



'Hoe het publiek het theaterbezoek ervaart is zo goed als onbekend'

Onderzoek naar theaterbeleving publiek

Draai die posters om

Hoe beleeft een bezoeker z'n avondje theater? Op die vraag studeerde Terry Brochard aan de TU Delft onlangs af. | DOOR: TERRY BROCHARD |

Je komt binnen. Je kaartje wordt gecontroleerd, de jassen gaan naar de garderobe. Door tekort aan tijd moet je een veel te heet kopje koffie naar binnen zien te werken. Op naar de voorstelling. Wat gebeurt er allemaal tijdens een bezoek aan theater en hoe ervaart het publiek dit? Dit was de onderzoeksvraag voor mijn afstudeerproject *Theater Experience* aan

de faculteit Industrieel Ontwerpen aan de Technische Universiteit Delft, uitgevoerd in samenwerking met de VSCD. Op 22 mei ben ik met dit onderzoek afgestudeerd. Sindsdien ben ik bezig om podia te helpen de theaterbeleving te evalueren en te verbeteren. In mijn onderzoek stond het perspectief van de bezoeker centraal. Het heeft geleid tot verbeterde inzichten over

theaterbeleving én een methode om de beleving in een theater te evalueren. Podia richten de focus vooral naar buiten. Via Facebook, luchtalarm-acties en andere promotiemiddelen om meer publiek naar het theater te trekken. Maar hoe datzelfde publiek het bezoek ervaart, is zo goed als onbekend. In mijn onderzoek heb ik juist dat onder de microscoop gelegd.

Stappen

Het eerste wat opviel, is dat de voorstelling zelf maar een van de vele stappen is die de bezoeker op een avond doorloopt. Bij een voorstelling zonder pauze kom je al

snel tot twintig van die stappen. Denk aan 'aankomst bij theater', 'kaartcontrole', 'garderobe', 'bar', 'voorzit', 'entree theaterzaal', enzovoort. Bij elke stap kunnen verschillende factoren invloed hebben. Zo kun je onderzoeken hoe elke stap bijdraagt aan de beleving van de avond en wordt ook duidelijk wat er moet worden gedaan om die beleving te optimaliseren.

De totale theaterbeleving is onder te verdelen in twee niveaus: voorstellingsbeleving en theaterbeleving. De eerste is direct gerelateerd aan de voorstelling zelf. Behalve het opgevoerde stuk spelen ook andere elementen een rol. Denk aan posters, flyers en andere elementen in en rond het theater die direct verwijzen naar de voorstelling. Een goed voorbeeld hiervan is de Theaterhangaar, waar heel het theater in de stijl van de musical *Soldaat van Oranje* is ingericht. Theaterbeleving bestaat uit alles wat niet is gerelateerd aan de voorstelling. Zoals het gebouw, de service, het personeel en de overige bezoekers. Om iets te kunnen zeggen over de totale ervaring moet er per stap worden gekeken naar beide vormen van beleving.

Twee studies

Om de totale theaterbeleving te onderzoeken werden twee verschillende studies uitgevoerd. In de eerste zijn verschillende soorten theaters bezocht om de context van een theaterbezoek beter in kaart te krijgen. Waar reageren bezoekers goed op, waarop niet? De elementen van deze context zijn de voorstelling zelf, maar ook het gebouw, andere bezoekers, service van het personeel en zelfs het kopje waaruit de thee gedronken wordt behoren hiertoe.



Het kleinste detail kan de avond maken of breken. In de tweede studie werden tweetalen theaterbezoekers een avond gevolgd en vervolgens geïnterviewd. Wat maakten ze precies mee tijdens hun bezoek en in hoeverre had dit invloed op hun theaterbeleving? Deze observaties en gesprekken resulteerden in een aantal bevindingen. 'Hoe minder je na hoeft te denken over dingen, hoe meer je je eigen leven buiten de deur laat en hoe meer je de theaterbeleving ondergaat.' Hieruit blijkt dat er tijdens een bezoek verschillende afleidende elementen kunnen zijn die de gewenste beleving in de weg staan. De grote zaal van de Goudse Schouwburg werkt met speciale te-laait-kom-stoelen: vier stoeltjes dicht bij de ingang, zodat niet de hele zaal wordt gestoord door laatkomers.

Praktijk

Hoe werkt dat in de praktijk? Als eindproduct van het project is een evaluatie-instrument ontworpen waarmee een theaterdirecteur een bezoek aan het theater stap voor stap kan evalueren vanuit

De bevindingen samengevat in zeven punten

1. Ik ben hier voor de voorstelling
2. Neem mijn zorgen weg
3. Ik wil er even helemaal uit zijn
4. Ik wil een plekkie
5. Wij gaan samen naar theater
6. Ik kan niet met, maar ook niet zonder andere bezoekers
7. Het zit in de details

het perspectief van een bezoeker. Deze methode werd in de testfase toegepast door Theater de Naald in Naaldwijk. Het bracht directeur Nico Baars tot enkele inzichten. Zo zag hij dat de entree van zijn theater

Podia richten de focus vooral naar buiten

vooral was ingericht op binnenkomend publiek. De bezoekers die aan het eind van de avond het theater verlieten, keken tegen de achterkant van al het uitgestalde promotiemateriaal aan. Terwijl je dan juist de bezoekers hoopt over te halen om snel terug te komen. Ook zag Baars na de evaluatie hoe belangrijk het is om na de voorstelling even een momentje te hebben om te kunnen reflecteren en hoe het theater daar veel invloed in kan hebben. ◀

Terry Brochard is interaction-designer en theaterliefhebber. Dit stuk is een bewerking van een lezing die hij eerder hield op het Congres Podiumkunsten. theaterbeleving@gmail.com

WirelessPro.EU
Where the entertainment pro's go for their wireless

SHURE ULX-D QLX-D
Digital wireless systems

WirelessPro levert apparatuur en oplossingen aan
- pro eindgebruikers in theater, AV & broadcast
- verhuurbedrijven & wederverkopers*
*voor geaccrediteerde bedrijven