



Lezersonderzoek



de BBK krant: wat vindt u er van?

Een onderzoek naar de mening van de lezers over de BBK krant.
Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het bestuur van de BBK.

Amsterdam, januari 2008

Alex Schreiner, Bureau BBK
Uiterwaardenstraat 209
1079 CN Amsterdam

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave _____	1
Hoofdstuk 1, het onderzoek _____	3
Inleiding _____	3
Doelstelling _____	3
Methode _____	3
Populatie _____	3
Hoofdstuk 2, de resultaten _____	5
Wat vindt u van de BBK krant zoals deze nu verschijnt? _____	5
Wat zou u anders willen zien aan de BBK krant? _____	9
Hoofdstuk 3, conclusies en aanbevelingen _____	13

Bijlage 1, de enquête

Bijlage 2, antwoorden per vraag

Bijlage 3, vraag 9: speelt bij uw lidmaatschap op de BBK de krant ook een rol

Bijlage 4, Suggesties en ideeën voor rubrieken

Bijlage 5, Wat kan beter: inhoudelijk

Bijlage 6, Wat kan beter: vormgeving

Hoofdstuk 1, het onderzoek

Inleiding

In 1991 is voor het eerst een onderzoek uitgevoerd om inzicht te krijgen in de mening van de leden over de BBK-krant. De krant was op dat moment het primaire communicatie middel van de BBK met haar leden maar zou ook een wervend karakter moeten krijgen. Uit het toenmalige onderzoek bleek dat de krant goed gelezen werd en dat lezers over het algemeen positief waren over de krant.

Omdat dit onderzoek inmiddels alweer 16 jaar geleden is uitgevoerd en er nog altijd veel discussie is over de gewenste vorm en inhoud van de krant leek het nuttig om nogmaals een dergelijk onderzoek uit te voeren. Hierbij is er voor gekozen de doelstelling en methoden van het oorspronkelijke onderzoek te volgen en de vragen waar mogelijk over te nemen. De doelstellingen zijn immers nog altijd dezelfde. Op deze manier is het bovendien mogelijk de resultaten van de twee onderzoeken te vergelijken.

Doelstelling

Het doel van het onderzoek is een beter inzicht te krijgen in de persoonlijke mening van de lezers over de krant. Dit wordt gedaan door middel van een lezersonderzoek. De doelstelling hiervan is als volgt:

Inzicht krijgen in de persoonlijke mening van de lezers over de volgende onderwerpen:

- Het gebruik van de krant
- De informatie, beschreven in de krant
- De vormgeving van de krant
- De wensen van de lezers m.b.t. de krant
- Eventuele ideeën van de lezers over de toekomst van de krant

Methode

Er is voor gekozen het onderzoek uit te voeren door middel van een schriftelijke enquête aan de leden en krant abonnees. Deze enquête is met begeleidende brief en antwoordenvolpde met de krant meegestuurd. Tegelijk is een digitale versie van de enquête op de website geplaatst. Deze kon per post of per mail ingestuurd worden.

De keuze voor deze manier van de enquête verzenden is gebaseerd op een afweging tussen de financiële kosten en het vergroten van de kans op een hoge respons. Met het toesturen van een persoonlijke enquête naar alle abonnees en BBK leden was het aantal terug gestuurde enquêtes waarschijnlijk iets groter geweest, maar de kosten ook een stuk hoger. De kosten hadden nog verder gedrukt kunnen worden door het publiceren van de enquête in de krant zelf en zonder een aparte antwoordenvolp, maar dan was de respons waarschijnlijk een stuk lager geworden. Bij de uiteindelijk gekozen methode leek er uiteindelijk de beste balans tussen financiële overwegingen en een hoge respons te zijn.

Populatie

De onderzoekspopulatie bestaat uit alle leden en krantabonnees van de BBK. In totaal telt de BBK 1335 leden en 295 krantabonnees. In totaal zijn er 278 enquêtes teruggestuurd, wat neer komt op 17 procent van het totaal. Opvallend is dat als de respons wordt uit gesplitst tussen de leden en de krantabonnees de eerste een respons laat zien van 18 procent, tegenover 10 procent van de krantabonnees. Dit betekent dat een beduidend lager percentage van de krantabonnees gereageerd heeft.

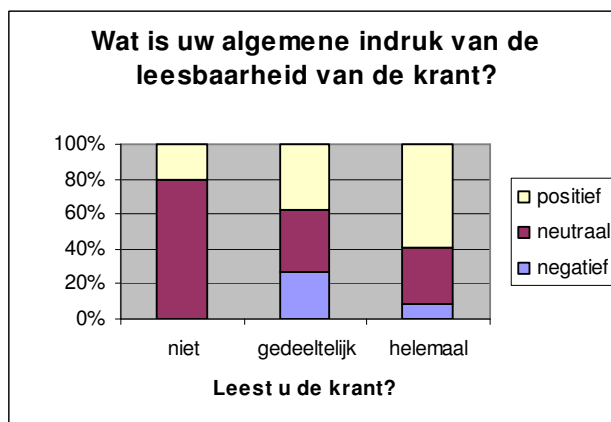
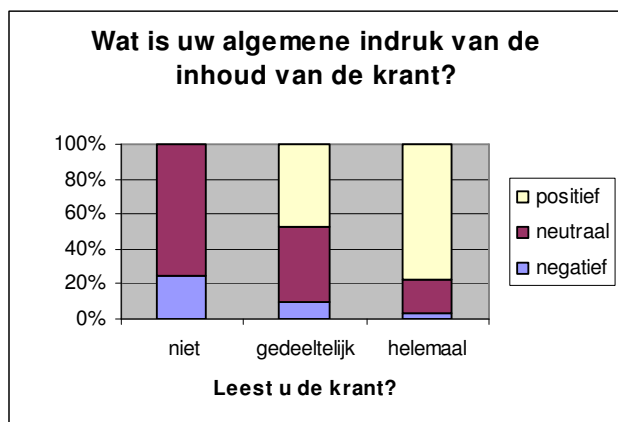
Vraag 1

U bent:	aantal ingestuurde enquêtes	totaal aantal leden / abonnees	percentage van het totaal
Lid	244	1355	18
Abonnee	29	295	10
Anders	4	nvt	nvt

Een mogelijke oorzaak voor dit verschil is dat een groot deel van de krantabonnees bestaat uit bedrijven en organisaties, welke minder geneigd zullen zijn de enquête in te vullen en terug te sturen. Een berekening van het percentage respons als deze organisaties en bedrijven buiten beschouwing wordt gelaten lijkt dit te bevestigen. Het percentage respons van de krant abonnees is dan 18,5 procent, iets hoger dan de respons onder leden. De gemiddelde respons ligt daarmee op 18 procent.

Over het geheel genomen is 18 procent een vrij lage respons, ook vergeleken met de 30 procent respons van het eerste onderzoek. Dit werd toen als representatief gezien voor de hele populatie. Of 18 procent dat ook nog is nog maar de vraag. Het betekent namelijk dat van 82 procent van de lezers onbekend is wat zij van de krant vinden. Als al deze mensen de enquête wel hadden ingevuld, waren de uitkomsten hoogst waarschijnlijk heel anders geweest. Het is daarom belangrijk stil te staan bij de mogelijke oorzaken van de lage respons, en of het een specifieke groep is die niet heeft gereageerd.

Een voor de hand liggende oorzaak voor de lage respons is dat mensen die de krant niet lezen, minder snel de moeite zullen nemen de enquête in te vullen en op te sturen. Dit zou betekenen dat het percentage dat de krant niet leest in werkelijkheid veel hoger is dan uit de enquêtegegevens blijkt. Vervolgens is de vraag welke gevolgen dit mogelijk heeft voor de resultaten. Een vergelijking van de mate waarin verschillende aspecten van de krant gewaardeerd wordt en de mate waarin mensen aan geven de krant te lezen kan hier meer inzicht in geven. Onderstaande grafieken laten zien dat de respondenten die aangeven de krant helemaal te lezen, de krant duidelijk positiever beoordelen dan de mensen die de krant niet of gedeeltelijk lezen. Dit betekent dat er rekening mee gehouden moet worden dat de resultaten wellicht negatiever waren uitgevallen als meer mensen gereageerd hadden.



Naast deze mogelijke vertekening in de resultaten kan de lage respons nog ergens anders op duiden. Leden en krantabonnees die zich meer betrokken voelen bij de krant zullen sneller aan een onderzoek mee doen dan leden/abonnees die zich niet bij de vereniging betrokken voelen. De lage respons kan er dus ook op duiden dat men zich tegenwoordig minder bij de krant en de vereniging betrokken voelt dan ten tijde van het vorige onderzoek.

Al met al kan gesteld worden dat de resultaten ondanks de lage respons een goede indicatie geven van hoe de krant door de lezers ervaren wordt. Hierbij moet wel steeds in het achterhoofd gehouden worden dat de resultaten wellicht positief vertekend zijn. Het is daarom belangrijk dat juist de kritiekpunten die uit de resultaten naar voren komen serieus genomen worden.

Hoofdstuk 2, de resultaten

Hieronder zullen de resultaten van het onderzoek een voor een besproken worden. Bij het berekenen van de percentages is de categorie 'niet ingevuld' steeds weggelaten. In Bijlage 2 is een overzicht te zien van de uitkomsten per vraag. Hier wordt ook het aantal dat de vraag niet heeft ingevuld vermeld.

Bij de open vragen komt het voor dat een persoon meerdere suggesties aandraagt. Deze zijn dan ook bij meerdere punten opgenomen.

In het verslag wordt dezelfde indeling aangehouden als in de vragenlijst. Eerst wordt gekeken naar wat de lezers nu van de krant vinden en daarna naar wat er verbeterd kan worden. Om te beginnen eerst nog de vraag over de ontvangst van de krant.

Vraag 2

Hebt u de krant sinds uw aanmelding altijd ontvangen?	aantal	percentage
Ja	263	95
Nee	5	2
Geen idee	8	3

Uit bovenstaande tabel blijkt dat bijna 95 procent de deelnemers aan het onderzoek de krant altijd ontvangen heeft. Dat een aantal mensen de krant niet altijd ontvangen heeft, kan komen door laat of verkeerd ingevoerde adresgegevens. Hoewel het aantal mensen dat aangeeft de krant niet altijd ontvangen te hebben erg laag is, blijft het belangrijk hier steeds op te letten.

Een aantekening hierbij: mensen die BBK- krant 283 niet ontvangen hebben, zullen de enquête ook niet gekregen hebben en vallen daarmee buiten de resultaten van dit onderzoek.

Wat vindt u van de BBK krant zoals deze nu verschijnt?

Vraag 3

Leest u de krant?	aantal	percentage
gedeeltelijk	196	71
helemaal	73	26
niet	7	3

Van de mensen die de enquête ingevuld hebben geeft 26 procent aan de krant helemaal te lezen. 71 procent geeft aan de krant gedeeltelijk te lezen. Bij elkaar genomen wordt de krant dus erg goed gelezen: bij elkaar genomen leest 96 procent van de respondenten de krant helemaal of gedeeltelijk, terwijl slechts 3 procent aangeeft de krant niet te lezen. Hierbij moet wel opgemerkt worden dat 83 procent van de lezers de enquête niet heeft ingevuld en dat de kans groot is dat bij deze groep het percentage dat de krant niet leest een stuk hoger is.

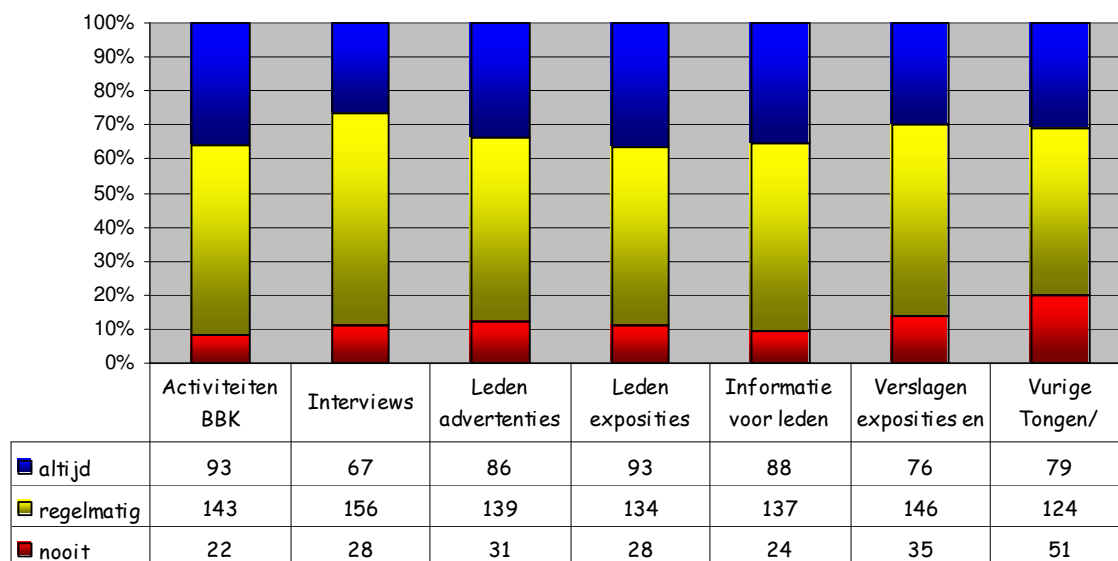
Vraag 4

De krant komt 6 keer per jaar uit. Dat is:	aantal	percentage
precies goed	216	85
te weinig	21	8
te veel	18	7

Over de frequentie waarop de krant uit komt lijkt men zeer tevreden te zijn. Maar liefst 85 procent geeft aan dat 6 keer per jaar precies goed is. Ongeveer evenveel mensen, respectievelijk 7 en 8 procent, ziet de krant liever vaker of juist minder vaak verschijnen.

Vraag 5

Hoe vaak leest u onderstaande rubrieken:

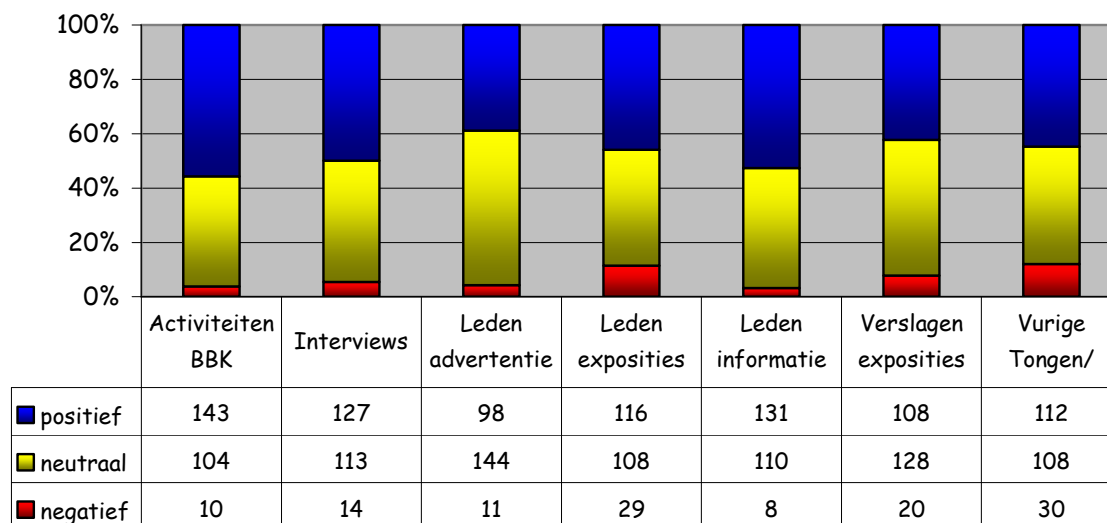


Bij deze vraag is gekeken hoeveel de verschillende onderdelen van de krant gelezen worden. Er komt hier niet heel veel verschil naar voren, alleen de rubriek 'Vurige Tongen / Opinie' springt er enigszins negatief uit. Deze rubriek wordt door 20 procent van de respondenten nooit gelezen.

De overige rubrieken worden allemaal door rond de 10 procent van de respondenten nooit gelezen en alle rubrieken door tussen de 25 en de 35 procent altijd gelezen.

Vraag 6

Wat is uw algemene indruk van onderstaande rubrieken:



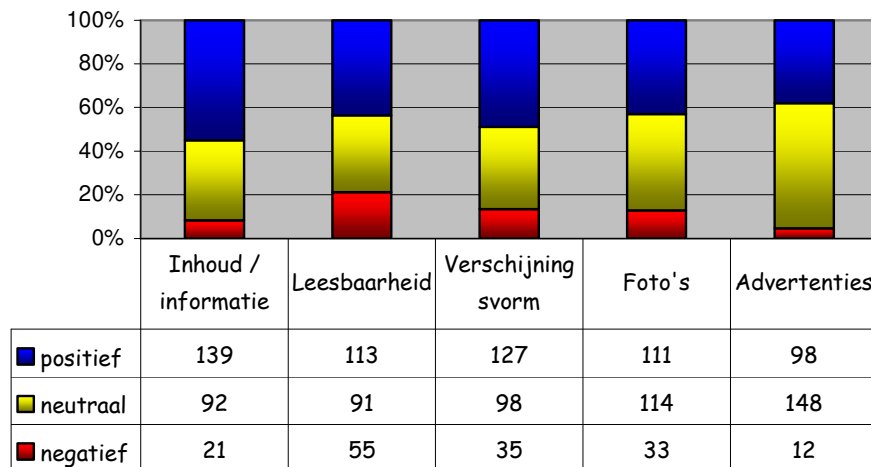
Uit de vraag naar hoe de verschillende rubrieken ervaren worden blijkt dat men overwegend positief is. Vooral de rubriek 'activiteiten BBK' wordt positief beoordeeld. Ongeveer 55 procent van de respondenten heeft een positieve indruk van deze rubriek terwijl minder dan 5 procent aangeeft deze negatief te ervaren. Ook de onderdelen 'ledeninformatie' en 'interviews' worden vrij positief ervaren, door respectievelijk 53 en 50 procent van de respondenten.

Ook in negatieve zin onderscheiden een paar rubrieken zich van de rest. Dit zijn de rubrieken 'Vurige Tongen / Opinie', 'Ledenexposities' en 'Verslagen exposities en evenementen'. Deze worden door ongeveer 10 procent van de lezers als negatief ervaren terwijl minder dan 45 procent deze rubrieken als positief ervaart.

Alleen de rubriek 'ledenadvertenties' is nog niet besproken. Opvallend is dat minder dan 5 procent de rubriek als negatief ervaart, terwijl tegelijkertijd maar 40 procent de rubriek als positief ervaart. Over het algemeen is men dus vrij neutraal over deze rubriek.

Vraag 7

Wat is uw algemene indruk van de volgende onderdelen van de krant:



Bij deze vraag zijn er twee onderdelen die er uitspringen: de leesbaarheid en de inhoud/ informatie. De leesbaarheid wordt door ruim 20 procent van de respondenten als negatief ervaren, tegen over 43 procent positief. Het onderdeel 'inhoud / informatie' wordt het meest positief ervaren, door 55 procent van de respondenten. Minder dan 10 procent ervaart dit als negatief. Het onderdeel advertenties valt op doordat het door erg weinig mensen positief of negatief ervaren wordt, de meerderheid staat hier neutraal tegen over.

Vraag 8

Voelt u zich door het lezen van de krant voldoende betrokken bij de vereniging?	aantal	percentage
ja	95	36
soms wel / soms niet	131	49
nee	40	15

Een van de doelstellingen van de krant is de leden op de hoogte te houden van de stand van zaken bij de BBK en de leden zo betrokken te houden bij de vereniging. Uit de antwoorden blijkt dat 15 procent van de respondenten zich onvoldoende betrokken voelt bij de vereniging, tegenover 36 procent die aangeeft zich wel voldoende betrokken te voelen door het lezen van de krant. Het grootste deel van de respondenten geeft aan zich soms wel en soms niet voldoende betrokken te voelen door het lezen van de krant.

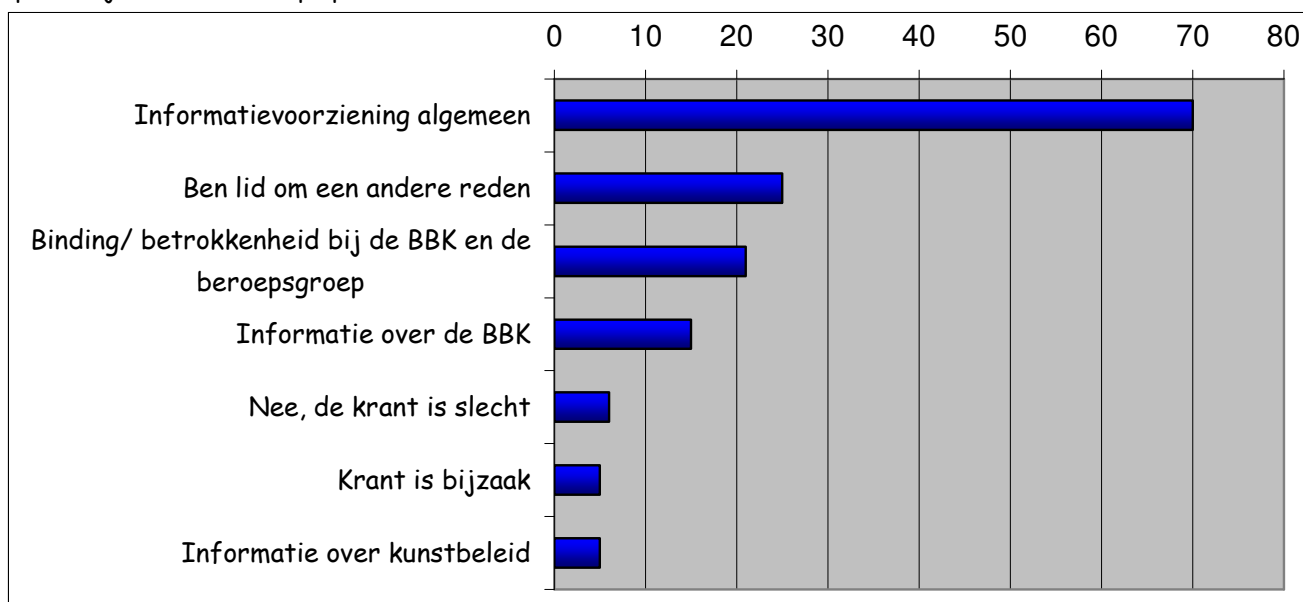
Kanttekening: zoals al eerder aangegeven is de kans groot dat mensen die zich niet betrokken voelen bij de vereniging minder snel geneigd zijn aan een enquête mee te doen. De kans is daarom groot dat het percentage dat zich door het lezen van de krant niet betrokken voelt bij de vereniging in werkelijkheid groter is dan uit de enquête naar voren komt.

Vraag 9

Speelt bij uw lidmaatschap bij de BBK het abonnement op de krant ook een rol?	aantal	percentage
ja	134	54
nee	112	46

Naast de betrokkenheid is het belangrijk om te weten welke rol de krant voor de leden speelt. Uit de antwoorden blijkt dat iets meer mensen aangeeft dat de krant een rol speelt bij hun lidmaatschap, maar erg veel maakt het niet uit. Interessanter zijn de redenen die mensen aangeven waarom de krant wel of niet een rol speelt bij hun lidmaatschap. Het diagram hieronder geeft hier een overzicht van.

Speelt bij uw lidmaatschap op de BBK de krant een rol?



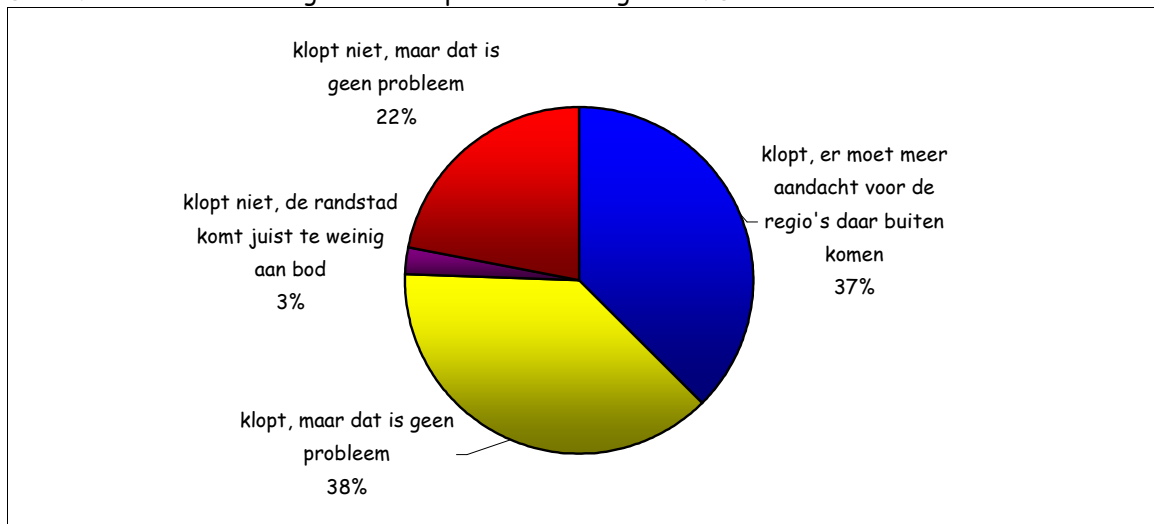
Van de mensen die een reden geeft waarom de krant wel of niet een rol speelt bij hun lidmaatschap, geven de meeste aan dat het vooral om de informatievoorziening in het algemeen gaat. Een kleiner aantal geeft aan dat zij vooral informatie over de BBK wil, terwijl het voor een klein aantal juist om informatie over het kunstbeleid gaat.

Naast de informatievoorziening zijn er nog twee vrij grote, groepen van de respondenten die dezelfde reden opgeeft waarom de krant wel of niet een rol speelt. Een deel geeft aan lid te zijn om een andere reden en dat de krant hier dus geen rol bij speelt, terwijl voor een aantal de krant zorgt voor binding of betrokkenheid bij de BBK en de beroepsgroep.

Voor het overige lopen de antwoorden nogal uiteen, een volledig overzicht van de antwoorden is, op onderwerp gesorteerd, te vinden in bijlage 3.

Vraag 10

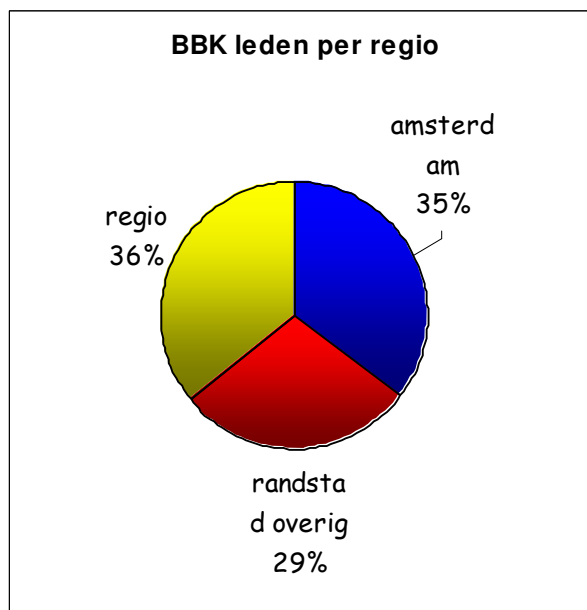
De BBK krant is voor een groot deel op de Randstad gericht. Dat:



Deze vraag is gesteld om er achter te komen of het nodig is het aandachtsgebied van de krant te verschuiven. Opvallend is dat de gegeven antwoorden erg overeen komen met de spreiding van de leden over het land: ruim een derde geeft aan dat er meer aandacht voor de regio's moet komen. Het aantal BBK leden dat buiten de Randstad woont, ligt ook op ruim een derde van het totaal. Ongeveer 38 procent geeft aan dat het wel klopt dat de krant vooral op de Randstad gericht is, maar dat dit niet uitmaakt. 22 procent geeft aan dat dit niet zo is, maar dat het voor hen niet uit maakt. Een kleine groep, 3 procent van het totaal, geeft aan dat de Randstad juist te weinig aan bod komt.

Bij elkaar genomen geeft drie kwart van de lezers aan dat de krant inderdaad erg op de Randstad gericht is. Tegelijk geeft 60 procent van de lezers aan geen probleem te hebben met de focus van de krant. Van de leden in totaal komt ongeveer 65 procent uit de Randstad. De kans bestaat dus dat deze groep, die voor een deel wel en een deel niet vindt dat de krant vooral op de Randstad gericht is, zelf ook uit de Randstad afkomstig is.

Opvallend bij de antwoorden op deze vraag is dat deze sterk overeen komen met de verdeling van BBK leden over het land. Het lijkt er daardoor op dat men de vraag beantwoord heeft naar de regio waar men vandaan komt. Wat niet wegneemt dat 75 procent aangeeft dat de BBK krant voornamelijk op de Randstad gericht is.

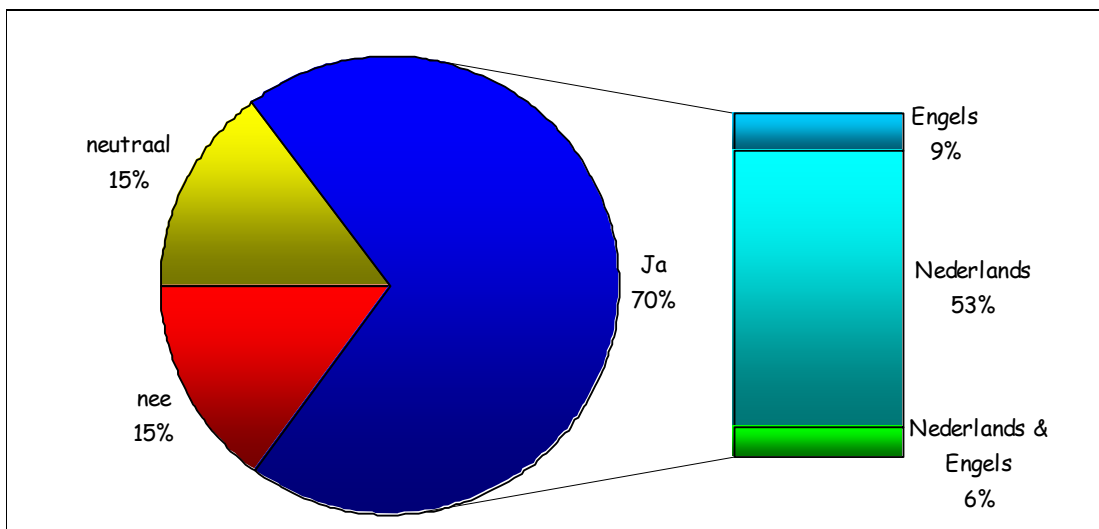


Wat zou u anders willen zien aan de BBK krant?

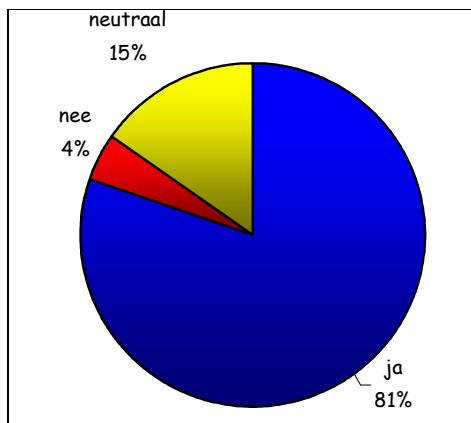
De vragen bij dit gedeelte van de enquête zijn bedoeld om er achter te komen wat voor suggesties lezers hebben over de krant. Het gaat hier om ideeën voor nieuwe rubrieken of onderwerpen in de krant, maar ook op het gebied van bijvoorbeeld de vormgeving van de krant. Om te beginnen zijn er een aantal ideeën voor nieuwe rubrieken voorgesteld.

Zou u geïnteresseerd zijn in een vaste rubriek met informatie over:

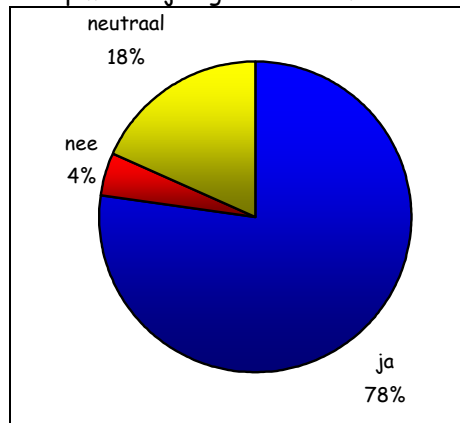
- kunst en kunstbeleid in het buitenland?



- kunst en cultuurbeleid in Nederland?



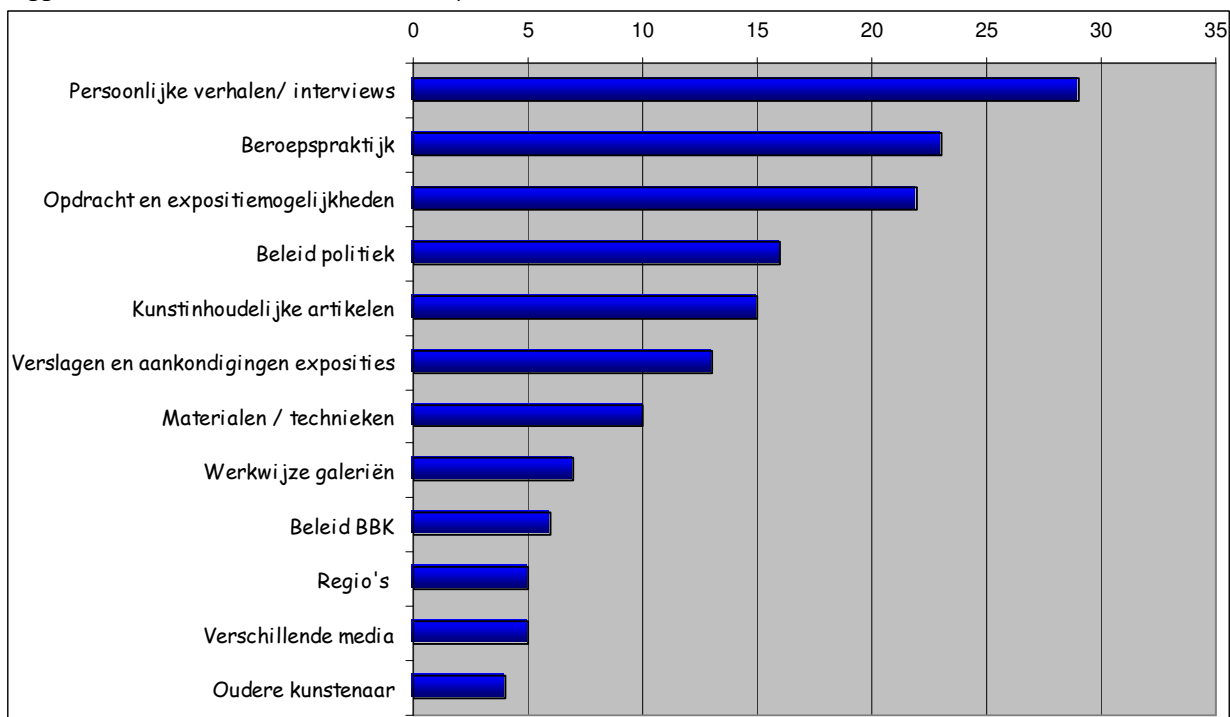
- het advies bureau, gewonnen zaken, opmerkelijke gevallen etc.



Het blijkt dat alle drie de ideeën erg positief ontvangen worden, alleen op het voorstel voor een rubriek met informatie over het kunstbeleid in het buitenland wordt net iets minder enthousiast gereageerd dan op de andere twee.

De overige vragen waren voornamelijk open vragen, op te delen in twee onderwerpen: inhoudelijke suggesties en kritiekpunten en suggesties en kritiekpunten op het gebied van vormgeving. De antwoorden zijn aan de hand van die indeling opgedeeld. Eerst zullen de inhoudelijke punten aanbod komen.

Suggesties voor rubrieken en onderwerpen:

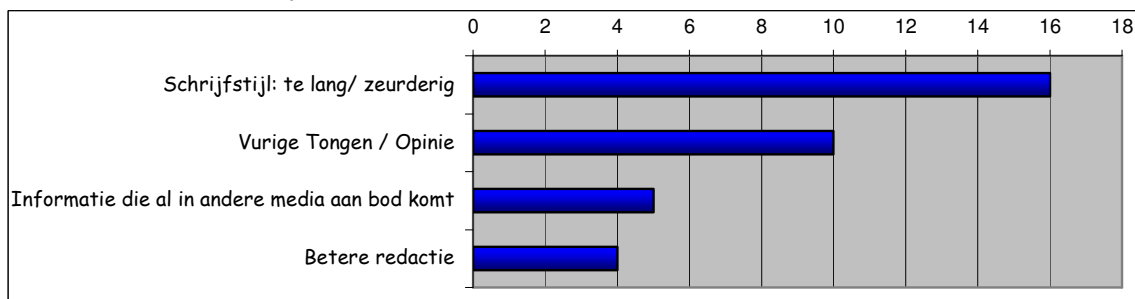


Op de vraag of er nog ideeën zijn voor nieuwe rubrieken zijn een groot aantal suggesties gekomen. Het volledige overzicht is te vinden in bijlage 4, hier een kort overzicht van de meest genoemde onderwerpen.

Het blijkt dat er vooral veel behoefte is aan praktische informatie rond de beroepspraktijk van de kunstenaar, zoals verschillende regelingen die er zijn, problemen rond de WWIK, zelfstandig ondernemerschap en belastingen. Daarnaast kwamen er veel ideeën over een rubriek met persoonlijke verhalen of interviews met kunstenaars. Mensen zijn er bijvoorbeeld in geïnteresseerd hoe andere kunstenaars met problemen rond de beroepspraktijk omgaan, maar ook in bijvoorbeeld verhalen over werk of een column. Verder hadden veel respondenten behoefte aan een rubriek met oproepen en advertenties voor expositiemogelijkheden, opdrachten en galeriën.

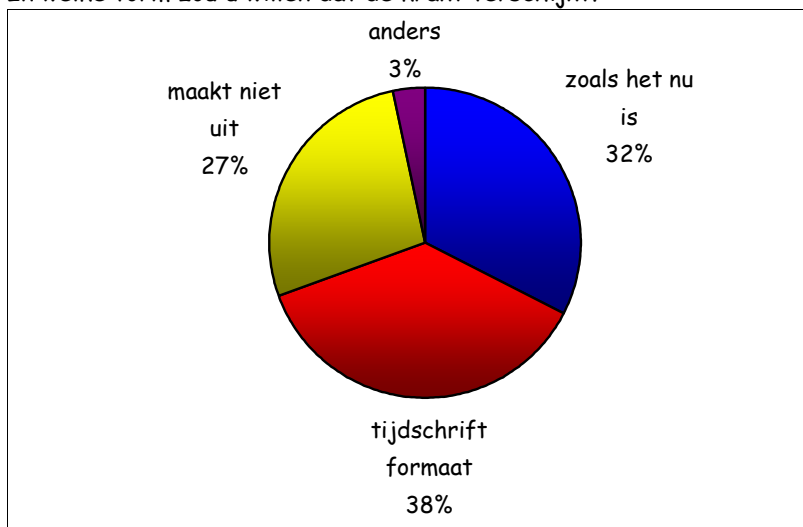
Naast heel veel ideeën voor nieuwe rubrieken en onderwerpen voor in de krant, kwamen er ook een aantal kritiek punten naar voren. Hieronder een tabel met de belangrijkste punten die naar voren komen. Een volledig overzicht is te vinden in bijlage 5.

Wat kan beter: inhoudelijk



Het blijkt dat er vooral een aantal mensen zijn die kritiek hebben op de schrijfstijl in de krant. Deze zou vaak erg verongelijkt of zeurderig zijn als het om beleid gaat. Ook vinden mensen de stukken vaak erg lang en langdradig. Ook in de kritiek op de rubriek Vurige Tongen/ Opinie komt steeds naar voren dat de stukken te lang en langdradig zijn.

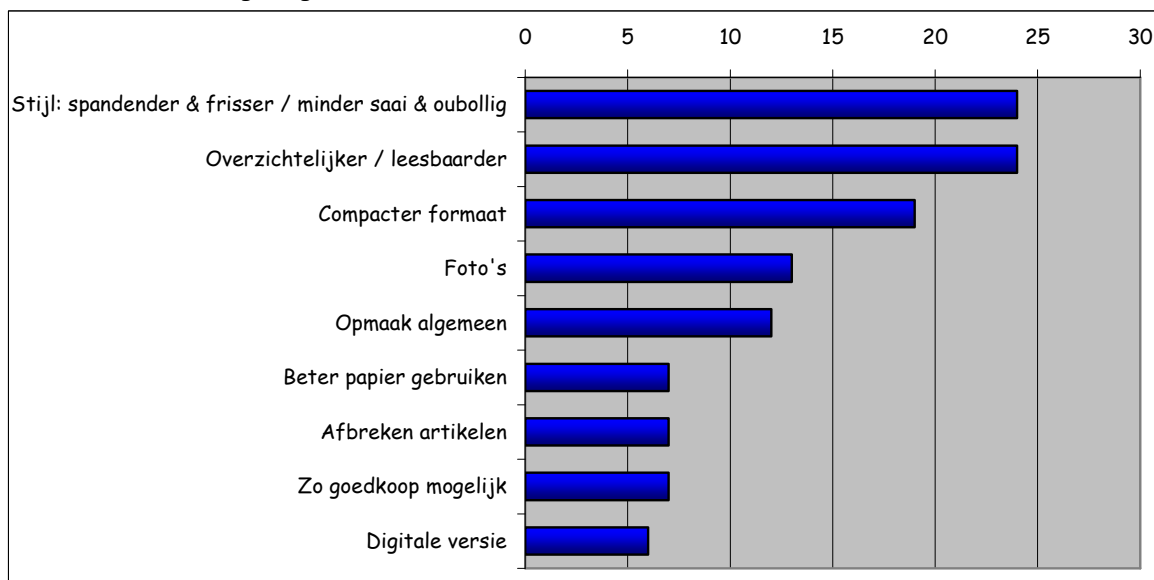
In welke vorm zou u willen dat de krant verschijnt?



Bij de vormgeving van de krant is als eerste gevraagd naar het formaat waarin de krant uitkomt. Een mogelijkheid die daarbij werd voorgesteld was de krant in tijdschriftformaat uit te geven. Ruim een derde van de respondenten vindt tijdschriftformaat de beste optie, iets minder mensen willen dat het zo blijft zoals het nu is en iets meer dan 20 procent maakt het niet uit in welke vorm de krant wordt uitgegeven. Hoewel er dus een kleine meerderheid voor overstappen op tijdschriftformaat is, is hier geen hele grote meerderheid voor.

Ook bij de vragen naar suggesties / kritiek op de vormgeving van de krant kwam een groot aantal reacties en suggesties. Het volledige overzicht staat in bijlage 6, hier kort de meest genoemde punten op een rij.

Wat kan beter: vormgeving



De belangrijkste kritiekpunten die hier naar voren komen, gaan over de stijl van het blad en over de overzichtelijkheid. Veel mensen vinden dat de stijl van de krant erg saai is, en willen een frissere, modernere vormgeving. Ook wordt vaak genoemd dat de indeling in artikelen en kolommen erg onoverzichtelijk is. Een puntje dat apart in de lijst is opgenomen maar ook bij de overzichtelijkheid hoort, is het afbreken van artikelen. Een aantal respondenten geeft aan dat het vervolg van het artikel vaak moeilijk terug te vinden is en ook niet altijd op de aangegeven pagina staat. Een aantal mensen geeft aan dat ze het vooral belangrijk vinden dat de kosten zo laag mogelijk gehouden worden.

Hoofdstuk 3, conclusies en aanbevelingen

Uit de resultaten van het onderzoek kunnen een aantal conclusies getrokken worden, en aan de hand daarvan aanbevelingen hoe verder te gaan met de krant. Deze conclusies en aanbevelingen zullen per onderwerp besproken worden.

- frequentie: de overgrote meerderheid van de respondenten geeft aan dat 6 keer per jaar uitkomen voor de BBK krant precies goed is. Er is dus geen reden hier iets aan te veranderen.
- lengte / langdradigheid van de artikelen: Hoewel alle rubrieken ongeveer evengoed gelezen worden, wordt de rubriek 'Vurige Tongen / Opinie' minder goed gelezen. Deze rubriek wordt ook door relatief veel van de respondenten als negatief ervaren. Een reden die hiervoor bij de open vragen naar voren komt is dat lezers de rubriek erg lang en langdradig vinden. Dit kritiekpunt komt ook naar voren bij de inhoudelijke suggesties voor de krant als geheel, veel artikelen worden als te lang of te langdradig ervaren.

Een mogelijke manier om hier verbetering in te brengen is een maximum aan de lengte van de stukken te stellen. Dit dwingt schrijvers van de artikelen meteen beknopter te schrijven. Waar nodig zou de redactie zich dan het recht moeten voorbehouden de stukken in te korten.

- leesbaarheid: de leesbaarheid wordt in vergelijking met de andere onderdelen van de krant vrij slecht ervaren. Dit komt ook naar voren uit de open vragen later in het onderzoek. Daar wordt de overzichtelijkheid samen met de stijl van de krant het meeste genoemd als punt dat verbeterd kan worden. Op dit punt zijn een aantal mogelijkheden voor verbetering:
 - De indeling van de krant in afzonderlijke rubrieken kan duidelijker en strakker gemaakt worden. Nu staat boven bijna elke rubriek 'berichten', ook wanneer het stuk eigenlijk onder een andere rubriek valt. Deze indeling in rubrieken zou dan ook duidelijk terug moeten komen in de inhoudsopgave, zodat het voor lezers meteen duidelijk is wat waar gevonden kan worden.
 - Artikelen duidelijker over de pagina verdelen in blokken die bijvoorbeeld omkaderd zijn. Nu is niet altijd in een oogopslag duidelijk wanneer het eerste artikel ophoudt en de volgende begint.
 - Koppen en tussenkoppen duidelijker maken.
 - Veel mensen scannen de krant op interessante artikelen. Door meer gebruik te maken van tussenkopjes en prikkelende citaten die uit de tekst springen is het voor lezers sneller duidelijk waar het artikel over gaat en of het de moeite waard is om te lezen.
 - Zo min mogelijk witte vlakken op de pagina's.
 - Foto's in de krant worden over het algemeen gewaardeerd, maar niet als deze niets met het artikel te maken hebben of als paginavulling gebruikt worden.
 - Artikelen zo min mogelijk afbreken. Als het echt niet anders kan het artikel direct op de volgende pagina vervolgen. Goed er op letten dat de verwijzingen ook echt kloppen.
- informatie voorziening en betrokkenheid: een groot deel van de leden geeft aan de krant te waarderen vanwege de informatievoorziening, onder andere over de BBK zelf, en vanwege de binding/ betrokkenheid bij de BBK en de beroepsgroep. De rubrieken 'activiteiten BBK' en 'ledeninformatie' worden vrij goed gewaardeerd en slechts een klein deel van de respondenten voelt zich door het lezen van de krant nooit bij de vereniging betrokken.

Dit sluit aan bij de doelstelling van de BBK krant om te dienen als communicatiemiddel naar de leden toe en om de leden meer bij de activiteiten van de BBK te betrekken. Speel hier op in

door bijvoorbeeld meer te berichten over de activiteiten van de BBK en door de rubriek ledeninformatie overzichtelijk en up-to-date te houden. Eventueel kan na gedacht worden over nieuwe vaste rubrieken rond dit onderwerp.

- de Randstad en de regio's: het blijkt dat drie kwart van de lezers vindt dat de krant voornamelijk op de Randstad gericht is, terwijl ruim een derde dit ook als een probleem ervaart. Hoewel deze indeling grofweg overeenkomt met de verdeling van de BBK leden over het land is het belangrijk in de gaten te houden dat de Randstad niet de hele krant domineert. Juist voor de mensen die buiten de Randstad wonen is de BBK krant een belangrijk middel om bij de vereniging betrokken te blijven omdat het advies bureau en het bestuur qua fysieke afstand erg ver weg staan.
- nieuwe rubrieken: de in de enquête voorgestelde rubrieken zijn erg enthousiast ontvangen door de respondenten. Er zal gekeken moeten worden of en hoe deze rubrieken gerealiseerd kunnen worden.
- suggesties: er is uit de enquête een groot aantal ideeën gekomen voor nieuwe rubrieken of onderwerpen die meer in de krant aan bod zouden kunnen komen. De belangrijkste hiervan zijn meer persoonlijke verhalen en interviews met kunstenaars, artikelen over de beroepspraktijk, oproepen of advertenties met expositie mogelijkheden en opdrachten, kunstbeleid en kunstinhoudelijke artikelen. Er zou gekeken moeten worden of er mogelijkheden zijn deze in de krant op te nemen. Ook in de lijst met minder vaak genoemde suggesties worden een aantal interessante ideeën genoemd die in overweging genomen kunnen worden.
- formaat: een kleine meerderheid van de respondenten heeft liever dat de krant op tijdschrift formaat wordt uitgegeven. Ook bij de suggesties rond de vormgeving wordt dit redelijk vaak genoemd. Er zou onderzocht kunnen worden naar de mogelijkheden hiervoor, ook qua kosten en dergelijke.