlle	3 uur
	13:00 Afspraak Janus Twentietoe, tijd om vragen te stellen etc.	5 uur
4 april	Artikelen over Twentietoe gelezen, website doorgenomen, social media pagina's bekeken.	8 uur
5 april	Nog meer artikelen gelezen over Twentietoe. De meegekregen projectplannen van Janus doorgenomen. Gestart met organisatiebeschrijving	8 uur
6 april		
	Overleg, vragen stellen aan/met Janus. Verdieping in Twentietoe. Antwoorden op vragen verwerkt in PvA.	8 uur
7 april	Communicatieanalyse gemaakt; doelen, middelen etc. Zoeken naar concurrentie Tiel en verwerken in PvA.	8 uur
8 april	Uitzoeken welke literatuur ik ga gebruiken en wil lezen. Recensies, fora etc gelezen. Verder gewerkt aan organisatiebeschrijving.	8 uur
11 april	Uitzoeken welke literatuur ik ga gebruiken en wil lezen. Recensies, fora etc gelezen. Verder gewerkt aan organisatiebeschrijving.	3 uur
	SWOT gemaakt	5 uur
12 april	Opdrachtbeschrijving uitwerken; hoofdvraag, deelvragen etc. Maar ook knelpunten en verandering binnen bedrijf. Hoofdstukken resultaten en risico's en afspraken uitwerken.	8 uur
13 april	Vaste dag Twentietoe	-
	Bespreking met Janus, laten zien wat ik tot nu toe heb. Vragen stellen en uitwerken.	8 uur
14 april	Activiteitenlijst en strokenplanning gemaakt.	8 uur
15 april	Inleiding, inhoudsopgave gemaakt en PvA gemailld naar Mariëlle.	2 uur
18 april	Heen en weer Utrecht, 14:00 afspraak Mariëlle feedback PvA	3 uur
20 april	Vaste dag Twentietoe	
	Bespreking Janus en PvA aangepast, aan de hand v/d opmerkingen van Mariëlle.	8 uur
21 april	Laatste formulering- en spelling check en definitief PvA gemailld naar Mariëlle.	3 uur
22 april	Enquête potentiële doelgroep gemaakt.	3 uur
"	Mailcontact gehad met Janus over Enquête.	30 min
26 april	Enquête commentaar van Mariëlle en Janus verwerken.	45 min
27 april	i.p.v. Twentietoe naar de Plantage enquêtes uitprinten, ordenen en in enveloppen stoppen. Brief schrijven voor docenten Lingecollege.	3,5 uur
"	Op de locaties van het RSG Lingecollege enquêtes verspreiden in postvakken, gesprekjes met docenten.	5 uur
28 april	Literatuur verdieping 'Wat is Onderzoek' van Nel Verhoeven	8 uur
29 april	Boekje communicatie en planning gelezen en punten opgeschreven die ik kan gebruiken in mijn communicatieplan.	8 uur
	Enquête huidige doelgroep gemaakt en gemailld naar Janus.	2 uur
2 mei	Literatuur verdieping Code Social Media van Charles Huijskens	5 uur
3 mei	Literatuur verdieping Think Small Grow Big van Ab Kuijer	4 uur
4 mei	Literatuur verdieping Get Social! Van Jeanet Bathorn	5 uur
6 mei	Mail terug van Janus over enquête huidige doelgroep. Opmerkingen verwerkt.	2 uur

	In Twentietoe tijdens popavond Rock & Roll Friday enquêtes uitdelen.	6 uur
9 mei	Vragenlijst enquête huidige doelgroep verwerken in SPSS en SPSS ontdekken.	7 uur
10 mei	Digitale enquête huidige doelgroep gemaakt met www.enquetemaken.be en online gezet.	5 uur
	Bericht maken voor digitale enquête en verspreiden via Hyves en Facebook.	2 uur
11 mei	Vaste dag Twentietoe	-
	Bespreking met Janus en verder werken.	8 uur
12 mei	Op zoek gaan naar social media van concurrentie, puntsgewijs in word gezet.	8 uur
13 mei	Enquêtes opgehaald Rozenstraat en Heiligestraat.	1 uur
	Vragenlijst Enquête potentiële doelgroep verwerken in SPSS	3 uur
	Enquêtes digitaliseren	4 uur
14 mei	Enquêtes digitaliseren naar SPSS	5 uur
17 mei	Verdiepen in SPSS, literatuur, websites en fora gelezen.	6 uur
18 mei	Enquêtes opgehaald Teisterbantlaan	30 min
	Vaste dag Twentietoe	-
	Bespreking Janus en verder werken aan plan	6 uur
19 mei	Enquêtes digitaliseren naar SPSS	8 uur
20 mei	Enquête herinnering gestuurd naar de Hyves en Facebook vrienden.	30 min
21 mei	Kijken naar best practices op het gebied van social media, artikelen gelezen, YouTube filmpjes bekeken etc.	8 uur
23 mei	Internet afgespeurd naar voorbeelden van communicatieplannen en het analyseren van meerdere antwoordmogelijkheden in spss.	8 uur
24 mei	Voorblad, inleiding ,inhoudsopgave en opmaak gemaakt voor communicatieplan.	2 uur
	Geprobeerd contact op te nemen met Hyves over samenvoegen van diverse hyvespagina's. Mailtjes gestuurd naar diverse 'angels' en de huidige beheerders van de hyvespagina's.	3 uur
25 mei	Vaste dag Twentietoe	-
	Bespreking met Janus over o.a. vertraging door enquêtes. Contact zoeken met docent Lingecollege etc.	8 uur
26 mei	Afspraak Geertje Lambermond RSG Lingecollege overlegd en enquêtes opgehaald .	3 uur
	Enquêtes digitaliseren naar SPSS	7 uur
27 mei	Enquêtes digitaliseren naar SPSS	7 uur
30 mei	In handleidingen van SPSS gezocht hoe je op de juiste manier grafieken moet maken en dit uitgeprobeerd.	5 uur
	Weer mailcontact gezocht met de 'angels' van Hyves	30 min
31 mei	Nieuwe ontdekkingen toegevoegd aan organisatiebeschrijving en financiële analyse gemaakt.	8 uur
1 juni	Laatste Enquêtes opgehaald Heiligestraat	1 uur
	Hyvespagina's van Twentietoe zijn samengevoegd. Officiële Hyvespagina geüpdatet, oude en niet relevante berichten verwijderd en een andere look gegeven.	3,5 uur
	Vaste dag Twentietoe	-
	Bespreking met Janus en verder werken aan communicatieplan	8 uur
2 juni	Iets te lang enquêtes digitaliseren naar SPSS	10 uur
3 juni	Digitale enquête huidige doelgroep verwerken in SPSS	5 uur

	Enquêtes analyseren in SPSS en verwerken in Word	4 uur
6 juni	Hoofdstuk onderzoek gemaakt; enquête analyse	4 uur
	Begonnen aan social media advies	2 uur
	Paragraaf middelen geschreven	2 uur
	Poster gemaakt	3 uur
7 juni	Communicatiestrategie	2 uur
	Concurrentie & social media afmaken	3 uur
	Doelgroepanalyse gemaakt	4 uur
	Afronden social media advies	2 uur
8 juni	Vaste dag Twentietoe	-
	Gedeelte conceptversie doorgenomen met Janus en overlegd. Nieuwe elementen toegevoegd aan de organisatiebeschrijving.	8 uur
9 juni	Paragraaf planning, tijdbalk, hoofdstuk kosten en nieuwsbericht paragraaf middelen gemaakt.	9 uur
11 juni	Hoofdstuk organisatie en samenwerking en handboek gemaakt	8 uur
12 juni	Bekeken wat er in het reflectieverslag moet komen en vragen erover genoteerd.	3,5 uur
13 juni	Communicatieplan 5 keer doorgenomen op taalgebruik en het controleren van cijfers, verwijzingen etc. Ook veranderingen aangebracht in concurrentieanalyse.	8 uur
14 juni	Handboek afmaken en vormgegeven	8 uur
15 juni	Vaste dag Twentietoe	-
	Volledige conceptversie doorgenomen met Janus, en feedback Janus verwerkt.	8 uur
16 juni	Laatste formulering- en spelling check en conceptversie mailen naar Mariëlle.	4 uur
17 juni	Gesprek in Utrecht met Mariëlle over conceptversie	2 uur
	Communicatieplan opsplitsen in onderzoek en advies. Stukken bij elkaar zoeken. Stukken verwijderen. Layout veranderd, alvast groot gedeelte geknipt en geplakt.	4 uur
18 juni	Hoofdstuk onderzoeksanpak geschreven,	8 uur
19 juni	Enquête uitkomsten voorzien van toelichtingstekst. Hoofdstuk conclusies geschreven.	9 uur
20 juni	Laatste stukken toevoegen aan onderzoeksrapport en doornemen op spelling en formulering.	10 uur
21 juni	Communicatieadvies geschreven, goede layout gemaakt en gecontroleerd op spelling en formulering.	10 uur
22 juni	Reflectieverslag geschreven	8 uur
TOTAAL:		433 uur en 15 minuten