

2014

Resultaten enquête communicatie Erfgoedcel Hasselt



Shana Tielemans

Stagiaire

Erfgoedcel Hasselt

Een paar weken geleden nam Shana Tielemans, stagiaire bij de Erfgoedcel Hasselt, een enquête af over de communicatie van de erfgoedcel.

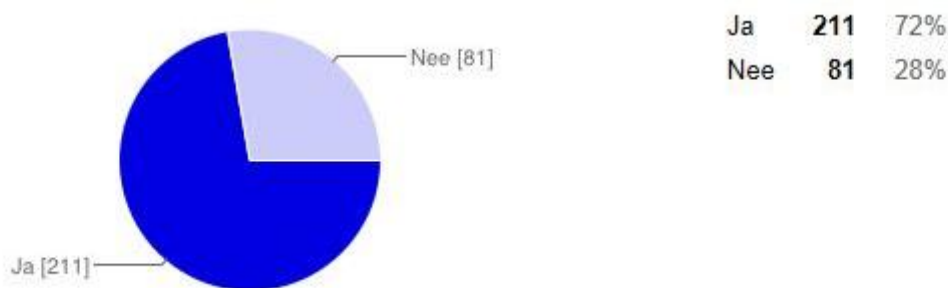
Doel was om een antwoord te krijgen op volgende vragen:

- 1) Is Erfgoedcel Hasselt gekend bij de mensen? Kennen ze de werking en activiteiten van de erfgoedcel?
- 2) Welke communicatiekanalen van de erfgoedcel zijn “succesvol”, bereiken het doelpubliek?
Enkel de *structurele* communicatiekanalen werden onder de loep genomen:
 - website www.erfgoedcelhasselt.be
 - maandelijkse nieuwsbrief
 - maandelijkse rubriek “Portie Erfgoed” op TV Limburg
 - facebookpagina
- 3) Wat vinden mensen van de communicatie van de erfgoedcel? Is die duidelijk, aantrekkelijk ...?
- 4) Vraag 1 werd bij de erfgoedsector vervangen door een andere vraag: Waarvoor gebruik je de communicatiekanalen van de erfgoedcel?

In totaal werd de enquête 406 keer ingevuld, waarvan 114 door de erfgoedsector en 292 door het ruime publiek.

1. Naamsbekendheid & kennis van de werking van de erfgoedcel → enkel bevraagd bij het ruime publiek

Ken je Erfgoedcel Hasselt?



Het is moeilijk om conclusies te trekken uit deze vraag. Slechts een 120-tal (van de 292) enquêtes werd immers ingevuld op de wekelijkse markt op het Kolonel Dusartplein. De andere enquêtes werden ingevuld door kennissen van de erfgoedcel, bijvoorbeeld facebookcontacten.

Van de 72% die Erfgoedcel Hasselt kent, neemt zo’n 60% deel aan de georganiseerde activiteiten.

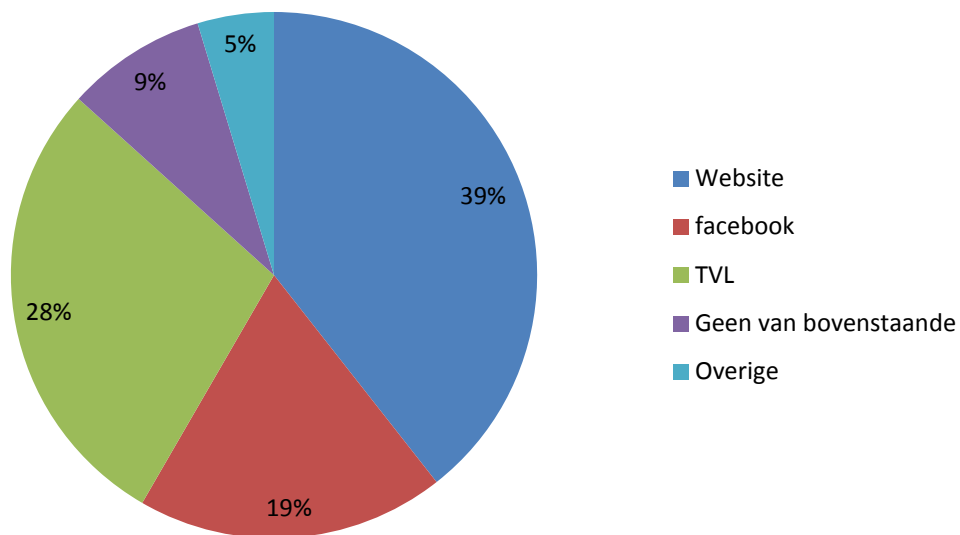
Ken je de activiteiten die Erfgoedcel Hasselt in samenwerking met andere partners organiseert?



Deze vraag geeft wellicht een correcter beeld. Eén vierde zegt activiteiten als Erfgoeddag en Warm aanbevolen wel te herkennen, maar weet niet altijd precies wat het inhoudt.

2. Effectiviteit communicatiekanalen → bevraagd bij ruime publiek en erfgoedsector

Welke communicatiekanalen ken je?

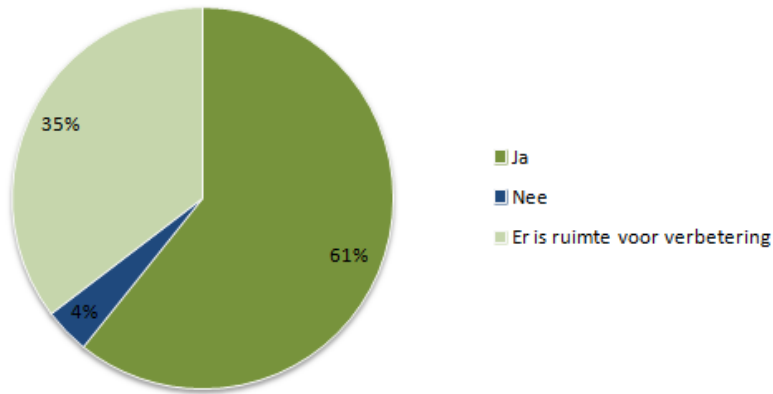


De website van Erfgoedcel Hasselt is het best gekende communicatiekanaal. Meer dan één vierde duidt ook TV Limburg aan, maar slechts een klein deel van hen zegt ook Portie Erfgoed te kennen. Wellicht is dit voor een stuk te wijten aan de herkenbaarheid van het item “Portie Erfgoed” in de uitzending.

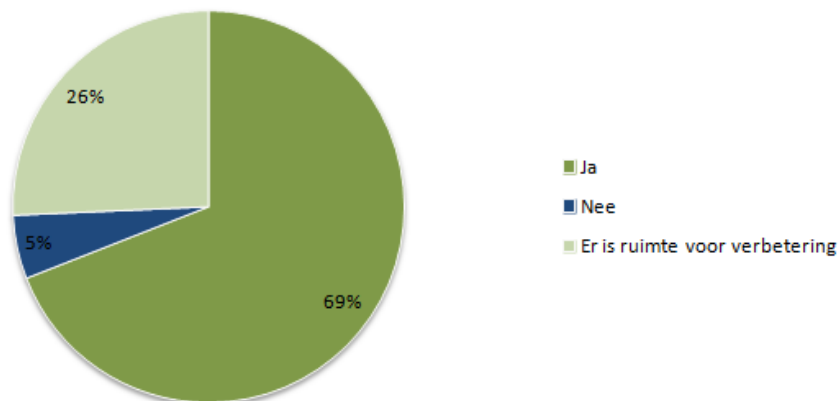
De website en nieuwsbrief van de erfgoedcel blijken de meest gebruikte communicatiekanalen.

3. Evaluatie van de communicatiekanalen → bevraagd bij ruime publiek en erfgoedsector

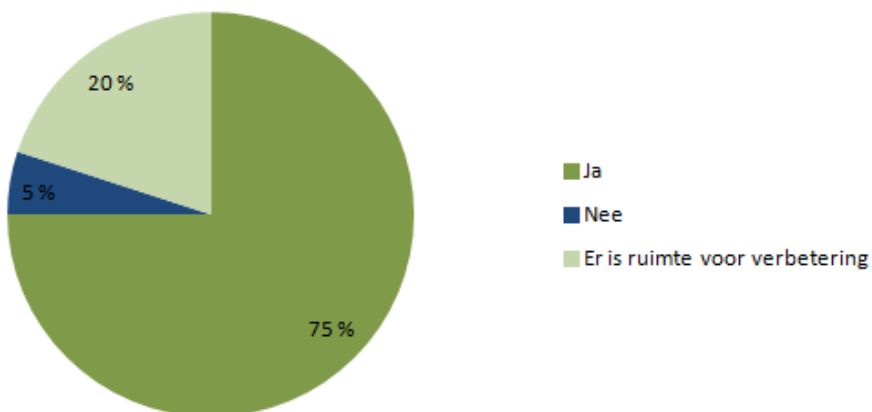
Vind je de communicatie aantrekkelijk?



Vind je de communicatie duidelijk?



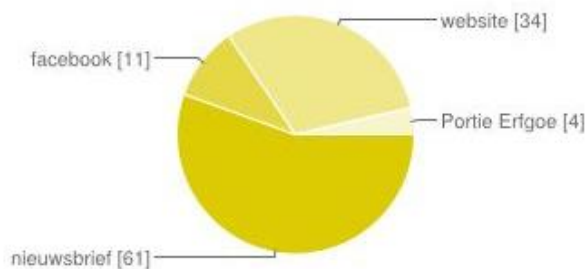
Voldoet de communicatie informatief aan jouw eisen?



Er is een algemene tevredenheid over de communicatie van de erfgoedcel. De meeste ruimte voor verbetering is te vinden bij de aantrekkelijkheid.

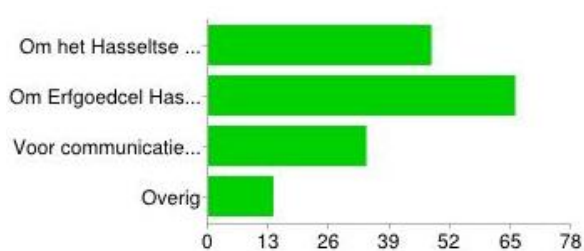
4. Gebruik van de communicatiekanalen van de erfgoedcel → enkel bevraagd bij de erfgoedsector

Welk communicatiekanaal gebruik je het vaakst?



nieuwsbrief	61	55%
facebook	11	10%
website	34	31%
Portie Erfgoed	4	4%

Waarvoor gebruik je de communicatiekanalen van Erfgoedcel Hasselt?



Om het Hasseltse erfgoedveld en hun activiteiten te leren kennen	48	30%
Om Erfgoedcel Hasselt en haar activiteiten te leren kennen	66	41%
Voor communicatie van eigen activiteiten	34	21%
Overig	14	9%

Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk. Het is dus mogelijk dat men gebruik maakt van de communicatiekanalen om meerdere redenen.

“Erfgoedcel Hasselt en haar activiteiten leren kennen” is het vaakst aangeduid als reden.

“Communicatie van de eigen activiteiten” is minder aangeduid, maar toch geeft 21% aan dat ze wel eens gebruik maakt van de communicatiekanalen van de erfgoedcel.

Verder onderzoek

Een specifiek onderzoek is nodig, op basis van de beperkte persoonsgegevens die ingevuld werden.

Zo blijkt dat:

- de Erfgoedcel Hasselt en haar werking het minst gekend is bij de 70-plussers en jongeren (onder 20 jaar);
- activiteiten zoals Erfgoeddag en Warm aanbevolen het best gekend zijn bij de leeftijdscategorie 30-40 jarigen;
- de lokale erfgoedsector het eens is over de beste en meest gebruikte communicatiekanalen. In de drie gemeenten (Hasselt, Diepenbeek en Zonhoven) werden telkens de nieuwsbrief en de website het vaakst aangeduid;
- er wel een verschil is binnen de lokale erfgoedsector, in het gebruik van de communicatiekanalen van de erfgoedcel.

Het vaakst duiden de drie gemeenten aan: “Om Erfgoedcel Hasselt en haar activiteiten te leren kennen” en “Om het Hasseltse erfgoedveld en hun activiteiten te leren kennen”. Maar “Voor communicatie van eigen activiteiten” werd relatief veel meer ingevuld in Diepenbeek en Zonhoven dan in Hasselt. Dat is wellicht te verklaren doordat de communicatie van Erfgoeddag sinds 2013 gezamenlijk verloopt.

De informatie uit dit onderzoek zal mee als input gebruikt worden voor het nieuwe communicatieplan van E-cel.