



podium

19

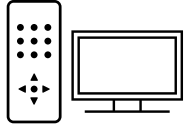
Thuis in cultuur



Onderzoekresultaten:

Belangrijkste
vaststellingen

Onderzoeksmethoden



TELEVISIE

Bron: officiële CIM-cijfers

Continue meting bij panel van 760 huishoudens en +/- 1.850 individuen

Van 25/01 tem 30/04
=> geen cijfers eerste dagen (21-24/01)



VRT NU

Bron: Adobe Analytics

Elke bezoek van elke browser/app wordt gemeten. (cookies!)

Gemeten van 21/01/2021 tot 30/05/2021



PODIUM19.BE

Bron: Google Analytics

Elke bezoek van elke browser/app wordt gemeten. (cookies!)

Gemeten van 14/01/2021 tot 30/05/2021



IPSOS Onderzoek

Bron: Online enquête op VRT Mediapanel

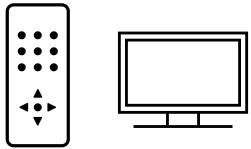
Representatieve steekproef van n=2.541, 16+

Gemeten na afloop 03/05/'21 tot 09/05/'21

Meting pér platform/medium afzonderlijk.
Evoluties doorheen de tijd en bepaalde detailanalyses mogelijk.

Crossplatform bereik + bijkomende vragen, bv. waardering, impact, ...

Bereik: resultaten



TELEVISIE

385.000 unieke kijkers
min. 10 min zonder zappen

+/- 50.000 kijkers/week

TOTALE KIJKTIJD
820.000 uur



VRT NU

142.880 unieke bezoekers

2.207 ub's per dag

361.268 paginabezoeken



PODIUM19.BE

112.105 unieke bezoekers

1.299 ub's per dag

471.172 paginabezoeken



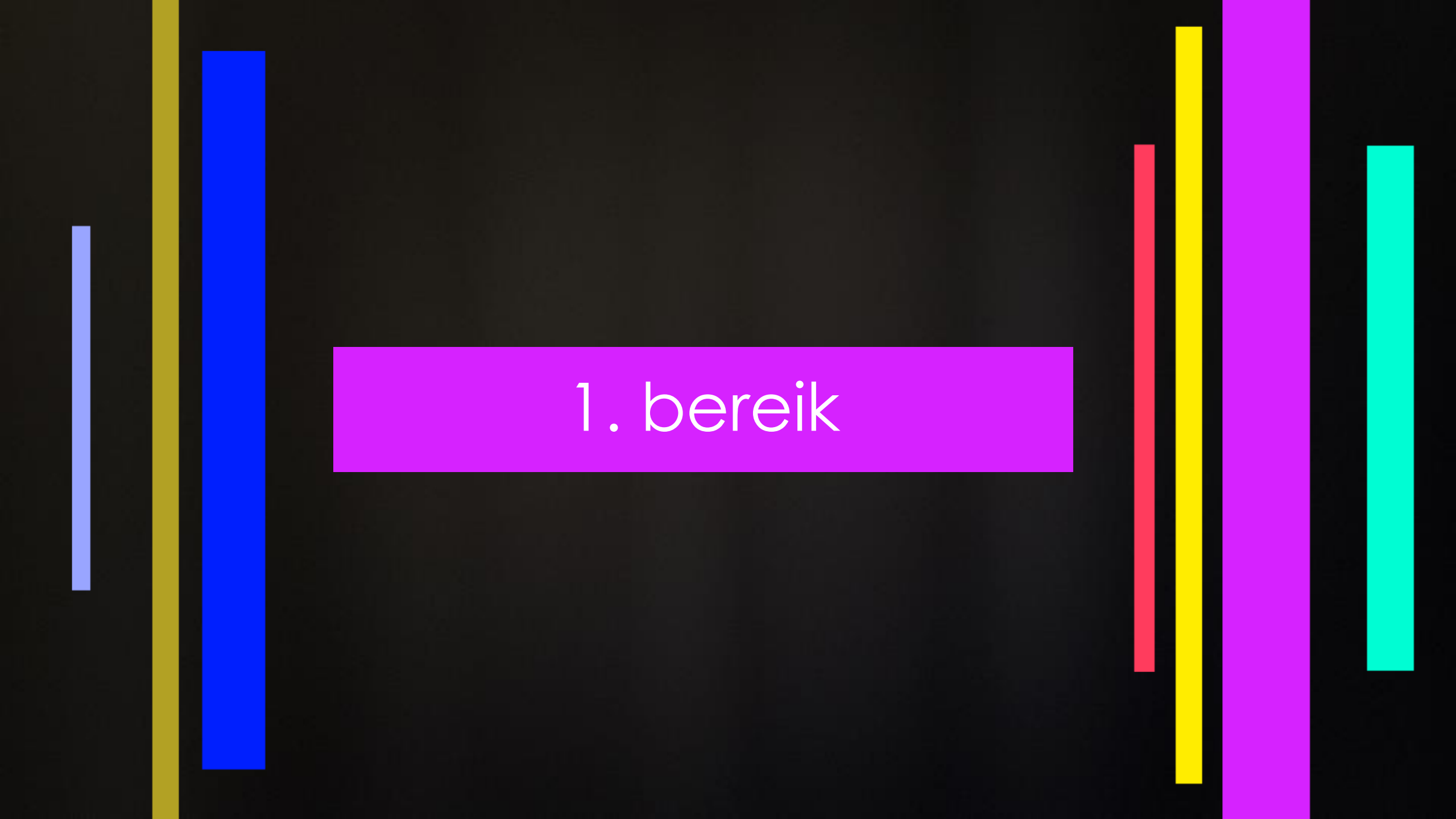
IPSOS Onderzoek

33% van alle Vlamingen (16+)
heeft al van Podium19 gehoord

13% zegt gekeken te hebben

Concerten (pop, rock, jazz)
meest bekeken

- Unieke kijker op TV = kijker die minstens enkele sec/minuut of 10 minuten heeft gekeken zonder zappen, afhankelijk van de gehanteerde definitie.
- Unieke bezoeker = identificatie van unieke toestellen, browsers en apps op basis van cookies.

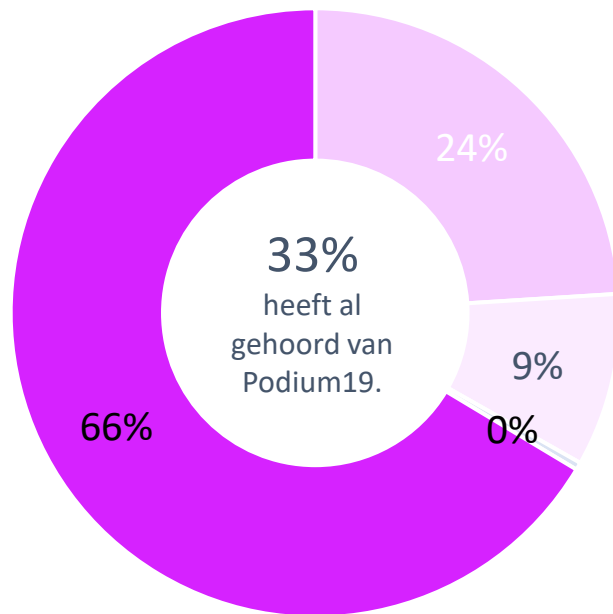
An abstract graphic on a black background. It features several vertical bars of different colors and widths: a thin light blue bar on the far left, a thin yellow bar, a medium blue bar, a thin red bar, a thin yellow bar, a thick magenta bar, and a thin cyan bar on the far right. In the center, there is a horizontal magenta rectangle containing the text '1. bereik' in white.

1. bereik

33% van de Vlamingen kent
Podium19

en 13% zegt minstens 1x
gekeken te hebben

Heb je al gehoord van Podium19?



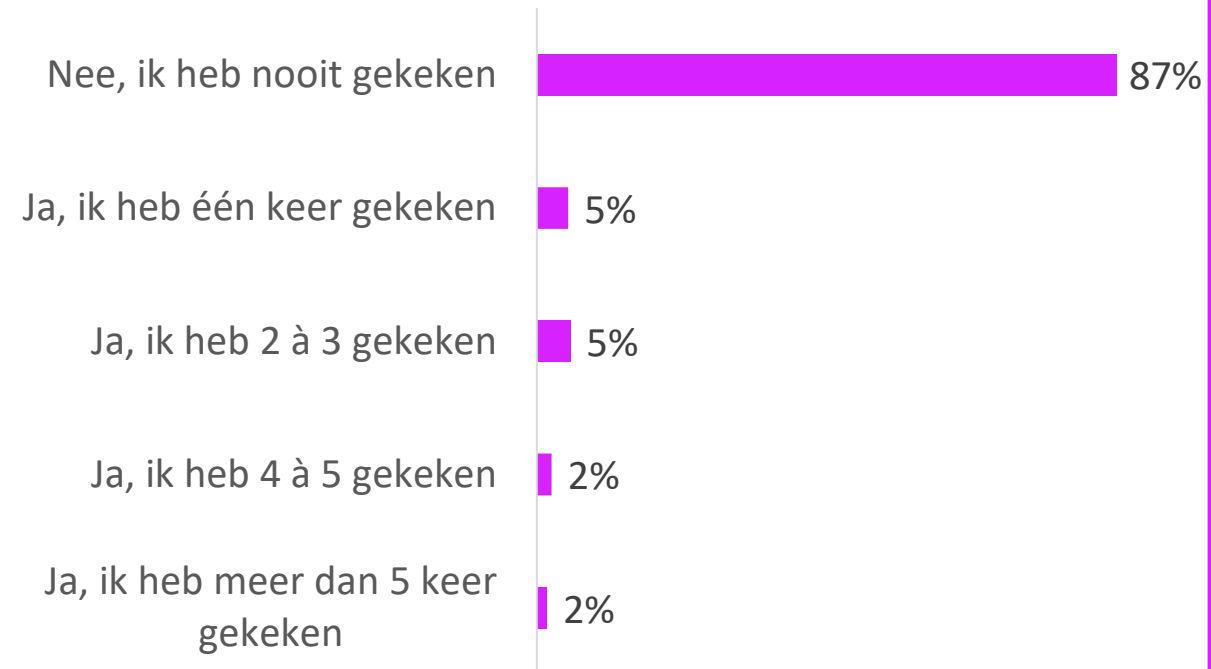
Kent Podium19 zonder hulp

Kent Podium19 na hulp

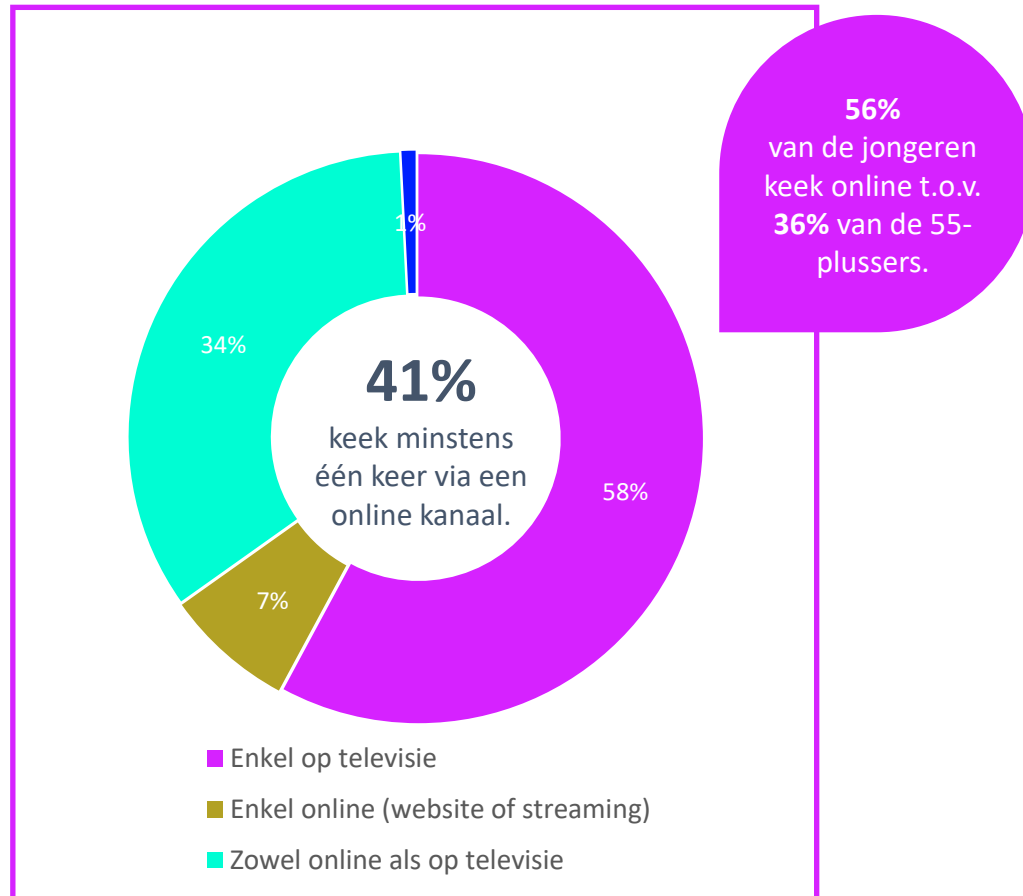
Dacht te kennen, maar blijkt toch niet (na uitleg)

Kent het Podium19 niet

Heb je zelf naar Podium19 gekeken?



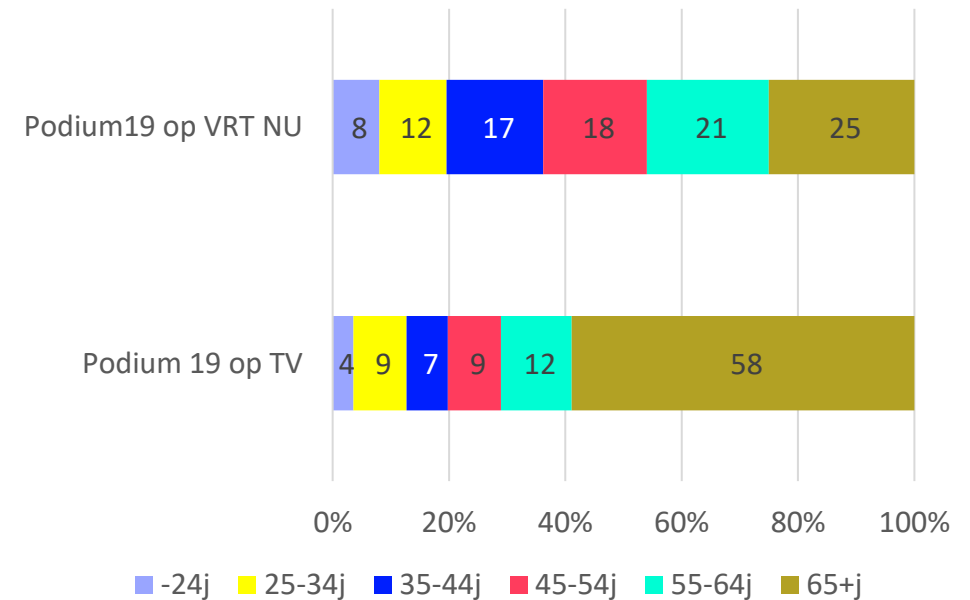
TV nog steeds belangrijkste medium



Basis: Kijkers (N = 375), bron: ipsos onderzoek

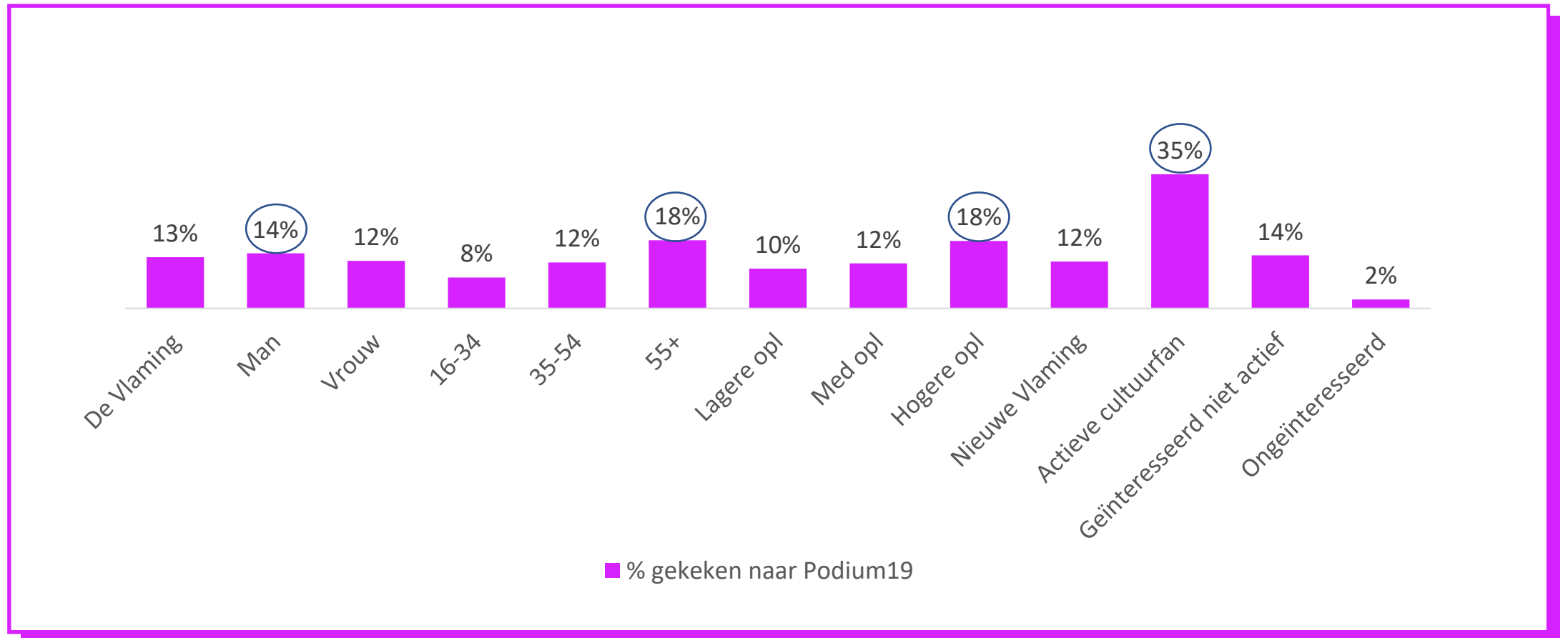
Online wel duidelijk jonger profiel

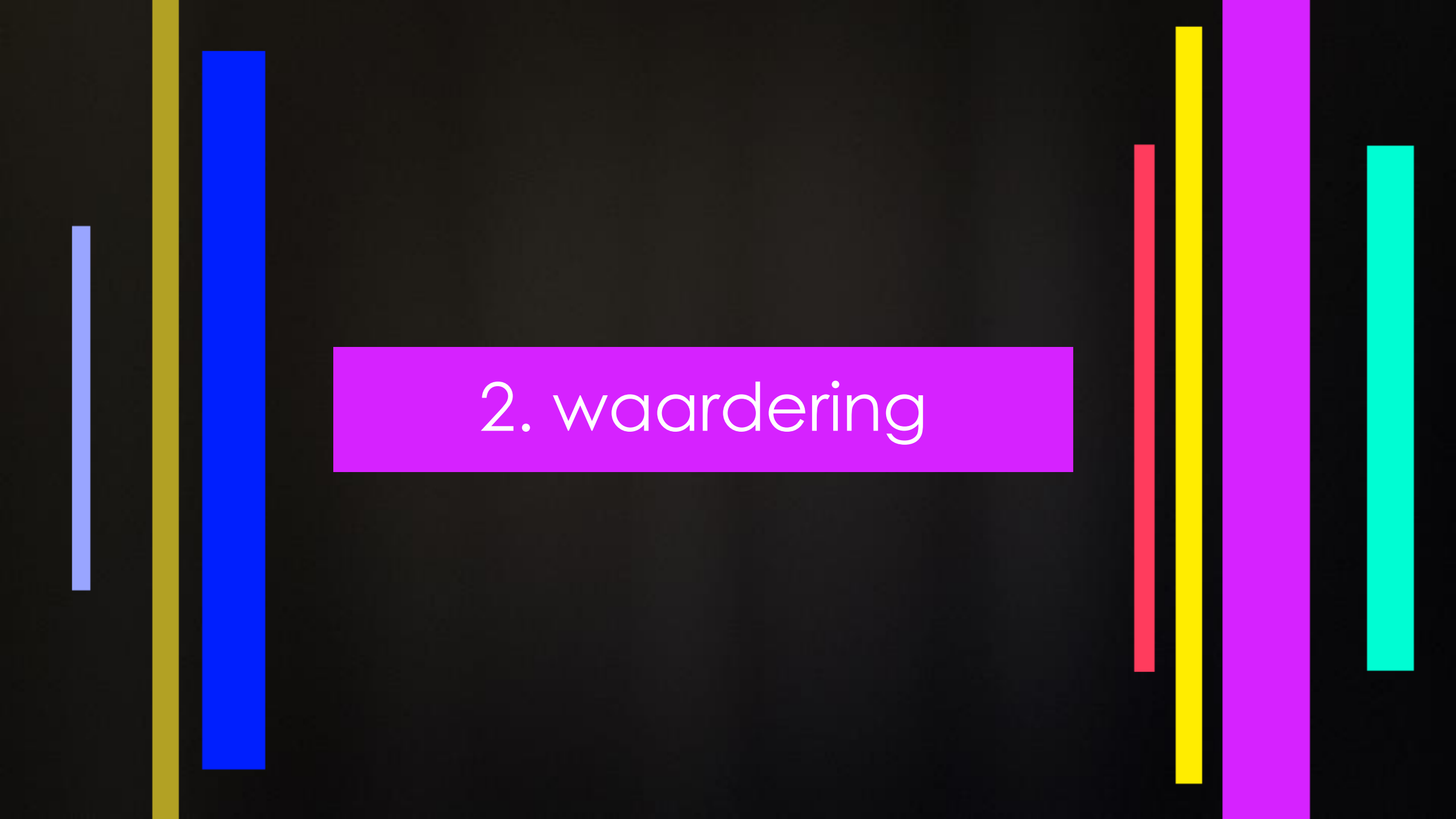
Profiel Podium19 op TV vs VRT NU



Bron: cim tv onderzoek / Adobe Analytics

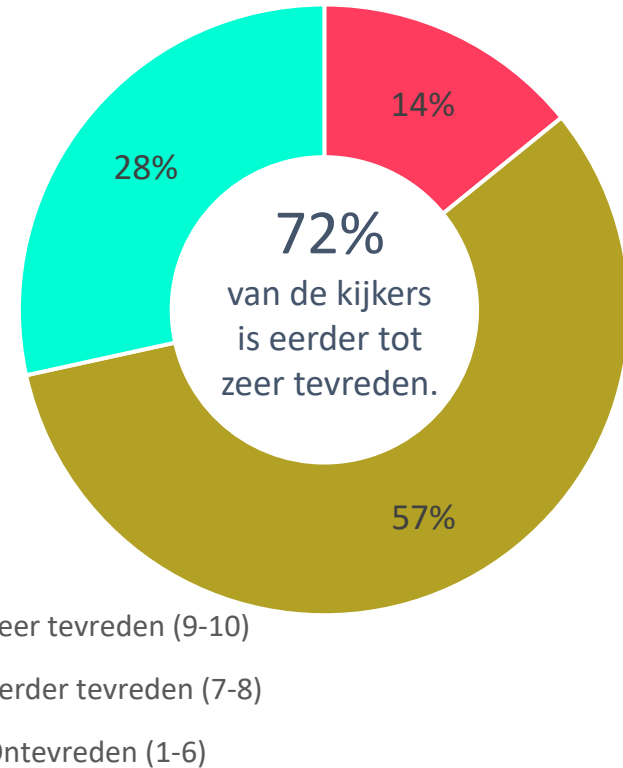
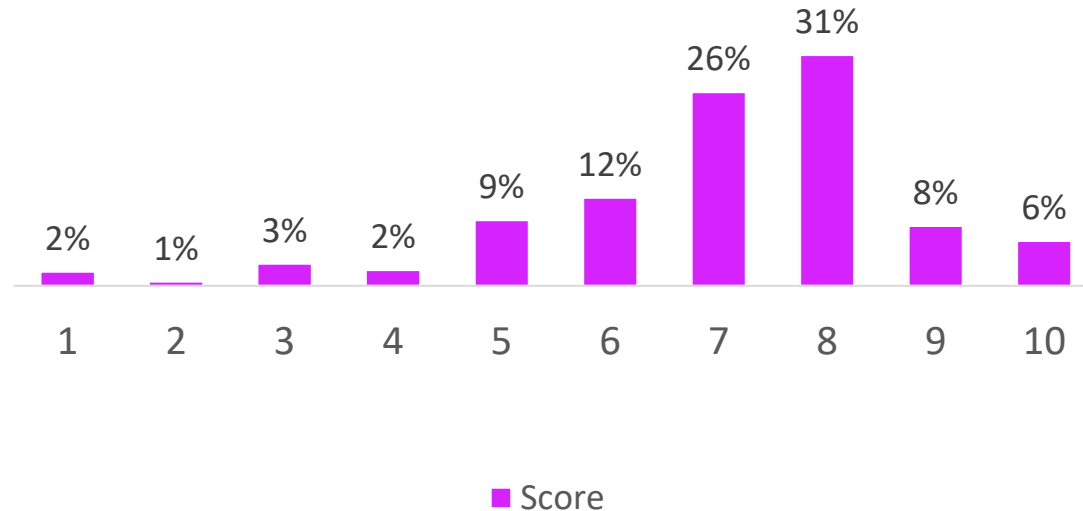
Zowel TV als online laten een wat ouder, hoger opgeleid, mannelijker en cultuurminnend publiek zien. Maar zeker niet exclusief





2. waardering

Kan je een algemene score geven aan Podium19?

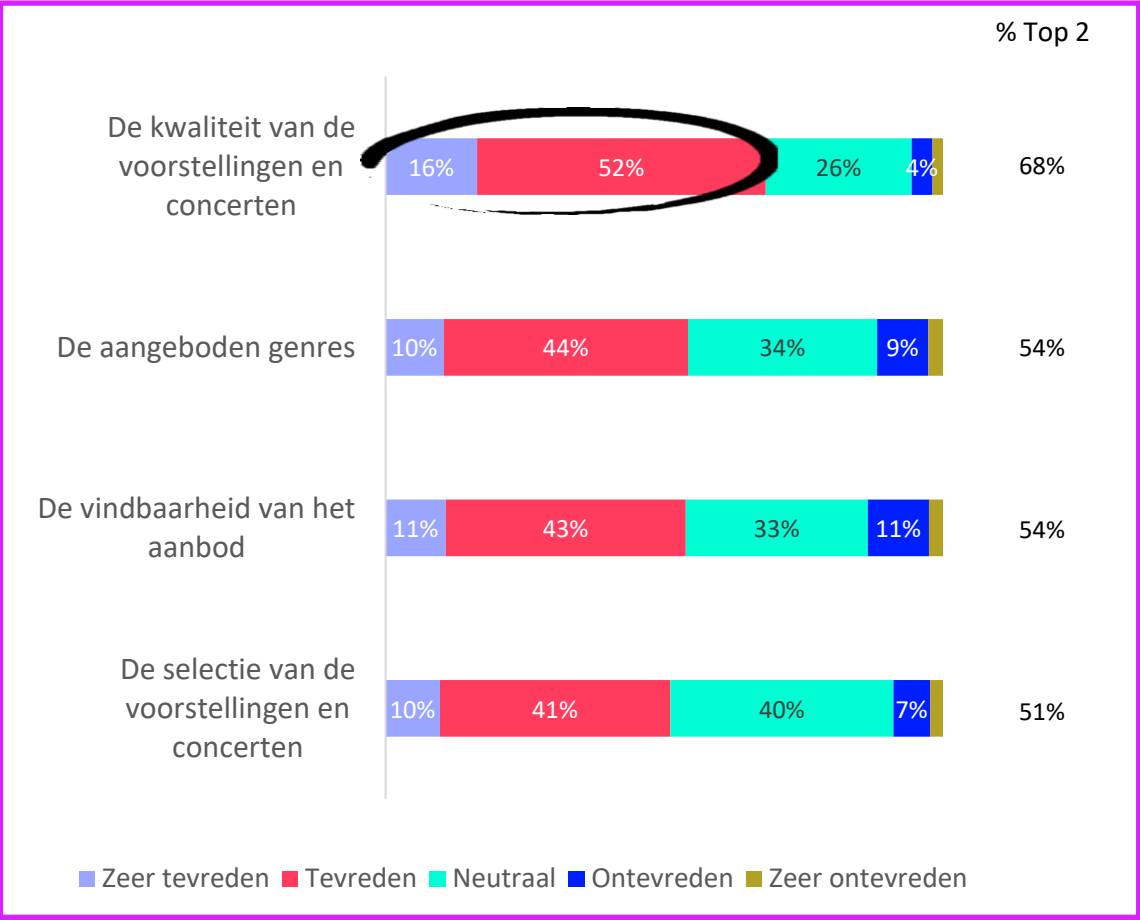


72% van de kijkers is in het algemeen **eerder tot zeer tevreden** over Podium 19.

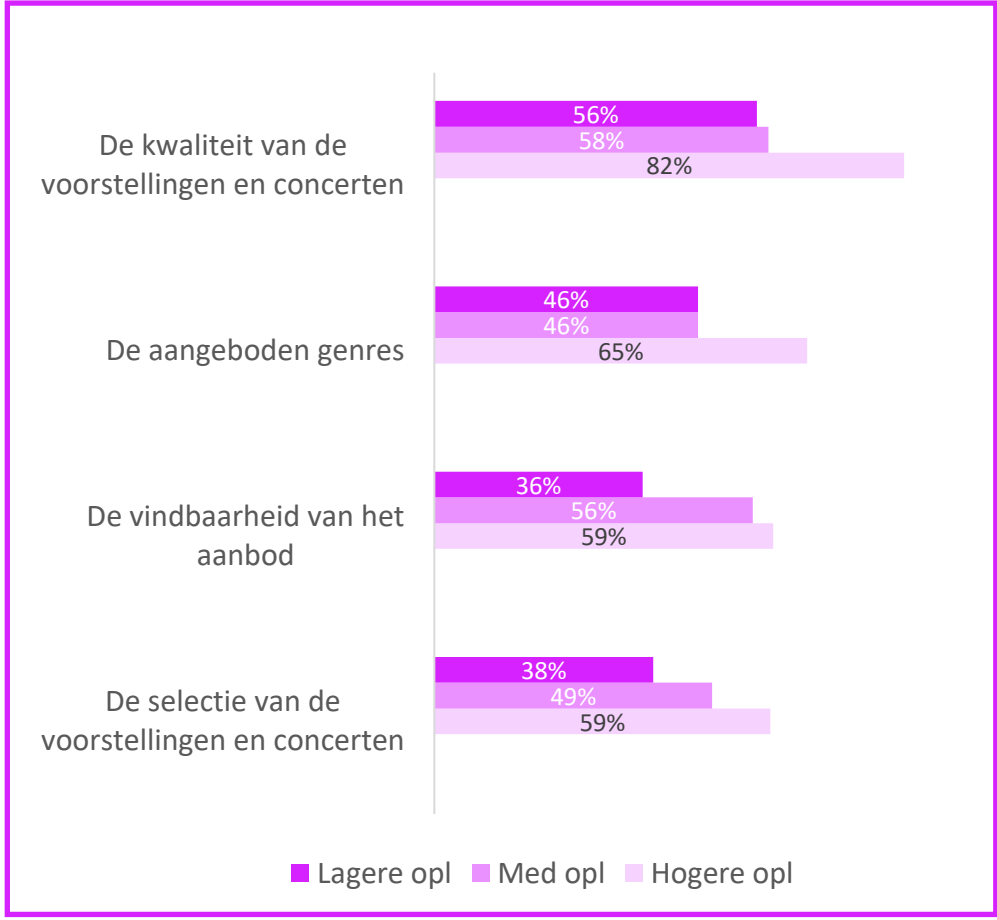
14% van de kijkers is in het algemeen **zeer tevreden** over Podium19.

De meeste kijkers geven **een tussenliggende score: 57% is eerder tevreden.**

Hoe tevreden was je over...



Top 2 tevredenheid opleidingsniveau



Er is een **hoge tevredenheid over de kwaliteit** van de voorstellingen en concerten, maar **over de selectie is men minder tevreden**.
 Vooral hoger opgeleiden zijn tevreden over de kwaliteit en de aangeboden genres.
 Lager opgeleiden zijn het minst tevreden over de vindbaarheid van het aanbod.

Wat had Podium19 beter kunnen doen?

“Meer ruchtbaar maken, beter overzicht wat wanneer uitgezonden wordt.”

“Het was goed zoals het was. Misschien wat meer aandacht besteden aan de zender zodat er meer mensen kijken.”

“Meer publiciteit over aanbod. Nu was het veeleer toevallig dat ik via zappen op de zender belandde.”

“Het mooie zou zijn geweest zoals vaak bij opera of een toneelstuk om een intro, (na)bespreking te organiseren met een aantal mensen.”

“Betere gids met uitgebreide uitleg over de voorstellingen.”

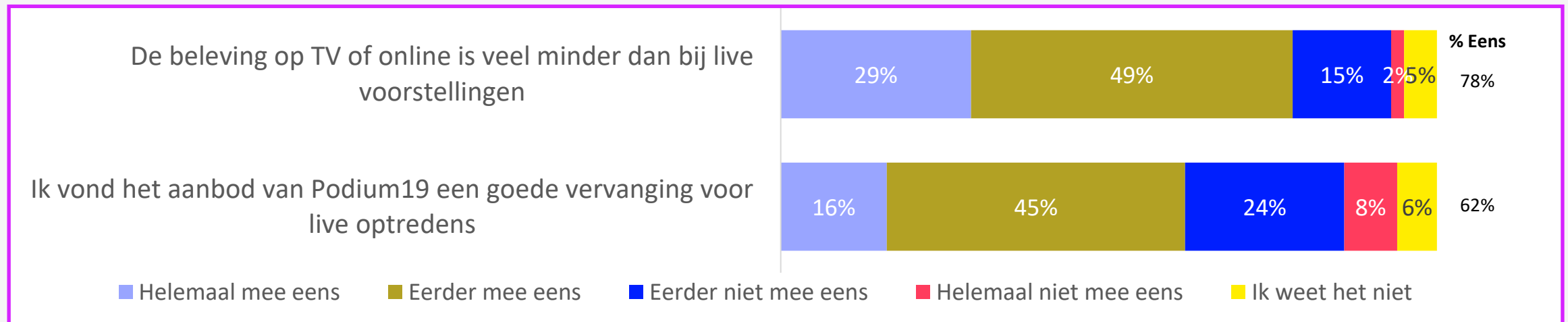
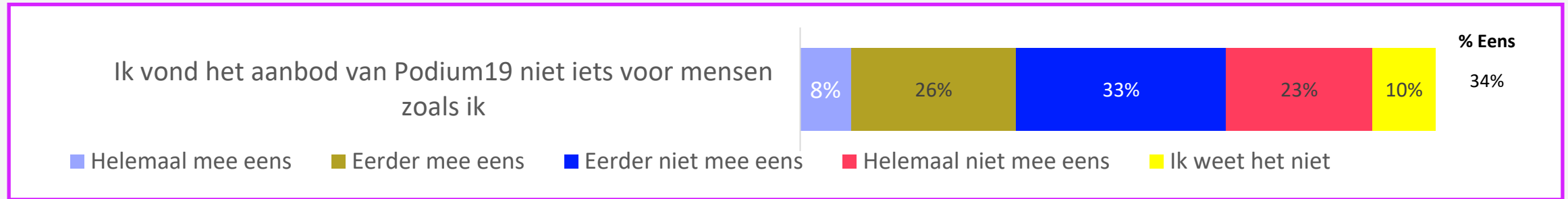
“Optredens en voorstellingen blijven iets wat je live wil beleven. Podium 19 zou interessanter zijn als er meer een kijkje achter de schermen van de sector, artiesten, voorstellingen genomen wou worden. “

“Iets meer show brengen. Mag ook soms goed verteerbaar zijn.”

“Ik vond vele voorstellingen echt wel zéér alternatief. Echt niet mijn ding. Mijn voorkeuren heb ik er niet op gevonden, spijtig genoeg.”

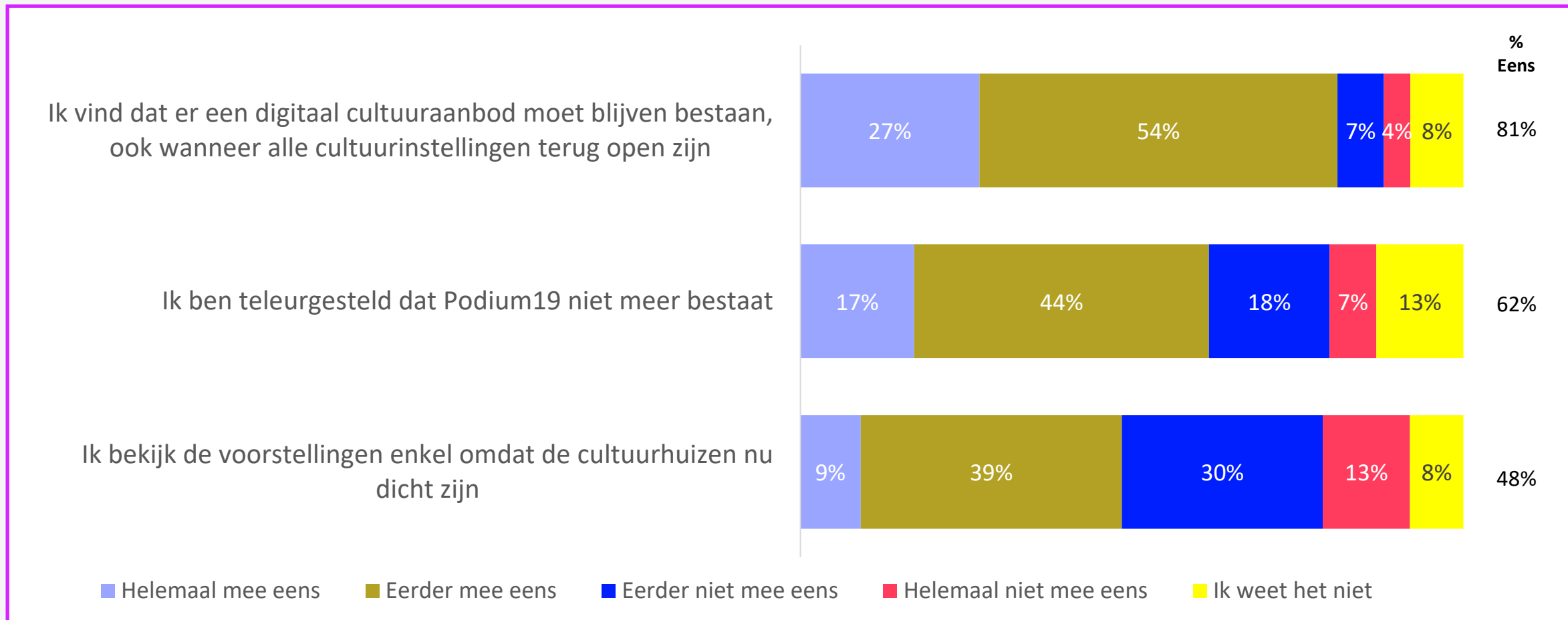
“Meer popconcerten voor een breder publiek. Minder elitair.”

In welk mate ben je akkoord met volgende stellingen?

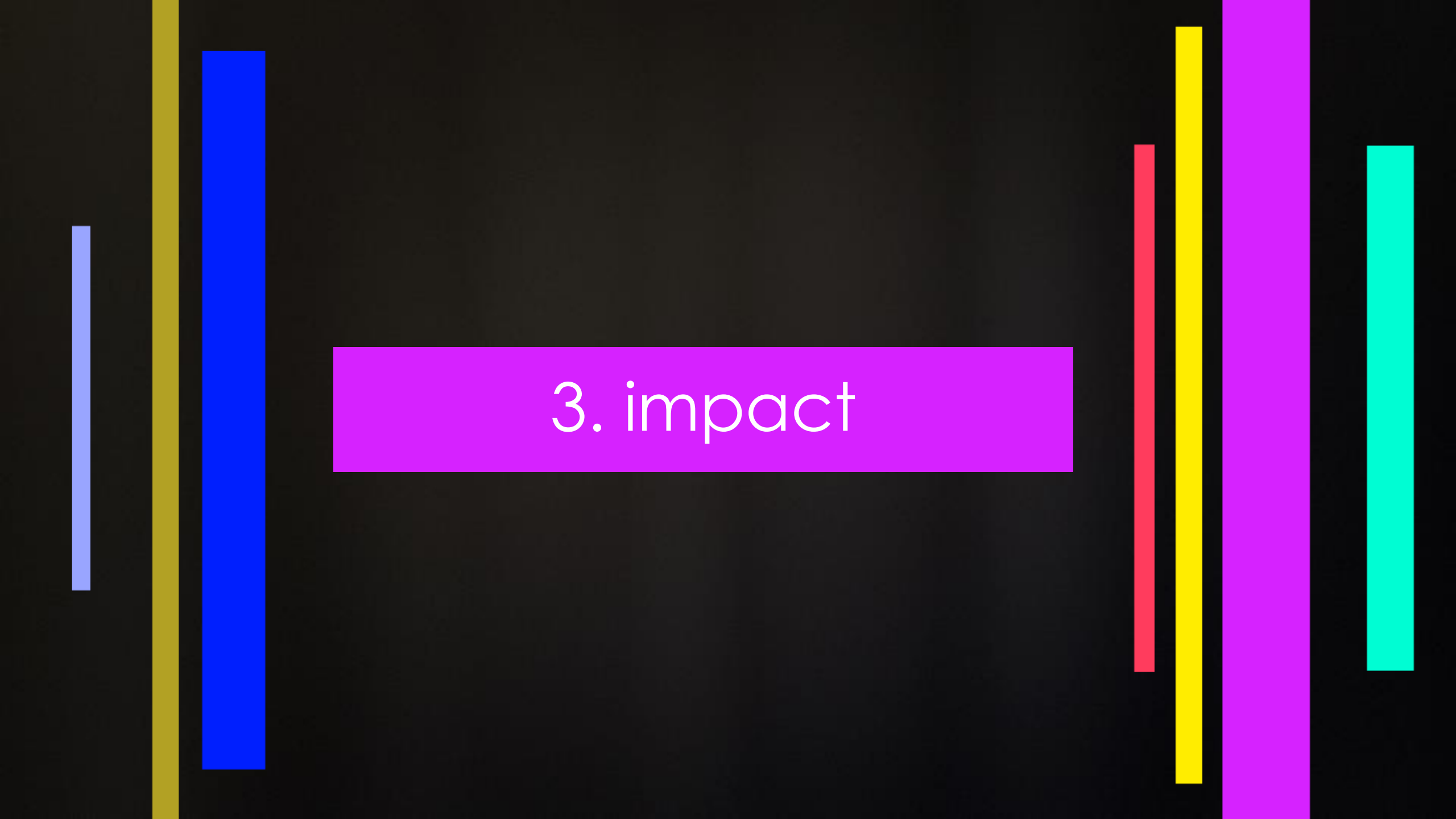


8 op 10 kijkers vindt de beleving van voorstellingen online of op TV **minder dan live**, al vindt 61% wel dat Podium19 hiervoor **een goede vervanging** is.

In welk mate ben je akkoord met volgende stellingen?

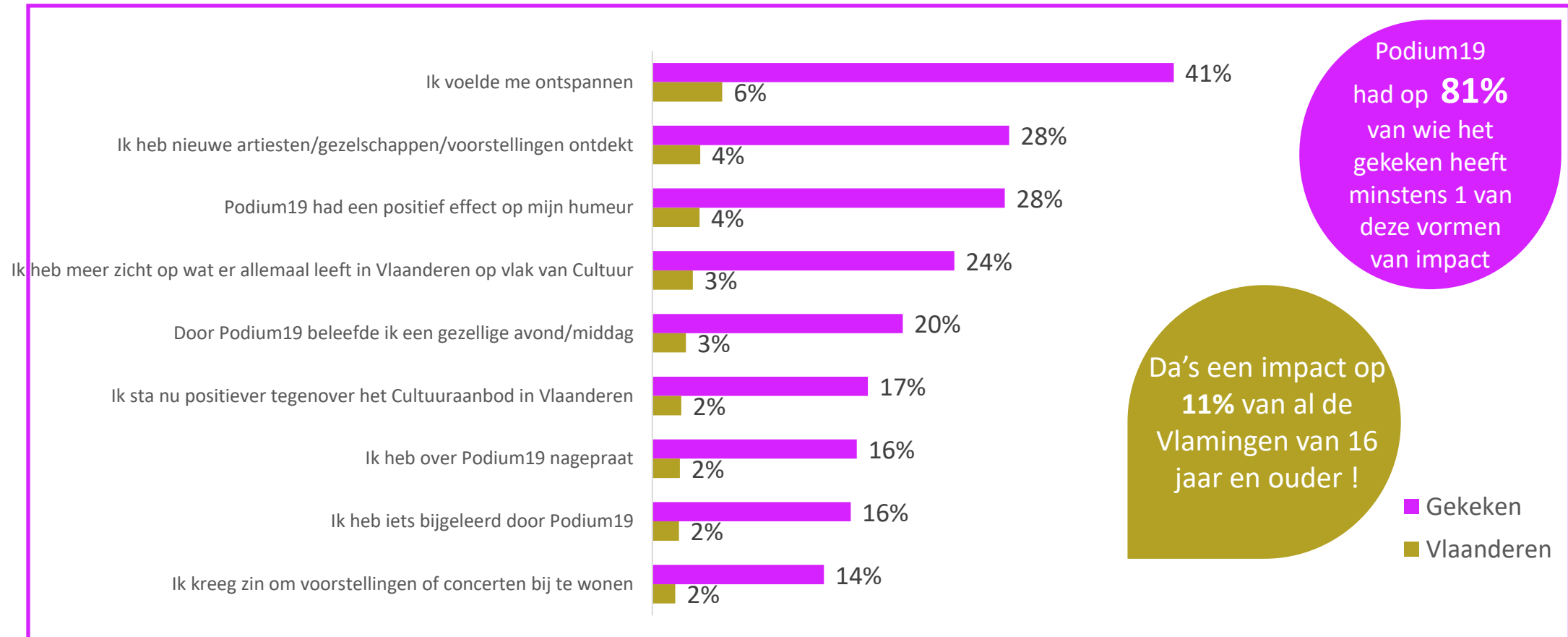


Ook na de lockdown is er een toekomst voor Podium19: voor **81%** moet een **digitaal cultuuraanbod blijven bestaan**, ook wanneer cultuurinstellingen opnieuw open zijn.



3. impact

Welke van onderstaande dingen heb je gedaan of ervaren naar aanleiding van Podium19?*



Podium19 had een **impact op 8 van de 10** kijkers.

4 op 10 voelde zich ontspannen tijdens het kijken of luisteren. **3 op 10 ontdekte nieuwe artiesten of gezelschappen.**

We herkennen duidelijk **2 basisdimensies: een dimensie "ontspanning" en een dimensie "ontdekking".**

De dimensie ontspanning lijkt net iets belangrijker (56% van de kijkers) dan ontdekking (45% van de kijkers).

Basis:

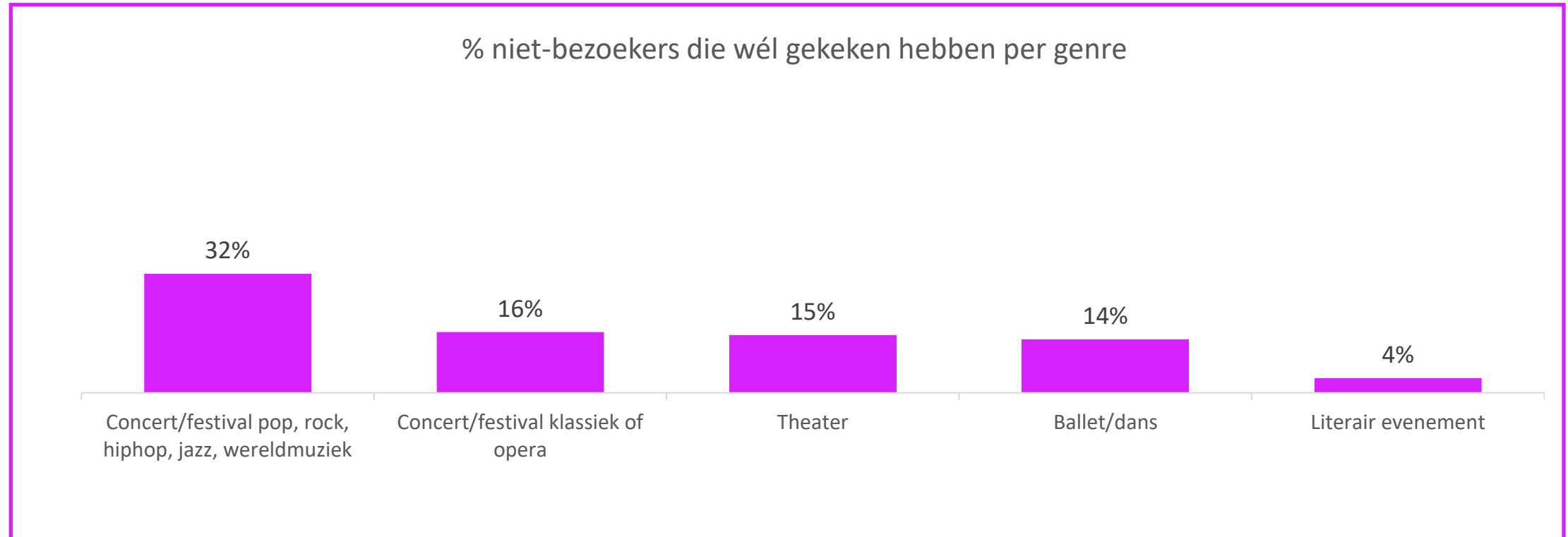
Kijkers (N = 375)

Vlaanderen 16+ (N = 2541)

* De items op deze slide zijn ingekort ten opzichte van de originele items in de vragenlijst.

Impact: smaak- en publieksverbreding

Podium19 heeft per discipline mensen kunnen bereiken die voor de coronacrisis niet aan die discipline deelnamen.



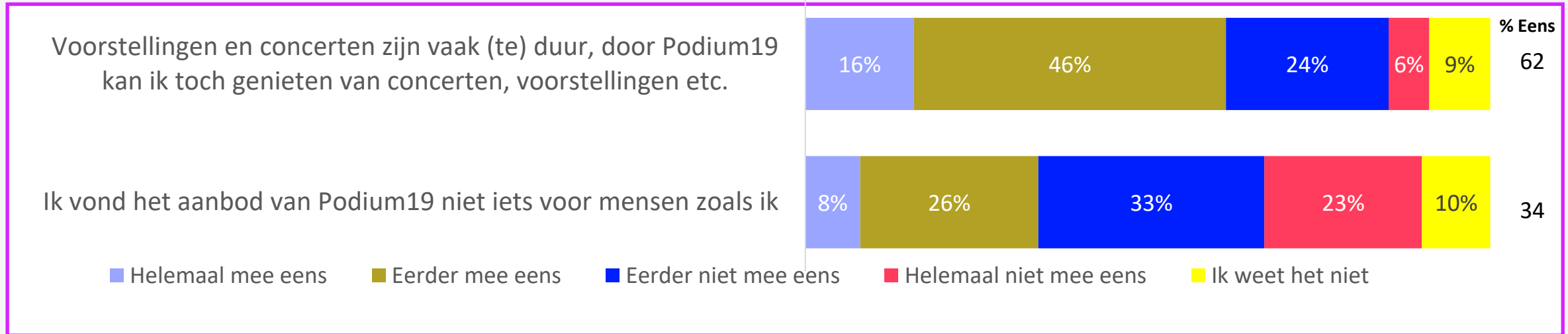
Smaakverbreding: kijkers van Podium19 keken óók naar genres of disciplines die ze (voor Corona) niet live bekeken.

VRT NU: Podium19 smaakverbreding

Unique Visitors		Podium 19 - Selectie Jazz (U)		Podium 19 - selectie Pop/Rock (U)		Podium 19 - Selectie Hiphop (U)		Podium 19 - selectie kinder/jeugd (U)		Podium 19 - selectie Podium (U)		Podium 19 - selectie Klassiek (U)		Podium 19 - selectie dans (U)		Podium 19 - selectie Opera (U)		Podium 19 - selectie Literatuur (U)	
Segments		Feb 1	May 30	Feb 1	May 30	Feb 1	May 30	Feb 1	May 30	Feb 1	May 30	Feb 1	May 30	Feb 1	May 30	Feb 1	May 30	Feb 1	May 30
1. Podium 19 - Selectie Jazz		100.0%		4.2%	5.8%	4.9%	3.3%	4.5%	4.2%	7.4%	4.6%								
2. Podium 19 - selectie Pop/Rock		26.6%		100.0%	31.6%	14.0%	11.4%	21.8%	15.3%	14.7%	14.2%								
3. Podium 19 - selectie dans		26.1%		15.1%	19.2%	23.2%	20.7%	39.8%	100.0%	25.2%	19.9%								
4. Podium 19 - selectie Klassiek		19.9%		15.3%	13.3%	12.9%	9.3%	100.0%	28.4%	17.8%	11.4%								
5. Podium 19 - selectie Podium		19.1%		10.5%	16.1%	25.4%	100.0%	12.2%	19.4%	25.7%	22.0%								
6. Podium 19 - Selectie Hiphop		17.2%		15.1%	100.0%	9.1%	8.3%	9.0%	9.3%	10.8%	9.7%								
7. Podium 19 - selectie kinder/jeugd		15.5%		7.6%	10.3%	100.0%	14.9%	9.9%	12.7%	21.8%	13.8%								
8. Podium 19 - selectie Literatuur		16.3%		8.0%	11.4%	14.3%	13.4%	9.1%	11.4%	17.6%	100.0%								
9. Podium 19 - selectie Opera		9.7%		3.1%	4.7%	8.5%	5.9%	5.3%	5.4%	10.0%	6.6%								

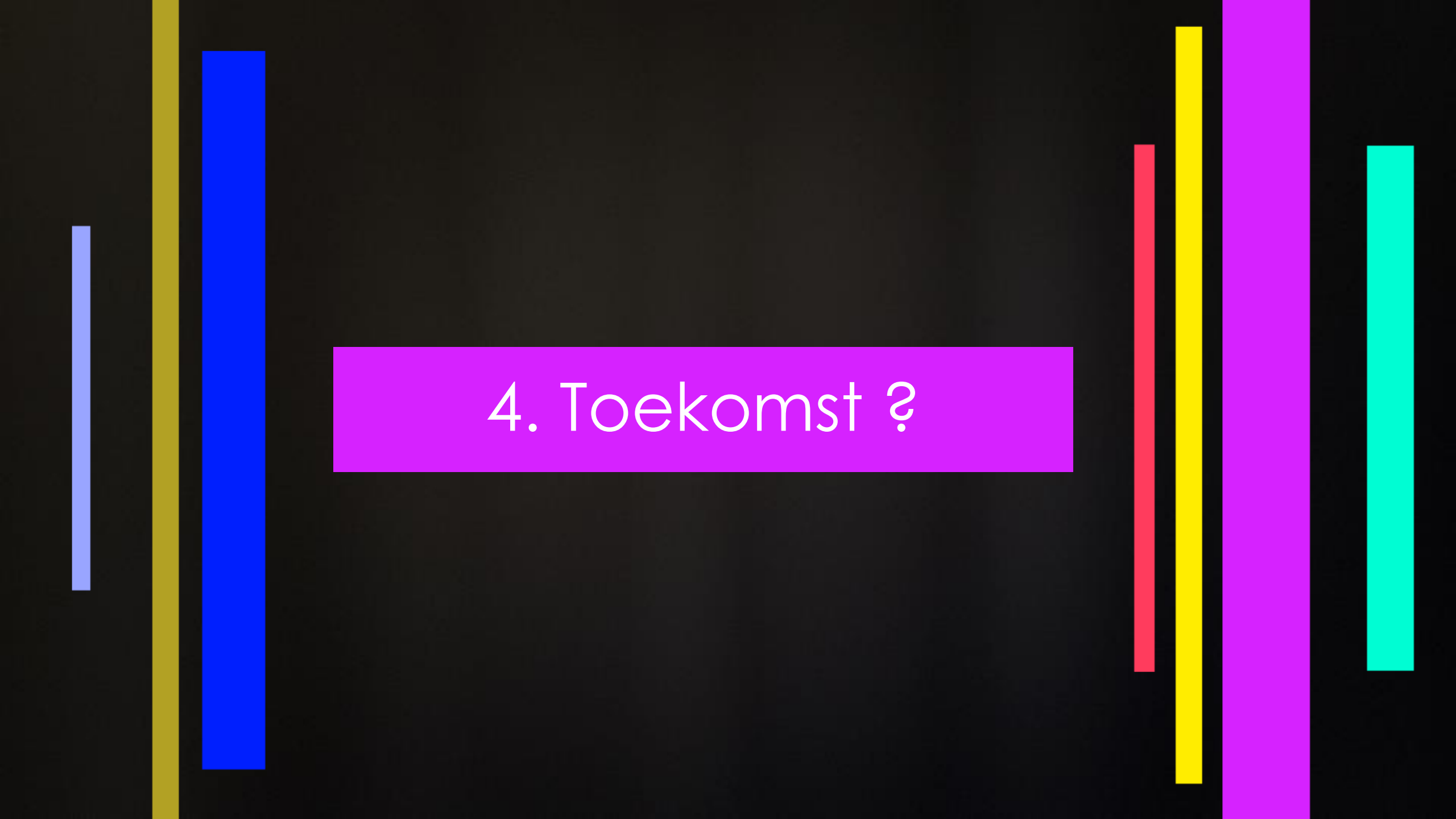
We hebben de bezoekers die interesse toonden in een bepaalde genre gegroepeerd en gekeken of ze ook interesse toonden in andere genres. Hierbij zien we dat “Jazz- en Opera geïnteresseerden” interesse toonden voor vele andere genres. Het genre “Dans” is het enige genre dat vrijwel van elke groep aandacht kreeg.

In welk mate ben je akkoord met volgende stellingen?



62% van de kijkers vindt voorstellingen en concerten **vaak te duur** en kan dankzij Podium19 hiervan toch genieten.
Vooral bij niet-hoger opgeleiden en niet-actieve cultuurparticipanten ligt dit % hoger.

Ongeveer **1/3** van de kijkers vond Podium19 niet echt iets voor mensen zoals ik.



4. Toekomst ?

Toekomst

Potentieel voor een initiatief als Podium 19

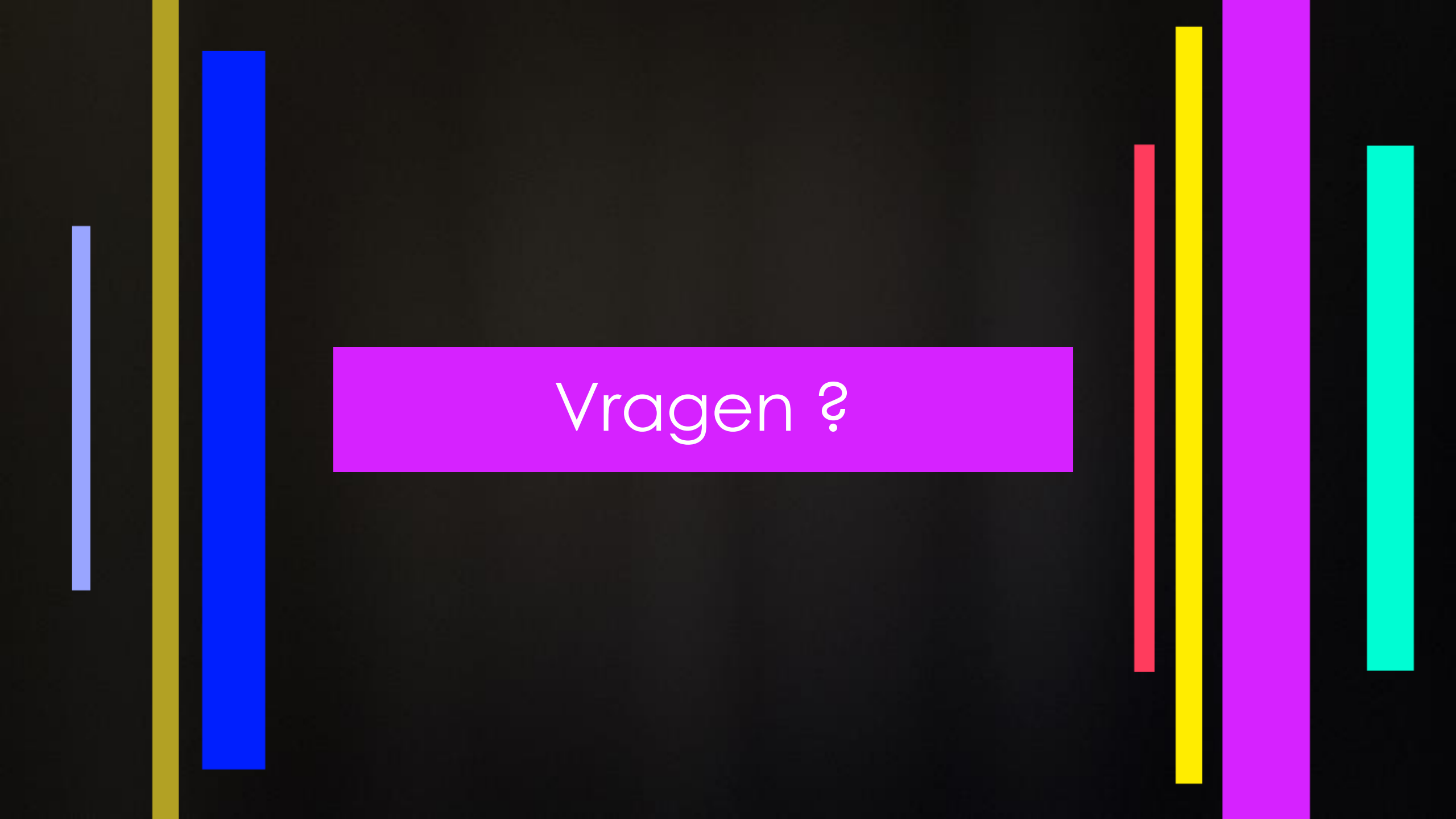
- 13% bereik na 14 weken
- Niets gaat boven live ervaring maar Podium 19 was zeer goed alternatief
- 80% van de kijkers vindt dat een digitaal aanbod moet blijven bestaan

Mogelijke meerwaarde t.o.v. regulier aanbod

- **Smaakverbreding:** nieuwe dingen ontdekken, aanspreken van een nieuw publiek, doorbreken van socio-culturele barriers
- **Verdieping** van de ervaring: achtergrond, duiding bij de voorstellingen
- **Participatiedrempels** verlagen:
 - Sociaal-economisch: mensen met een beperkt inkomen
 - Fysiek: mensen met een beperking
 - Geografisch: mensen die ver weg van het aanbod wonen

Voornaamste uitdagingen:

- **Communicatie:** bekendheid en toeleiding vraagt volgehouden inspanningen
- **Omkadering:** nood aan gidsfunctie en duiding voor kijker
- **Programmatie:** (perceptie van) interessant aanbod voor de beoogde doelgroepen
- **Maatschappelijk rendement:** inspanning en kost in verhouding tot bereik en impact



Vragen ?