

VOORWOORD

Boekmanstichting-Bibliotheek
Herengracht 415 - 1017 BP Amsterdam
Tel. 243739

Dit rapport is een neerslag van een onderzoek onder het publiek van het Museum voor Volkenkunde Rotterdam. De dataverzameling vond plaats in de periode van september 1988 tot en met februari 1989 in het kader van mijn studie sociologie aan de Erasmus Universiteit in Rotterdam. Dit studieproject is in mei 1989 afgesloten met een voorlopige rapportage. Het rapport dat nu voor u ligt bevat een heranalyse van de toen verzamelde data aangevuld met gegevens die daarna verzameld zijn. Deze heranalyse is een onderdeel van een publieksonderzoek in het Museum van Volkenkunde dat gesubsidieerd wordt door de Werkgroep Onderzoek in de Kunstsector van de gemeente Rotterdam. Dit rapport bevat het eerste deel van de verslaggeving van dit onderzoek.

Met het tweede deel, waarvan de veldfase momenteel loopt, wordt een verdere verdieping van de middels dit eerste deel verworven inzichten nagestreefd. Hiervan wordt begin 1991 een verslag uitgebracht.

Het Museum voor Volkenkunde Rotterdam wil de publiciteitsstrategieën, meer nog dan tot nog toe gebruikelijk was, toespitsen op doelgroepen. Projecten waarbij reeds sprake is van een doelgroepenbeleid zijn de grote wisselende tentoonstellingen. Inzicht in de met deze tentoonstellingen binnengehaalde publieksgroepen maakt gestructureerd denken over en het verder ontwikkelen van een doelgroepenbenadering beter mogelijk. Daarom is mij gevraagd om onderzoek te doen naar deze publieksgroepen. Deze onderzoeksvraag heeft geleid tot een ongebruikelijke onderzoeksopzet. De verzamelde gegevens betreffen niet een aselechte steekproef welke representatief is voor het gehele museumpubliek zoals in de meeste publieksonderzoeken het geval is. In plaats daarvan is er een steekproef getrokken uit bezoekers die gericht op drie grote wisselende tentoonstellingen het Museum voor Volkenkunde bezochten.

Publieksgroepen die met de grote wisselende tentoonstellingen bereikt worden zijn niet de enige mogelijke doelgroepen. Een optimale marketingstrategie, waarmee getracht wordt een situatie te scheppen waarin zoveel mogelijk mensen gestimuleerd worden tot een bezoek aan het Museum voor Volkenkunde, behoeft ook inzicht in het niet-tentoonstellingsgerichte publiek en het publiek, dat (nog) niet binnengehaald is. Onderzoek naar dit laatste kan alleen door middel van een bevolkingsonderzoek. Dit is in het kader van dit publieksonderzoek niet haalbaar. Wel wordt middels het vervolgonderzoek onder meer informatie verzameld over het niet-tentoonstellingsgerichte publiek.

Graag wil ik de volgende personen bedanken voor hun bijdrage aan het verloop van dit onderzoek: dat zijn Hans Krijnsen voor de computertech- nische en methodologische adviezen en Sanny de Zoete voor het corrigeren en becomingentariëren van de tekst.

Rotterdam, augustus 1990
Saftlevenstraat 25e
3015 BL Rotterdam
tel.: 010-4361548

Letty Ranshuysen

Inhoudsopgave

I. INLEIDING	1
1.1 De doelstelling van dit onderzoek.	1
1.2 De gehanteerde onderzoeksmethode	2
1.3 De drie onderzochte tentoonstellingen	3
1.4 De steekproef.	4
1.5 Gehanteerde meetprocedures en statistische maten	5
1.6 Indeling van het onderzoeksverslag	6
2 VERSCHILLEN TUSSEN DE PUBLIEKSGROEPEN.	7
2.1 Verschil in leeftijdsverdeling	7
2.2 Verschil in tentoonstellingsgerichtheid.	8
2.3 Verschil in algemeen museumbezoekgedrag.	9
2.4 Verschil in verdeling over geslacht.	9
2.5 Verschil in gehanteerde bezoekmotieven	10
2.6 Verschil in gehanteerde informatiebronnen.	14
2.7 Verschil in kennis vooraf.	16
2.8 Verschil in het nieuwe publiek	18
2.9 Verschil in gezelschapssamenstelling	19
3 OVEREENKOMSTEN TUSSEN DE PUBLIEKSGROEPEN	20
3.1 Overeenkomsten met betrekking tot leeftijdsverdeling	20
3.2 Overeenkomsten met betrekking tot opleidingsverdeling.	20
3.3 Overeenkomsten met betrekking tot algemeen museumbezoekgedrag	22
3.4 Overeenkomsten met betrekking tot vorig bezoekgedrag	22
3.5 Overeenkomsten met betrekking tot de woonplaats.	23
3.6 Overeenkomsten met betrekking tot de gehanteerde bezoekmotieven.	24
3.7 Overeenkomsten met betrekking tot gehanteerde informatiebronnen.	24
3.8 Overeenkomsten met betrekking tot gezelschapssamenstelling	25
3.9 Overeenkomsten binnen het nieuwe publiek	26
4 SAMENVATTING EN CONCLUSIES	27
4.1 Kenmerken van de onderzochte publieksgroepen	27
4.1.1 Het publiek van "In Geuren en Kleuren"	27
4.1.2 Het publiek van "Kunst uit een andere Wereld"	28
4.1.3 Het publiek van "Toekang Potret".	29
4.2 De gevonden overeenkomsten tussen tentoonstellingsgerichte publieksgroepen	30
4.2.1 Ondervertegenwoordiging van jongeren van 15 tot 20 jaar.	30
4.2.2 Oververtegenwoordiging van ouderen boven de 55 jaar.	31
4.2.3 Oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden.	31
4.2.4 Grote museumbezoekervaring	31
4.2.5 Bezoekerstrouwheid	32
4.2.6 Toename van bezoekers van buiten de regio.	32
4.2.7 Toename van vrouwen.	32
4.2.8 Gehanteerde informatiebronnen.	33
4.2.9 Weinig bezoekers die alleen komen.	33
4.3 Aandachtspunten voor het vervolgonderzoek.	34

Tabellen

Tabel 1	Leeftijdsverdeling	8
Tabel 2	Verdeling over tentoonstellingsgerichtheid	8
Tabel 3	Verdeling algemeen museumbezoek	9
Tabel 4	Verdeling over geslacht	10
Tabel 5	Verdeling over bezoekmotieven	11
Tabel 6	Verdeling over informatiebronnen	14
Tabel 7	Verdeling over kennisaspecten.....	16
Tabel 8	Opleidingsverdeling.....	21
Tabel 9	Verdeling over frekwentie vorig bezoek.....	23
Tabel 10	Verdeling over woonplaats.....	24

Bijlagen

Tabel A:	Frekwentie over aantal-bezoekmotieven per groep...	36
Tabel B:	Frekwentie over aantal kennisaspecten per groep...	37
Vragenlijst bij	"In Geuren en Kleuren".....	38
Vragenlijst bij	"Kunst uit een andere Wereld".....	40
Vragenlijst bij	"Toekang Potret".....	42
Literatuurlijst.....		43

I. INLEIDING

Het Museum voor Volkenkunde is één van de vier grote gemeentelijke musea van Rotterdam. In 1988 bereikte het een bezoekersaantal van ongeveer 70.500 bezoekers. Het behoort met het Amsterdamse Tropenmuseum en het Rijksmuseum voor Volkenkunde in Leiden tot de drie grote volkenkundige musea van Nederland.

Het museum beschikt over een zeer uitgebreide collectie kunstnijverheids- en gebruiksvoorwerpen uit niet-Europese landen. Inhoudelijk onderscheidt het Museum voor Volkenkunde Rotterdam zich door een actief en gevarieerd tentoonstellingsbeleid, met veel aandacht voor fotografie, actuele ontwikkelingen en nieuwe presentatievormen.

Probleem van het museum

De externe druk om de positie en activiteiten van het museum te legitimeren is het laatste decennium sterk toegenomen. Vroeger stond het museum in de luwte van de samenleving en werden haar activiteiten nauwelijks door kritische buitenstaanders gevolgd. Nu zijn voor musea vitale kwesties in openbare en politieke discussies terecht gekomen en worden haar activiteiten aan, door externen bepaalde, criteria getoetst. Eén van die criteria, naast minder grijpbare criteria als kwaliteit en de cultureel-maatschappelijke waarde van het gebodene, is het bezoekersaantal. In tijden van bezuinigingen, waarin de vraag om financiële ondersteuning steeds sterker gerechtvaardigd dient te worden en het museum moet concurreren met andere subsidiebehoevende instellingen, wordt het bezoekersaantal een steeds belangrijker legitimatiebron. Hierdoor is het Museum voor Volkenkunde genoodzaakt om zich meer te richten op het binnenhalen van nieuwe publieksgroepen en het vasthouden van en vaker laten terugkomen van het reeds bestaande publiek.

Rekening houden met en inspelen op (nieuwe) publieksgroepen is geen geringe opgave wanneer in ogenschouw wordt genomen dat het publiek van het Museum voor Volkenkunde steeds gedifferentieerder wordt. Naast het traditionele in volkenkunde geïnteresseerde publiek en de middels georganiseerde schoolbezoeken binnengehaalde groepen zijn er nieuwe doelgroepen te onderscheiden. Zoals etnische groepen, mensen met specifieke interessegebieden als kunst, fotografie of een bepaald cultuurgebied en onervaren museumbezoekers. De behoeften, wensen en interesses van deze verschillende publieksgroepen lopen sterk uiteen en kunnen zelfs tegengesteld aan elkaar zijn. Daar moet met een doordacht publieksgericht beleid op ingespeeld worden.

1.1 De doelstelling van dit onderzoek

Om publiek aan te trekken voor een museum zijn er twee publiekswervende methoden te onderscheiden. Dat zijn:

A de aandacht vestigen op de inhoud van bepaalde tentoonstellingen om mensen met specifieke interesses en belangstellingsvelden aan te trekken. Deze vorm van publiekswerving noem ik **tentoonstellingspromotie**.

B het Museum voor Volkenkunde profileren als een "familie museum", waar voor iedereen van het gezelschap waarin men komt iets te beleven valt. Dit noem ik **museumpromotie**.

Omdat momenteel in het Museum voor Volkenkunde het accent ligt op de eerst genoemde vorm van publiekswerving is dit publieksonderzoek in de eerste plaats opgezet om publiekswerving via tentoonstellingspromotie te evalu-

eren. De tweede wijze van publiekswerving, de museumpromotie, wordt in het vervolgonderzoek geëvalueerd.

De tentoonstellingen die het meest in de publiciteit komen en het beste binnen de momenteel door het museum gehanteerde publiekswervende strategie passen zijn de grote wisselende tentoonstellingen. Deze tentoonstellingen vinden plaats op de 1e verdieping van het museum en blijven gemiddeld 3 à 4 maanden staan. Binnen de redactieformule van het Museum voor Volkenkunde nemen deze tentoonstellingen, met hun dynamische en op de actualiteit gerichte karakter, een speciale plaats in. Men richt zich met deze tentoonstellingen op publieksgroepen, die op grond van de tentoonstellingsinhoud een bezoek aan het museum brengen. Men hoopt door het variëren van tentoonstellingsonderwerpen telkens andere (nieuwe) publieksgroepen aan te trekken, die na een positieve eerste ervaring met het museum, vaker terug zullen komen. Anderzijds verwacht men dat de regelmatige bezoekers van het museum vaker zullen komen doordat ze aangetrokken worden door nieuwe tentoonstellingen.

Dit onderzoek kent twee doelstellingen, namelijk:

- 1 Zicht krijgen op de **verschillen** tussen de publieksgroepen, die door de onderzochte tentoonstellingen aangetrokken worden. Dit om na te gaan of tentoonstellingen die qua inhoud en presentatievorm sterk van elkaar verschillen ook werkelijk van elkaar te onderscheiden publieksgroepen trekken. Hierdoor krijgen we een beter overzicht van de doelgroepen die er binnen het publiek te onderscheiden zijn. Een grotere kennis van deze doelgroepen legt een basis voor een doelmatig kiezen en benaderen van doelgroepen bij de publiekswerving in de toekomst.
- 2 Zicht krijgen op **overeenkomsten** binnen het publiek dat op de onderzochte tentoonstellingen afkomt. Dit om na te gaan of het tentoonstellingsgerichte publiek bepaalde gemeenschappelijke kenmerken heeft. De hiermee verkregen informatie kan in het vervolgonderzoek vergeleken worden met gegevens over de publieksgroep die niet gericht op tentoonstellingen het museum bezoekt. Hierdoor kan getoetst worden of middels museumpromotie een wezenlijk ander publiek wordt binnengehaald dan middels tentoonstellingspromotie.

1.2 De gehanteerde onderzoeksmethode

Literatuuronderzoek, waarvan de resultaten hier niet direct worden weergegeven, heeft mij geleerd dat de theorievorming met betrekking tot het specifieke gebied van de cultuursociologie dat zich bezig houdt met cultuurdeelname nog zeer gebrekkig is. Van bruikbare hypothesen die door middel van een kwantitatieve onderzoeksstrategie (waarbij op grote schaal gegevens worden verzameld die zich lenen voor kwantificering en door middel van statistische bewerking getoetst kunnen worden) is niet echt sprake.

Om werkelijk recht te kunnen doen aan de verwevenheid van de verschillende motieven en daarmee samenhangende sociale achtergronden die tot museumbezoek leiden is intensief kwalitatief onderzoek nodig. Een dergelijke onderzoeksstrategie biedt meer ruimte voor de sociale werkelijkheid zoals deze wordt ervaren door de onderzoekssubjecten zelf.

De voor dit onderzoek ter beschikking staande middelen bieden geen ruimte voor een dergelijk onderzoek. Daarom is er bij dit onderzoek gekozen voor een kwantitatieve onderzoeksmethode, de enquête, waarmee in een korte tijd informatie over een groot aantal bezoekers verzameld kan worden.

Deze onderzoeksmethode maakt het, ondanks de beperkingen die het met zich meebrengt, goed mogelijk om de verschillen en overeenkomsten tussen diverse publieksgroepen op te sporen. Alleen zal het bij de interpretatie van de onderzoeksresultaten zo nu en dan ontbreken aan de benodigde achtergrondinformatie met betrekking tot belevingsaspecten en sociaal-culturele achtergronden van de respondenten.

Er zijn enquêtes uitgezet onder de bezoekers van drie grote wisselende tentoonstellingen, die na elkaar plaats vonden.

Om niet teveel beslag te hoeven leggen op de tijd van de respondent is de gehanteerde vragenlijst zo kort mogelijk gehouden. De gehanteerde vragenlijst is voor iedere groep vrijwel identiek. Alleen is de vragenlijst na de eerste en na de tweede onderzochte tentoonstelling iets uitgebreid. Voorbeelden van de gehanteerde vragenlijsten zijn te vinden in de bijlagen.

De vragen en de antwoordcategorieën die in de gehanteerde vragenlijsten zijn opgenomen zijn mede gebaseerd op antwoordcategorieën die ik in andere publieksonderzoeken ben tegengekomen en op de aanbevelingen die gedaan worden in de evaluatie van eerder publieksonderzoek in Rotterdam¹.

1.3 De drie onderzochte tentoonstellingen

De drie tentoonstellingen zijn "In Geuren en Kleuren", "Kunst uit een andere Wereld" en "Toekang Potret". Omdat de inhoud en toegankelijkheid van deze tentoonstellingen sterk verschillen, lenen zij zich goed voor een vergelijkend onderzoek.

De tentoonstelling "In Geuren en Kleuren" had specerijen en hun geschiedenis als onderwerp. De herkomst en het gebruik van specerijen in de Klassieke Oudheid, de opkomst en de ondergang van de VOC en de toepassing van specerijen in levensmiddelen, cosmetica, parfums en geneesmiddelen werden in deze tentoonstelling behandeld. Het onderwerp specerijen staat dicht bij het dagelijks leven. Bijna iedereen die wel eens in de keuken staat krijgt te maken met de specerijen, die in deze tentoonstelling centraal stonden. Het onderwerp werd gepresenteerd met gebruikmaking van een Arabische markt, een uitstalling van kostbare kunstnijverheid en zeldzame historische voorwerpen en elementen uit de detailhandel als oude kruidenierswinkels, drogistrijen en apotheken en de hedendaagse supermarkt. De toegankelijkheid van het onderwerp en de wijze waarop dit gepresenteerd werd maakte deze tentoonstelling voor een breed publiek aantrekkelijk. De publieksgroep die deze tentoonstelling gericht kwam bezoeken wordt in het vervolg met de afkorting GK-groep aangeduid.

"Kunst uit een andere Wereld" was een minder toegankelijke tentoonstelling. Interesse voor kunst is niet bij grote groepen van de bevolking aanwezig. De tentoonstelling behandelde vier voorbeelden uit verschillende cultuurgebieden die representatief zijn voor vier mogelijke kunstvormen. Door middel van deze tentoonstelling werd getracht een discussie op gang te brengen over de positie van niet-westerse kunst in de door het westen gedomineerde kunstwereld. Daartoe ging de tentoonstelling vergezeld met diverse lezingen en een symposium. Door het onderwerp van deze tentoonstelling en de manier waarop dit gepresenteerd werd was enige voorkennis en gerichte belangstelling noodzakelijk om deze tentoonstelling te kunnen waarderen. Hierdoor was

¹ R.R. van der Meijden en J.W. van der Ploeg "Acht jaar publieksonderzoek in Rotterdam".

deze tentoonstelling voor een meer select publiek aantrekkelijk. Gerichte bezoekers van deze tentoonstelling duid ik aan met **NWK-groep**².

De tentoonstelling "**Toekang Potret**" behandelde de wijze waarop fotografie gebruikt werd in Nederlands-Indië. Hierbij was veel aandacht voor de sociaal-culturele en historische ontwikkelingen in deze Nederlandse kolonie. Er waren historische opnamen, zowel van documentaire aard als uit privé-archieven, te zien. Deze tentoonstelling richtte zich op een specifiek publiek. Het onderwerp, fotografie in Nederlands-Indië, is met name aantrekkelijk voor mensen die geïnteresseerd zijn in fotografie en voor mensen met een Indisch verleden. Het deel van het onderzochte publiek dat op deze tentoonstelling afkwam wordt **TP-groep** genoemd.

1.4 De steekproef

Om alleen die bezoekers te onderzoeken die daadwerkelijk op de genoemde tentoonstellingen afgekomen zijn is er uit de bezoekers van deze tentoonstellingen een selecte steekproef genomen. Er is aan potentiële respondenten (dat zijn in principe alle bezoekers die in de onderzoekperiode het museum binnen kwamen) gevraagd of ze voor de grote wisselende tentoonstelling kwamen. Alleen aan hen die aangaven voor die tentoonstelling te komen is gevraagd mee te werken aan de enquête. De non-respons was opvallend laag, bijna iedere museumbezoeker die daarvoor in aanmerking kwam was bereid mee te werken.

De vragenlijsten zijn uitgedeeld door de suppoosten aan de balie, waar de entreekaartjes verkocht worden. Helaas hebben zij, wegens de soms te grote toeloop, niet alle potentiële respondenten kunnen benaderen. Hierdoor is het niet na te gaan hoe groot het percentage van de op de onderzochte tentoonstelling gerichten is ten opzichte van het totale publiek dat in de onderzoeksperiode het museum binnenkwam.

Een indicatie hiervoor geeft een, door het Museum voor Volkenkunde zelf opgezet, publieksonderzoek tijdens de tentoonstelling "In Geuren en Kleuren" in september 1988 waarin een percentage van 20 tot 25% van de op deze tentoonstelling gerichten naar voren komt.

Bij het uitdelen van enquêtes tijdens de tentoonstelling "Kunst uit een andere Wereld" in begin oktober 1989 is over een drietal dagen door mij bijgehouden welk percentage van het publiek gericht op de tentoonstelling afkwam. Hieruit blijkt hoe sterk de verhouding, tussen het algemene publiek en het op deze tentoonstelling gerichte publiek, per dag wisselde. Op vrijdag, welke in de krokusvakantie viel, kwam 31% voor de tentoonstelling. Op de zaterdag daarna 45% en op zondag 19%. Het door mij gevonden gemiddelde van (op de niet-Westerse kunst-) tentoonstellingsgerichten onder het publiek ligt met 32% dus iets hoger dan het gevonden percentage bij "In Geuren en Kleuren". In het vervolgonderzoek zal getracht worden meer gegevens over de verhouding tentoonstellingsgericht versus algemeen publiek boven tafel te krijgen.

Door praktische omstandigheden heeft de representativiteit van de steekproef niet voorop kunnen staan. De eerste te onderzoeken tentoonstelling liep al bijna af bij de aanvang van dit onderzoek en de suppoosten konden zich niet makkelijk vrijmaken voor het uitdelen van de vragenlijsten. Hierdoor is er alleen tijdens de laatste 10 dagen van de eerste twee

² De afkorting NWK staat voor Niet-Westerse Kunst.

tentoonstellingen data verzameld. Tijdens de derde tentoonstelling zijn de vragenlijsten over een langere periode uitgedeeld.

De tentoonstelling "In Geuren en Kleuren" was te zien van 11 juni tot en met 2 oktober 1988. De enquêtes zijn uitgedeeld in de periode van zaterdag 24 september tot en met zondag 2 oktober. Er zijn uiteindelijk 162 enquêtes door deze groep ingevuld.

De tentoonstelling "Kunst uit een andere Wereld" was te zien van 4 november 1988 tot en met 12 februari 1989. De enquêtes zijn uitgedeeld in de periode van donderdag 2 februari tot en met zondag 12 februari. Bij deze tweede enquête zijn enkele vragen toegevoegd³ om een beter beeld te krijgen van het gezelschap waarin de respondenten de tentoonstelling "Kunst uit een andere Wereld" bezoeken. Er zijn 145 vragenlijsten door deze groep ingevuld.

De tentoonstelling "Toekan Potret" was te zien van 4 maart tot en met 28 mei 1989. De enquêtes zijn verspreid over deze periode uitgedeeld. Bij deze derde enquête zijn weer een aantal vragen toegevoegd, dit keer om na te gaan of de respondenten bekend waren met het bij de tentoonstelling aansluitende lezingenprogramma en de catalogus. Er zijn 231 vragenlijsten door deze groep ingevuld.

De totale steekproef omvat 538 tentoonstellingsgerichte museumbezoekers.

1.5 Gehanteerde meetprocedures en statistische maten

De eerste doelstelling van dit onderzoek is het zicht krijgen op de verschillen tussen de onderzochte publieksgroepen. Deze verschillen zijn getoetst met behulp van een chi-kwadraattoets op een significantie-nivo van 5%. De kans dat de in dit rapport aan de orde gestelde verschillen tussen de groepen op toeval berusten is daardoor kleiner dan 5 procent.

De sterkte van het verband tussen het behoren tot één van de onderzochte publieksgroepen en de achtergrondvariabelen is gemeten met de Cramer's V. Wanneer een vergelijking zich beperkt tot twee groepen en de variabele tot twee waarden is gehercodeerd wordt het gevonden verband met een Phi-coëfficiënt aangegeven. De genoemde maten geven de sterkte van het verband aan. De Phi en de Cramer's V loopt van 0 tot 1; hoe dichterbij de waarde van het gevonden verband bij 1 ligt hoe sterker dit verband is.

Om extra informatie te verzamelen over de onderscheiden publieksgroepen zijn er ook samenhangen tussen achtergrondvariabelen onderzocht binnen de onderzochte publieksgroepen. Deze verbanden zijn ook opgespoord met behulp van een chi-kwadraattoets op een significantie-nivo van 5%. Wanneer het een verband betreft tussen twee variabelen op ordinaal nivo, dat wil zeggen dat de waarden van de variabele op logische wijze oplopen, wordt de sterkte daarvan aangegeven met de Kendall's Tau. Wanneer het een kruistabel met een gelijk aantal waarden betreft met een Kendall's Tau-B. Wanneer het een kruistabel met variabelen met een ongelijk aantal waarden betreft met een Kendall's Tau-C. De Kendall's Tau loopt van -1 tot 1. Bij een negatieve Tau gaat het om een negatief verband, dat wil zeggen hoe groter de waarde van de ene variabele hoe kleiner de waarde van de andere

³ Vergelijk de vragenlijsten in de bijlage.

variabele. Een positieve Tau geeft een positief verband aan, met het toenemen van de waarde op de ene variabele neemt de waarde van de andere variabele ook toe.

De tweede doelstelling van dit onderzoek is het zicht krijgen op de overeenkomsten tussen de tentoonstellingsgerichte publieksgroepen. Wanneer er geen significant verschil in de verdeling over een variabele tussen de groepen is geconstateerd is er sprake van een overeenkomst. Er kan op basis van de tot nu toe verzamelde gegevens niet aangegeven worden in hoeverre de gevonden overeenkomsten kenmerkend zijn voor het tentoonstellingsgerichte publiek. Daarvoor moeten deze gegevens vergeleken worden met de data van een zuivere niet-tentoonstellingsgerichte publieksgroep, die middels het vervolgonderzoek verzameld worden.

Ik beschik wel over gegevens uit eerder publieksonderzoek in het Museum voor Volkenkunde⁴. Deze publieksonderzoeken hebben zich niet beperkt tot alleen tentoonstellingsgerichte bezoekers. Verschillen tussen de resultaten uit eerder onderzoek en mijn onderzoek kunnen een indicatie geven van mogelijke verschillen tussen tentoonstellingsgericht publiek en algemeen publiek. Daarom heb ik uitkomsten, die kenmerkend zijn voor mijn gehele steekproef van tentoonstellingsgerichten, afgezet tegen vergelijkbare gegevens uit eerder onderzoek.

Daarnaast heb ik mijn onderzoeksresultaten, wanneer dit mogelijk is, vergeleken met bevolkingsgegevens. Hierdoor kan aangegeven worden in hoeverre mijn steekproef afwijkt van de Nederlandse bevolking.

Het vergelijken met referentiegegevens vindt plaats met behulp van een non-parametrische toets. Hierbij wordt nagegaan in hoeverre de gevonden verdeling over een variabele afwijkt van een op basis van andere gegevens verwachte verdeling. Daarbij wordt de geconstateerde afwijking, gecontroleerd op de groepsaantallen, weergegeven met een standaard-residu.

1.6 Indeling van het onderzoeksverslag

De inhoud van dit rapport ziet er als volgt uit.

In hoofdstuk 2 worden de uit de analyse van de verzamelde data naar voren gekomen verschillen tussen de drie onderzochte publieksgroepen behandeld.

In hoofdstuk 3 komen de overeenkomsten tussen de drie groepen aan de orde.

Hoofdstuk 4 geeft een samenvatting van de onderzoeksresultaten middels een beschrijving per tentoonstellingsgroep die gebaseerd is op de gesignaleerde verschillen tussen de groepen. Vervolgens wordt aan de hand van een samenvatting van de gevonden overeenkomsten tussen de groepen aangegeven hoe deze resultaten geïnterpreteerd kunnen worden. Hierbij wordt aandacht besteed aan de consequenties voor het marketingbeleid en aan de wijze waarop deze uitkomsten verwerkt zullen worden in het nu lopende vervolgonderzoek.

⁴ Het gaat hier om publieksonderzoeken uit 1979, 1982 en 1983.

2 VERSCHILLEN TUSSEN DE PUBLIEKSGROEPEN

De analyses waarvan in dit hoofdstuk verslag wordt gedaan zijn uitgevoerd in het kader van de eerste, in de inleiding beschreven, doelstelling van dit onderzoek. Dit is het zicht krijgen op de verschillen tussen de onderzochte publieksgroepen ten behoeve van de identificatie van (potentiële) doelgroepen. Hiermee wordt tevens de belangrijkste hypothese die ten grondslag ligt aan het beleid van de grote wisselende tentoonstellingen getoetst. Dit is de hypothese dat de wisselende tentoonstellingen, door verschillen in inhoud en toegankelijkheid, steeds andere publieksgroepen aantrekken.

Om na te gaan in hoeverre de publieksgroepen, die op grote wisselende tentoonstellingen afkomen, van elkaar verschillen heb ik het publiek vergeleken van drie tentoonstellingen, die qua inhoud en presentatie zeer van elkaar afwijken. Deze vergelijking heeft zich toegespitst op een aantal, door mij van belang geachte, achtergrondskenmerken. In elke paragraaf van dit hoofdstuk staat één van de gemeten achtergrondskenmerken, die verschillend over de drie publieksgroepen verdeeld zijn, centraal. De verdeling over de behandelde variabelen worden per groep in één tabel weergegeven. De groepstotalen kunnen per tabel variëren en zijn niet altijd gelijk aan de steekproefgrootte. Dit komt doordat de vraag waarmee de, in de tabel behandelde, variabele gemeten is niet altijd door iedereen beantwoord is.

2.1 Verschil in leeftijdsverdeling

Omdat er alleen in de laatste enquête gevraagd is naar de leeftijd van eventueel meegekomen kinderen en de schoolbezoeken (waarbinnen 12.000 bezoekers, die met name uit het basisonderwijs afkomstig zijn vallen) niet zijn meegenomen in dit onderzoek zijn er weinig gegevens over de leeftijdsgroep van beneden de 15 jaar. Deze leeftijdsgroep blijft daarom verder buiten beschouwing. In tabel 1 kunnen we zien dat leeftijd over de drie groepen verschillend verdeeld is ($V = .16$).

In de NWK-groep komen verhoudingsgewijs meer mensen van beneden de 25 jaar voor dan in de andere twee groepen (22% tegenover GK:8% en TP:5%). *Het onderwerp van "Kunst uit een andere Wereld" blijkt dus meer jongeren aan te trekken dan de onderwerpen van de andere twee tentoonstellingen.*

In de TP-groep zijn meer mensen tussen 55 en 65 jaar te vinden (26% tegenover GK:17% en NWK:14%). De non-parametrische toets waarmee nagegaan is in hoeverre de leeftijdsopbouw van de drie groepen afwijkt van de bevolking⁵ geeft voor de TP-groep een oververtegenwoordiging van deze leeftijdsgroep met een standaard-residu van 5.86 aan, voor de GK-groep 1.57 en voor de NWK-groep .64. Hieraan kunnen we zien dat de bezoekersgroep van "Toekang Potret" met betrekking tot het aantal 55 tot 65 jarigen veel sterker afwijkt van de bevolkingsgegevens dan de andere twee groepen. *Het nostalgisch getinte onderwerp van "Toekang Potret" is blijkbaar zeer aantrekkelijk voor oudere mensen.*

⁵ CBS bevolkingsstatistieken leeftijdsopbouw 1-1-1988.

Tabel 1.	LEEFTIJDVERDELING					
	GK		NWK		TP	
	N	%	N	%	N	%
15-20 jaar	1	.6%	8	5.6%	1	.4%
20-25 jaar	12	7.6%	24	16.8%	11	4.8%
25-35 jaar	45	28.5%	32	22.4%	42	18.2%
35-45 jaar	28	17.7%	20	14.0%	45	19.5%
45-55 jaar	22	13.9%	17	11.9%	31	13.4%
55-65 jaar	26	16.5%	20	14.0%	59	25.5%
65< jaar	24	15.2%	22	15.4%	42	18.2%
groepstotaal	158	100.0%	143	100.0%	231	100.0%

2.2 Verschil in tentoonstellingsgerichtheid

De gerichtheid is gemeten door middel van vraag 1 in de enquête. Wanneer men aangaf **alleen** voor de tentoonstelling te komen, dus niet van plan was om ook nog andere tentoonstellingen te bekijken, is dit gemeten als de sterkste vorm van gerichtheid.

Gaf men aan **speciaal** voor de tentoonstelling, zonder zich alleen tot het bezichtigen van deze tentoonstelling te beperken, dan is dat gemeten als het middennivo van gerichtheid.

Was de tentoonstelling een **aanleiding** om het museum als geheel (weer) eens te bezoeken, dan is dit gemeten als de zwakste vorm van gerichtheid.

Tabel 2.	TENTOONSTELLINGSGERICHTHEID					
	GK		NWK		TP	
	N	%	N	%	N	%
zeer gericht	34	21.4%	23	16.0%	77	33.9%
gericht	53	33.3%	68	47.2%	90	39.6%
matig gericht	72	45.3%	53	36.8%	60	26.4%
groepstotaal	159	100.0%	144	100.0%	227	100.0%

In tabel 2 is de verdeling per groep op de variabele tentoonstellingsgerichtheid weergegeven. De, op deze wijze gemeten, mate van gerichtheid blijkt tussen de groepen te verschillen ($V = .16$).

In de TP-groep zitten meer zeer gerichte tentoonstellingsbezoekers dan in de beide andere groepen (34% tegenover GK:21% en NWK:16%). In de NWK-groep zitten verhoudingsgewijs iets meer gerichten op het middennivo (47% tegenover GK:33% en TP:40%). De tentoonstelling "In Geuren en Kleuren" trekt meer minst gerichte tentoonstellingsbezoekers (45% tegenover NWK:37% en TP:26%).

Alleen binnen de NWK-groep is er een significant verband tussen gerichtheid en de frekwentie van eerder bezoek aan het Museum voor Volkenkunde Rotterdam (Tau =.13). Hoe vaker men geweest is hoe minder gericht men komt; van de respondenten die nooit of slechts één keer zijn geweest komt 61% alleen voor de tentoonstelling "Kunst uit een andere Wereld", van diegenen die 2 tot en met 5 keer geweest zijn 15% en van hen die al 6 keer of vaker in dit museum zijn geweest 9%.

Het publiek van "Toekang Potret" is het sterkst op de tentoonstelling gericht. Bezoekers van "In Geuren en Kleuren" komen veel minder tentoonstellingsgericht. Bij het publiek van "Kunst uit een andere Wereld" zijn met name degenen die voor het eerst of voor de tweede keer komen sterk op de tentoonstelling gericht.

2.3 Verskil in algemeen museumbezoekgedrag

Onder het algemeen museumbezoekgedrag wordt de frekwentie waarmee de respondent over het algemeen een museum bezoekt verstaan. Hierin is een verschil tussen de groepen waar te nemen ($V = .12$).

In tabel 3 zien we dat een opvallend groot deel van de NWK-groep één keer per maand of vaker naar een museum gaat (40% tegenover GK:21% en TP:27%). *De tentoonstelling "Kunst uit een andere Wereld" trekt dus meer ervaren museumpubliek dan de andere twee tentoonstellingen.*

Tabel 3. ALGEMEEN MUSEUMBEZOEK:	GROEP					
	GK		NWK		TP	
	N	%	N	%	N	%
nooit	5	3.1	5	3.5	2	.9%
1x pj	9	5.7%	1	.7%	12	5.2%
2 t/m 5x pj	56	35.2%	40	27.8%	84	36.5%
6 t/m 11x pj	55	34.6%	40	27.8%	70	30.4%
maandelijks	31	19.5%	48	33.3%	55	23.9%
wekelijks	3	1.9%	10	6.9%	7	3.0%
groepstotaal	159	100.0%	144	100.0%	230	100.0%

2.4 Verskil in verdeling over geslacht

In tabel 4 kunnen we zien dat er een verschil is in de verdeling over geslacht over de drie groepen ($V = .12$). *Vrouwen zijn bij de GK-groep en de NWK-groep oververtegenwoordigd.*

Tabel 4. GROEP: GESLACHT:	VERDELING OVER GESLACHT					
	GK		NWK		TP	
	N	%	N	%	N	%
man	61	38.4%	51	35.4%	112	48.7%
vrouw	98	61.6%	93	64.6%	118	51.3%
groepstotaal	159	100.0%	144	100.0%	230	100.0%

2.5 Verschil in gehanteerde bezoekmotieven

In vraag 5 is gevraagd naar de bezoekmotieven van de respondenten, hierbij kon men meerdere bezoekmotieven tegelijkertijd aangeven.

Bij de categorieën van mogelijke bezoekmotieven is in elke vragenlijst een sterk aan de inhoud van de te bezoeken tentoonstelling gebonden bezoekmotief opgenomen. Voor de bezoekers van "Geuren en Kleuren" is dat interesse voor eten en koken, voor de bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" belangstelling voor beeldende kunst en voor de bezoekers van "Toekang Potret" belangstelling voor fotografie. Aan deze laatste groep is ook nog een extra tentoonstellingsgebonden bezoekmotief voorgelegd, namelijk belangstelling voor de geschiedenis van Nederlands-Indië.

Daarnaast zijn er meer algemene bezoekmotieven aan te geven als: belangstelling voor andere culturen, interesse voor musea in het algemeen, interesse voor de 3e wereldproblematiek, nieuwsgierigheid, het lijkt me leerzaam voor mezelf of voor degenen die ik heb meegenomen en in verband met studie of school. Ook was het mogelijk om een ander, niet in de antwoordcategorieën opgenomen, bezoekmotief zelf te omschrijven.

In tabel 5 wordt aangegeven hoe vaak de diverse bezoekmotieven genoemd zijn. De cijfers in de 1e kolommen per groep (R) geven de rangorde van het desbetreffende bezoekmotief voor deze groep aan. Het bezoekmotief met rangorde 1 binnen de GK-groep is dus het meest genoemde bezoekmotief van die groep.

Bij tentoonstellingsgerichte publieksgroepen mag verwacht worden dat het tentoonstellingsgebonden bezoekmotief het meest gehanteerd wordt. Toch staat dit motief bij de GK-groep en de NWK-groep op de tweede plaats. Bij de TP-groep zijn de twee tentoonstellingsgebonden motieven wel het belangrijkste. Het extra tentoonstellingsmotief dat deze groep werd voorgelegd "interesse in de geschiedenis van Nederlands-Indië" wordt zelfs door 86% van deze groep genoemd.

Het blijkt dat de respondenten uit de TP-groep veel vaker alleen tentoonstellingsgebonden motieven hanteren dan de respondenten uit de ander groepen. Slechts 7% van de GK-groep en 4% van de NWK-groep geeft aan alleen op grond van een aan de tentoonstellingsinhoud gebonden interesse het museum te bezoeken. Bij de TP-groep wordt het eerste tentoonstellingsgebonden motief (belangstelling voor fotografie) ook slechts door 5% als enige motivatiebron genoemd. Daarentegen geeft 26% van de TP-groep het tweede (extra aangegeven) tentoonstellingsgebonden motief (belangstelling voor de geschiedenis van Nederlands-Indië) als enige drijfveer voor het museum-

bezoek aan. Bovendien combineert 16% van de TP-groep alleen de beide tentoonstellingsgebonden motieven. Dit betekent dat in het totaal 47% van de TP-groep alleen bezoekmotieven hanteren die direct met de inhoud van de te bezoeken tentoonstelling samenhangen.

Tabel 5. GROEP: MOTIEVEN:	BEZOEKMOTIEVEN								
	GK			NWK			TP		
	R	N	%	R	N	%	R	N	%
tentoonstellingsmotief	2	67	41.9%	2	75	51.7%	1	85	36.8%
andere culturen	1	84	52.5%	1	105	72.4%	2	64	27.7%
musea algemeen	3	46	28.8%	3	42	29.0%	3	33	14.3%
derde wereldproblematiek	7	21	13.1%	6	25	17.2%	5	18	7.8%
i.v.m. studie	9	1	.6%	9	6	4.1%	9	3	1.3%
nieuwsgierigheid	5	31	19.4%	5	27	18.6%	6	20	8.7%
leerzaam voor mezelf	4	39	24.4%	4	38	26.2%	6	20	8.7%
leerzaam voor anderen	8	18	11.3%	8	10	6.9%	8	5	2.2%
andere motivatiebron	6	24	15.0%	7	16	11.0%	4	31	13.4%
interesse Ned. Indië							1	198	85.7%
groepstotaal		160	100.0%		145	100.0%		231	100.0%

De in paragraaf 2.2 geconstateerde sterkere tentoonstellingsgerichtheid van de bezoekers van "Toekang Potret" wordt bevestigd door het gegeven dat de aan de tentoonstellingsgebonden bezoekmotieven door hen veel vaker aangegeven worden dan door de andere respondenten. Daarbij is belangstelling voor de geschiedenis van Nederlands-Indië een veel belangrijkere motivatiebron dan interesse voor fotografie.

Belangstelling voor andere culturen hangt samen met de aard van de collectie van het Museum voor Volkenkunde, mensen die dit bezoekmotief hanteren zijn minder gericht op de specifieke tentoonstellingsinhoud als op het bredere veld waarin het onderwerp geplaatst kan worden. Er is een groot significant verschil in de verdeling over dit motief ($V = .37$). Het staat bij de TP-groep met 28% op de tweede plaats. Bij de andere twee groepen staat het op de eerste plaats, waarbij het significant vaker ($\Phi = .21$) door de NWK-groep (72%) genoemd wordt dan door de GK-groep (53%).

Dit motief komt als enige drijfveer verhoudingsgewijs veel vaker voor bij de NWK-groep en de GK-groep (NWK:14% en GK:11% tegenover TP:2%).

Voor de bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" is het motief belangstelling voor andere culturen zeer belangrijk.

Ook de andere algemene bezoekmotieven (interesse voor musea in het algemeen, interesse in de 3e wereldproblematiek, nieuwsgierigheid en het is leerzaam voor mezelf of voor mijn gezelschap) worden door de TP-groep significant minder frequent genoemd dan door de beide andere groepen.

Voor de bezoekers van "Toekang Potret" spelen de bezoekmotieven die niet specifiek aan de tentoonstellingsinhoud gebonden zijn een veel minder belangrijke rol dan bij de andere twee groepen het geval is.

De verschillen in de frequentie waarin de algemene bezoekmotieven genoemd worden tussen de GK-groep en NWK-groep zijn te verwaarlozen. Wel is in de tabel te zien dat het motief leerzaam voor anderen het vaakst genoemd wordt

door de bezoekers van "In Geuren en Kleuren". Het bezoekmotief "omdat ik voor school/studie een scriptie of iets dergelijks over het tentoonstellingsonderwerp wil schrijven" wordt nauwelijks genoemd. Verhoudingsgewijs komt dat in de NWK-groep met 4% het meeste voor.

Van de mogelijkheid om een zelf een bezoekmotief te formuleren werd door ongeveer even grote percentages per groep gebruik gemaakt. Zaken die bij de categorie "anders" zijn genoemd staan hieronder weergegeven. De motieven die sterk met de inhoud van de tentoonstelling samenhangen heb ik met een sterretje gemerkt.

De GK-groep:

- ik reis binnenkort naar Zuid-oost Azië
- ik heb antropologie gestudeerd
- we houden erg van mooie dingen
- ik ben in Tunesië geboren
- in verband met een schoolopdracht over tentoonstellingbouw
- interesse naar aanleiding van een bezoek aan het verre Oosten
- uit belangstelling voor cultuurgeschiedenis
- interesse voor kunstnijverheid (2x)
- als begeleiding van kinderen (3x)
- algemene belangstelling
- * ik werk bij de sponsor
- * omdat er kruiden uitgedeeld worden
- * benieuwd naar vormgeving van geuren en kleuren
- * interesse in historische aspecten (3x)
- * geïnteresseerd in zilveren specerijenvaten van Adriaan Gebbes
- * geïnteresseerd in geuren
- * in verband met kruidenkursus
- * geïnteresseerd in de getoonde kostbare voorwerpen

De NWK-groep:

- interesse voor Indonesië.(3x)
- ik moest mee
- ik studeer indonesisch; dat land interesseert me
- in verband met mijn werk (onderwijs)
- ik maak, t.b.v een studie-opdracht, een analyse van deze tentoonstelling
- ik kwam eigenlijk in de eerste plaats voor de lezing over Mexico
- * op aanraden van een BRT-programma
- * uit interesse voor batikkunst
- * op advies van leraar van mijn tekencursus
- * ik bestudeer kunst uit periode 1870-1980
- * ik wil emotionele prikkels opdoen door het bekijken van deze kunstuitingen
- * uit interesse voor de traditionele motieven welke verwerkt zijn in deze kunst
- * ik heb zelf het oktoberfeest bezocht in Calcutta en wil dat nog eens zien
- * ik wil verband leggen met cobra-kunstenaars

De TP-groep:

- * in Indonesië geweest (20)
- * geboren in Indonesië (5x)
- * ik ga naar Indonesië (2x)
- * liefde voor Indonesië in het algemeen
- * in verband met een afstammingsonderzoek
- * ik werk bij Indische mensen
- * in verband met vroegere marinecontacten met Nederlands-Indië

*Uit deze opsomming van andere motieven blijkt weer dat bezoekmotieven die aan de tentoonstellingsinhoud verbonden zijn relatief veel vaker voorkomen bij de bezoekers van "Toekang Potret". (zie *: alle 31 tegenover GK en NWK: ieder 8).*

De open antwoordcategorie is niet gebruikt door het publiek van "In Geuren en Kleuren" en "Kunst uit een andere Wereld" om andere tentoonstellingsgebonden bezoekmotieven, dan de in de gesloten antwoordcategorieën aangeboden zijn, aan te geven.

Het hanteren van een tentoonstellingsgebonden bezoekmotief blijkt samen te hangen met de algemene museumbezoekervaring.

Bij de bezoekers van "In Geuren en Kleuren" is er een significant verband tussen de frekwentie van algemeen museumbezoek en het motief "interesse voor eten en koken" ($\Phi = .26$). Slechts 18% van de zeer ervaren bezoekers noemt dit motief tegenover 49% van de minder ervaren museumbezoekers en 43% van de onervaren museumbezoekers⁶.

Ook onder de bezoekers van "Toekang Potret" hanteren zeer ervaren museumbezoekers minder vaak het tentoonstellingsgebonden motief "Belangstelling voor de geschiedenis van Nederlands-Indië" ($\Phi = .20$), maar dit verschil is minder groot (76% van de zeer ervaren museumbezoekers tegenover 89% van de minder ervaren en 100% van de onervaren museumbezoekers). Tussen het andere tentoonstellingsgebonden motief "interesse voor fotografie" en algemeen museumbezoek is geen significant verband.

Bij het publiek van "Kunst uit een andere Wereld" daarentegen gaat de richting van het gevonden verband ($\Phi = .30$) juist de andere kant op. Hier noemt 66% van de zeer ervaren bezoekers het motief "belangstelling voor beeldende kunst" tegenover 45% van de minder ervaren bezoekers en 0% van de onervaren bezoekers.

Hiermee wordt de conclusie uit paragraaf 2.3 dat "Kunst uit een andere Wereld" juist het meer ervaren museumpubliek heeft aangetrokken bevestigd. De tentoonstelling "In Geuren en Kleuren" blijkt het meest aantrekkelijk voor onervaren museumbezoekers.

Tot slot blijkt er nog een verschil te zijn in de verdeling van het aantal gehanteerde bezoekmotieven over de drie groepen ($V = .15$)⁷.

In de drie groepen hanteren de meeste respondenten slechts één bezoek-

⁶ Zeer ervaren museumbezoekers = 12x of vaker per jaar.
Minder ervaren museumbezoekers = 3 t/m 11x per jaar.
Onervaren museumbezoekers = 1 of 2x per jaar.

⁷ In tabel A in de bijlage is de verdeling van het aantal motieven per groep in histogrammen weergegeven.

motief. Onder de bezoekers van "In Geuren en Kleuren" komt dit relatief het meeste voor met 48%. Bij de bezoekers van "Toekang Potret" iets minder vaak met 37%. In de TP-groep komt het hanteren van twee bezoekenmotieven bijna even vaak voor als het hanteren van één motief. Bij de interpretatie hiervan moeten we bedenken dat aan deze groep een extra bezoekenmotief is voorgelegd. De bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" geven met 30% het minst frequent één bezoekenmotief. Het hanteren van meer dan twee bezoekenmotieven komt juist relatief vaker voor in deze groep (43% tegenover GK:32% en TP:27%). *Hieruit kunnen we concluderen dat het publiek van "Kunst uit een andere Wereld" vaker een combinatie van meer dan twee bezoekenmotieven hanteert dan de beide andere groepen en dat dit bij het publiek van "Toekang Potret" het minst vaak voorkomt.*

2.6 Verskil in gehanteerde informatiebronnen

Bij de drie tentoonstellingen is ongeveer dezelfde uitgebreide aandacht besteed aan de publiciteit. Alleen is er bij "Toekang Potret" geen eigen folder⁸ en bij "Kunst uit een andere Wereld" geen affiche uitgegeven. Bij de tentoonstelling "Kunst uit een andere Wereld" is er door middel van een aansluitend lezingenprogramma en specifieke informatieverstrekking geprobeerd om een discussie los te maken over de plaats van niet-Westerse kunst in het internationale kunstcircuit. Hierdoor is er in de dagbladen en tijdschriften veel aandacht geweest voor deze tentoonstelling.

Bij vraag 2 in de enquête hebben de respondenten aangegeven op grond van welke informatie zij de tentoonstelling bezochten. De verdeling over de gehanteerde informatiebronnen en de rangorde ervan is in tabel 6 weergegeven. De drie publieksgroepen hebben niet in gelijke mate van de mogelijke informatiebronnen gebruik gemaakt ($V = .24$).

tabel 6: GROEP: INFORMATIEBRON:	GEHANTEERDE INFORMATIEBRONNEN								
	GK			NWK			TP		
	R	N	%	R	N	%	R	N	%
ANDEREN	2	50	30.9%	1	52	35.9%	2	51	22.2%
FOLDER	3	26	16.0%	3	18	12.4%	3	13	5.7%
KRANT-TIJDSCRIFT	1	56	34.6%	2	34	23.4%	1	130	56.5%
ADVERTENTIE	6	2	1.2%	5	10	6.9%	4	15	6.5%
RADIO	5	5	3.1%	7	4	2.8%	6	4	1.7%
TV	6	2	1.2%	6	7	4.8%	7	3	1.3%
ANDERS	4	21	13.0%	4	20	13.8%	5	14	6.1%
groepstotaal		162	100.0%		145	100.0%		230	100.0%

Het opvallendste verschil in het gebruik van informatiekanaalen is dat de bezoekers van "Toekang Potret" veel vaker het medium krant of tijdschrift

⁸ Door de respondenten in deze groep die wel een folder genoemd hebben wordt waarschijnlijk verwezen naar de folder over activiteiten rond het 150-jarig jubileum van de fotografie, waarin deze tentoonstelling vermeld werd.

**aangeven als gehanteerde informatiebron dan de bezoekers van de andere twee tentoonstellingen (57% tegenover GK:35% en NWK:23%).
Ondanks het feit dat juist de tentoonstelling "Kunst uit een Andere Wereld" de meeste aandacht heeft gekregen in de pers staat informatie van anderen in deze groep op de eerste plaats.**

De meest genoemde kranten zijn per groep in de tabel hieronder weergegeven⁹. **De NRC is verreweg de meest genoemde krant.**

Genoemde kranten	GK:	NWK:	TP:
NRC Handelsblad	11	8	47
Volkskrant	1	4	13
Vrije Volk	2	1	3
Algemeen Dagblad	7	0	3

Kranten en tijdschriften die meer dan twee keer genoemd zijn door de totale steekproef zijn:

- het Rotterdams Nieuwsblad (4x)
- de Haagse Courant (3x)
- Trouw (4x)
- het tentoonstellingsboekje (onderdeel van het tijdschrift Vitrine) (8x)
- de Uitkrant (3x)
- een Rotterdams stadsblad (7x)
- het Magazijn (3x)

De bezoekers van "Toekang Potret" noemen verder nog:

- Moesson (8x)
- Indonesië Naderbij (2x).
- diverse foto-tijdschriften (3x)

Ondanks het feit dat "Toekang Potret" om fotoliefhebbers te trekken goed gecovered is in de diverse foto-tijdschriften worden deze maar weinig genoemd.

De bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" noemden nog:

- Openbaar Kunstbezit (3x)
- Internationale Samenwerking (2x).

Van de categorie "andere informatiebron" is veel minder vaak gebruik gemaakt door de TP-groep als door de beide andere groepen. Als andere informatiebronnen werd het volgende aangegeven.

Door de GK-groep:

- via de sponsor van deze tentoonstelling (3x)
- op teletekst gezien
- kruidengeur geroken bij de opbouw van deze tentoonstelling
- zakje kruidenmix op straat gevonden
- door de affiche (2x)
- door aankondiging op de uitmarkt

⁹ De aangegeven frekwentie is gecorrigeerd op gezelschap, d.w.z. dat wanneer respondenten in één gezelschap meerdere keren dezelfde krant opgeven dit maar voor één keer geteld is.

Door de NWK-groep:

- via een medewerker van het museum
- door een excursie (9x)
- via mijn school (Rijkskunstacademie)
- door de affiche van de aansluitende tentoonstelling "Schakels" (3x).

Door de TP-groep:

- uitnodiging werkgroep Indonesische-Nederlandse letterkunde
- via de vakgroep antropologie
- via informatie van het museum zelf (2x)

2.7 Verschil in kennis vooraf

In vraag 3 in de enquête wordt gevraagd wat men op grond van de gehanteerde informatiekanalen weet over de tentoonstelling. Omdat de vragenlijst voorafgaand aan het bezoek aan de tentoonstelling is ingevuld gaat het hier over kennis vooraf. Elke antwoordmogelijkheid geeft een bepaald kennisaspect weer. Bij deze vraag zijn meerdere antwoorden tegelijkertijd mogelijk.

Tabel 7 laat zien hoe vaak de diverse kennisaspecten genoemd zijn en geeft tevens het rangordenummer aan. Omdat het weten van de juiste einddatum van de te bezoeken tentoonstelling, waarnaar in vraag 4 gevraagd wordt, ook als een kennisaspect beschouwd kan worden is dit ook in deze tabel opgenomen. *De rangorde van de kennisaspecten blijkt sterk per groep te variëren.*

Tabel 7	KENNISASPECTEN								
	GK			NWK			TP		
	R	N	%	R	N	%	R	N	%
tent. onderwerp	1	133	82.1%	2	92	64.3%	1	194	85.5%
organisatie-aspect	4	53	32.7%	5	14	9.8%	4	55	24.2%
tentoonstellingsinhoud	5	53	32.7%	3	61	42.7%	2	118	52.0%
meerdere tent. te zien	3	60	37.0%	4	42	29.4%	5	40	17.6%
anders	6	7	4.3%	6	5	3.5%	6	2	.9%
tentoonstellingsduur	2	114	70.4%	1	96	67.1%	3	121	53.3%
groepstotaal		162	100.0%		143	100.0%		227	100.0%

Het eerste kennisaspect betreft het onderwerp van de te bezoeken tentoonstelling. Dit is per tentoonstelling verschillend geformuleerd. Bij "In Geuren en Kleuren" dat het over kruiden en specerijen gaat, bij "Kunst uit een andere Wereld" dat er aandacht besteed wordt aan eigentijdse ontwikkelingen in de beeldende kunst in de 3e wereld en bij "Toekang Potret" dat er foto's uit Nederlands-Indië te zien zijn.

Bij de GK-groep en TP-groep staat kennis met betrekking tot het tentoonstellingsonderwerp bovenaan. Dit kennisaspect wordt veel minder frekwent genoemd door de NWK-groep waar dit aspect dan ook op de tweede plaats staat.

Het organisatie-aspect betreft het kader waarin de tentoonstelling georganiseerd is. Ook hier hebben we weer te maken met verschillende formuleringen per tentoonstelling. Te weten bij "In Geuren en Kleuren" gesponsord door Silvo Kruiden, bij "Kunst uit een andere Wereld" in het kader van Rotterdam

'88 georganiseerd en bij "Toekang Potret" in het kader van het 150-jarige jubileum van de fotografie georganiseerd.

Bekend zijn met dit organisatie-aspect staat zowel bij de GK-groep als bij de TP-groep op de vierde plaats. maar wordt significant vaker genoemd door de GK-groep ($\Phi = .21$). ***Door de bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" wordt het organisatie-aspect ten opzichte van de andere twee groepen veel minder vaak genoemd.***

Het derde kennisaspect betreft de inhoud van de tentoonstelling, de formuleringen per tentoonstelling daarvoor zijn; bij "In Geuren en Kleuren" zeldzame historische voorwerpen en kostbare kunstnijverheid, bij "Kunst uit een andere Wereld" kunstuitingen uit India, Sierra Leone en Haïti en bij "Toekang Potret" aandacht voor de koloniale geschiedenis van Nederlands-Indië. Dit kennisaspect staat bij de NWK-groep en de TP-groep op de derde plaats, waarbij het door de TP-groep significant vaker ($\Phi = .15$) genoemd wordt. ***De bezoekers van "In Geuren en Kleuren" zijn veel minder bekend met de inhoud van de tentoonstelling dan de twee andere groepen.***

Met het feit dat er in het Museum van Volkenkunde ook nog andere tentoonstellingen te zien zijn is de GK-groep met 37% het best op de hoogte en de TP-groep met 18% het slechtst. ***De bezoekers van "In Geuren en Kleuren" zijn zich veel meer bewust van de gevarieerdheid van het tentoonstellingsaanbod dan de bezoekers van "Toekang Potret".***

De vijfde antwoordcategorie biedt de mogelijkheid om zelf een nog niet aan de orde gestelde kennisaspect te formuleren. Hiervan is maar door een klein aantal respondenten gebruik gemaakt. Zaken die daarbij genoemd zijn worden hieronder weergegeven.

GK-groep:

- er worden historische achtergronden toegelicht (4x)
- het gaat o.a. over landen en volkeren uit West-Indië
- er is ook informatie over mogelijkheden van kruiden en specerijen in verband met medicijnen

NWK-groep:

- er is een museumwinkel met verantwoorde artikelen
- de kunst wordt bekeken vanuit antropologische hoek
- er is ook werk uit Indonesië te zien

TP-groep:

- behandeld wordt hoe de Nederlanders zich wilden laten zien
- er zijn foto's over archeologie

Het laatste aspect, kennis van de juiste einddatum wordt door de GK-groep en de NWK-groep ongeveer even vaak aangegeven met gemiddeld 69% tegenover 53% van de TP-groep. ***De bezoekers van "Toekang Potret" zijn het minst goed op de hoogte van de juiste einddatum.***

Er is ook een verschil tussen de groepen in de verdeling over het aantal aspecten waarmee men bekend is¹⁰. Hierbij is het wel of niet bekend zijn met het feit dat er meerdere tentoonstellingen te zien zijn niet meegeteld. Er is een significant verschil in de verdeling op deze variabele tussen de groepen

¹⁰ In tabel B in de bijlage is de verdeling van het aantal motieven per groep in histogrammen weergegeven.

($V = .19$). De NWK-groep beschikt over de minste kennis vooraf; 25% van deze groep is bekend met meer dan één kennisaspect tegenover 41% van de GK-groep en 51% van de TP-groep. De TP-groep beschikt daarmee over iets meer kennis vooraf als de GK-groep. *De bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" beschikken over het algemeen over minder kennis vooraf dan de andere twee groepen, de bezoekers van "Toekang Potret" zijn het best geïnformeerd.*

2.8 Verskil in het nieuwe publiek

De drie tentoonstellingen hebben ongeveer evenveel nieuw publiek getrokken (NWK 42% , GK en TP beiden 48%).

Van het nieuwe publiek uit de GK-groep en TP-groep geeft 15% meer het informatiekanaal "gehoord van anderen" op dan het publiek dat al eerder geweest is. Waarschijnlijk duidt "gehoord van anderen" bij de bezoekers van "In Geuren en Kleuren" en "Toekan Potret" vaker op het gegeven dat ze met iemand zijn meegekomen.

Binnen de bezoekersgroep van "Kunst uit een andere Wereld" zijn een aantal significante verbanden aangetroffen tussen het al dan niet voor het eerst komen en andere achtergrondvariabelen.

In de eerste plaats met de variabele geslacht ($\Phi = .18$); vrouwen komen veel vaker voor het eerst dan mannen, het nieuwe publiek van deze groep bestaat voor 75% uit vrouwen.

Op de tweede plaats met gerichtheid ($V = .27$); 23% van het nieuwe publiek komt alleen voor de tentoonstelling tegenover 11% van het publiek dat al vaker geweest is. Dit sluit aan op de conclusie uit paragraaf 2.2 dat bij deze groep juist de bezoekers die nog niet vaak in het Museum voor Volkenkunde geweest zijn gericht op de tentoonstelling afkomen.

Ten derde met opleiding ($V = .31$); 9 van de in totaal 10 laagst opgeleiden (lager onderwijs of lager beroepsonderwijs) binnen deze groep komen voor het eerst. Terwijl respondenten met een lagere voortgezette opleiding, dat zijn veelal ouderen met de oude (M)ULO of 3 jarige HBS, juist minder vaak voor het eerst komen. Van hen komt 27% voor het eerst en is 73% al eens eerder geweest.

Tot slot met leeftijd ($V = .34$). De 8 respondenten tussen 15 en 20 jaar uit deze groep komen allemaal voor het eerst¹¹. De 35 tot 45-jarigen komen juist veel vaker niet voor het eerst; 7% van het nieuwe publiek behoort tot deze leeftijdscategorie tegenover 19% van de groep die wel eens eerder geweest zijn.

We kunnen hieruit concluderen dat het nieuwe publiek van "Kunst uit een andere Wereld" veel sterker afwijkt van het publiek dat al eens eerder geweest is dan bij de twee andere groepen het geval is.

Binnen het publiek van "Toekang Potret" is, weliswaar in mindere mate dan bij de NWK-groep geconstateerd is ($\Phi = .13$), eveneens een oververtegenwoordiging van vrouwen in het publiek dat voor het eerst komt waar te nemen. Daar behoort 58% van het nieuwe publiek tot het vrouwelijke geslacht.

Bij de bezoekers van "In Geuren en Kleuren" is een zeer sterk verband tussen het al dan niet voor het eerst komen en de frekwentie van vorig bezoek waar

¹¹ Dit is geen schijnverband dat eigenlijk veroorzaakt wordt door de opleiding van de 15 tot 20 jarigen. Van de laag opgeleiden die ook bijna allemaal voor het eerst zijn gekomen behoren er slechts 2 tot deze leeftijdsgroep.

te nemen (Tau = .41 tegenover NWK: Tau = .16 en TP: Tau = .26). *Dit geeft aan dat voor de GK-groep het sterkst geldt dat binnen het nieuwe publiek het minder ervaren museumpubliek oververtegenwoordigd is en het zeer ervaren museumpubliek ondervertegenwoordigd is.*

2.9 Verschil in gezelschapssamenstelling

Gegevens over de gezelschapssamenstelling zijn alleen bij de bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" en "Toekang Potret" verzameld door middel van de vragen 12 en 13, waar gevraagd wordt of men alleen is gekomen en zo nee, met wie men gekomen is.

De bezoekers van "Toekang Potret" blijken significant vaker (Phi = .21) met hun partner te komen; 59% van deze groep is in gezelschap van echtgenoot of partner tegenover 37% van de NWK-groep. Bij de TP-groep zijn er, na controle op dubbele invulling door meerdere personen uit één gezelschap¹², 71 (echt)paren die zonder gezelschap van anderen (kinderen, familieleden, vrienden e.d.) zijn gekomen. Dat is veel meer dan de 24 (echt)paren die bij de NWK-groep gesignaleerd zijn.

De bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" komen juist significant vaker (Phi = .16) in het gezelschap van anderen dan hun partner (49% van de NWK-groep tegenover 33% van de TP-groep). Hierbij zijn vrouwen vaker in gezelschap van kennissen, vrienden of familieleden dan mannen (Phi = .29); 50% van de vrouwen tegenover 20% van de mannen. De mannen in deze groep komen vaker alleen (Phi=.23); 33% van hen is alleen gekomen tegenover 14% van de vrouwen. Opvallend is dat de 45 tot 55 jarigen in deze groep niet vaak in het gezelschap van hun partner komen; slechts 18% van hen is met de partner gekomen tegenover een gemiddelde van 50% van de andere leeftijdsgroepen van boven de 25 jaar.

De gezelschapssamenstelling van het publiek van "Toekang Potret" is met het grote aantal (echt)paren conventioneeler samengesteld dan het publiek van "Kunst uit een andere Wereld" waarbinnen men veel vaker met vrienden of kennissen is gekomen. Bij dit minder conventionele publiek komen de mannen vaker alleen dan de vrouwen.

In de TP-groep hangt gezelschapsamenstelling samen met museumbezoekervaring (V = .25). Hoe meer ervaring met museumbezoek hoe vaker men alleen komt; van de onervaren museumbezoekers is niemand alleen gekomen, van de ervaren museumbezoekers 18% en van de zeer ervaren museumbezoekers 29%. *Bij de bezoekers van "Toekang Potret" zijn de respondenten met veel museumbezoekervaring meer geneigd om alleen te komen dan de minder ervaren bezoekers.*

In de NWK-groep zitten meer mensen die in een andere vorm van gezelschapssamenstelling kwamen; 11 mensen uit deze groep hebben de categorie "anders" ingevuld tegenover 2 respondenten uit de TP-groep. Het ging hierbij in de NWK-groep om een excursiegroep van de Rietveldacademie, een clubje dat geregeld samen "iets cultureels" onderneemt en een groep Kaap Verdianse werkende meisjes die vanuit de streekschool op excursie waren. In de andere groep ging het om twee studiegenoten die om studieredenen samen de tentoonstelling "Toekang Potret" bezochten.

¹² Dit is mogelijk omdat er gevraagd is naar de respondentnummers van leden uit het gezelschap die ook een vragenlijst ingevuld hebben.

3 OVEREENKOMSTEN TUSSEN DE PUBLIEKSGROEPEN

De analyses waarvan in dit hoofdstuk verslag wordt gedaan zijn uitgevoerd in het kader van de tweede doelstelling van dit onderzoek. Dit is zicht krijgen op de overeenkomsten binnen het publiek dat gericht op een tentoonstelling afkomt. De gemeenschappelijke kenmerken van de drie tentoonstellingsgerichte publieksgroepen kunnen in het vervolgonderzoek vergeleken worden met de kenmerken van het publiek dat "zomaar" het Museum voor Volkenkunde Rotterdam bezoekt. Door middel van zo'n vergelijking kan nagegaan worden of dit museum door middel van tentoonstellingspromotie ander publiek aantrekt dan door middel van museumpromotie.

Om na te gaan in hoeverre mijn steekproef afwijkt van de Nederlandse bevolking zijn de onderzoeksresultaten, waar dit mogelijk is, vergeleken met bevolkingsgegevens. Wanneer er vergelijkbare gegevens uit eerder onderzoek in dit museum¹³ beschikbaar waren zijn deze ook als referentiegegevens gebruikt. Omdat de steekproeven uit de vorige onderzoeken niet alleen uit tentoonstellingsgerichte bezoekers bestaan kunnen de gevonden afwijkingen duiden op verschillen die voortkomen uit het al dan niet tentoonstellingsgericht zijn. Het is ook mogelijk dat het hierbij om algemene trends in de tijd gaat. Toetsing van de gevonden resultaten in het vervolgonderzoek zal hier duidelijkheid over geven.

3.1 Overeenkomsten met betrekking tot leeftijdsverdeling

Naast de in paragraaf 2.1 behandelde verschillen wat betreft de leeftijdsverdeling zijn er ook overeenkomsten te signaleren.

Er zijn zeer weinig jongeren van 15 tot 20 jaar die, buiten een door de school georganiseerd bezoek, gericht op een tentoonstelling dit museum bezoeken. In de eerdere publieksonderzoeken in dit museum is geen sprake van een ondervertegenwoordiging van deze leeftijdsgroep.

Daarnaast blijkt dat het aantal 65-plussers bijna evenredig voorkomt in de onderzochte groepen (GK en NWK: 15% en TP: 18%). In de eerdere onderzoeken behoort ongeveer 6% tot deze leeftijdsklasse. *Het aantal 65-plussers is ten opzichte van vorig onderzoek in dit museum meer dan verdubbeld.*

Tenslotte hebben we in paragraaf 2.1 uit de vergelijking met basisgegevens over de Nederlandse bevolking kunnen opmaken dat *de leeftijdsgroep van 55 tot 65 jaar in alledrie de groepen, zij het in zeer verschillende mate, oververtegenwoordigd is.*

3.2 Overeenkomsten met betrekking tot opleidingsverdeling

In de enquête is gevraagd naar de laatstgenoten voltooide opleiding, dat wil zeggen dat de opleiding waarmee de respondent eventueel nog bezig is, helaas, niet is gemeten. Dit kan een vertekening naar beneden tot gevolg hebben.

¹³ Het gaat hier om drie publieksonderzoeken. Te weten:
uit 1979 tijdens de tentoonstelling "Spoor der Irokezen"
uit 1982 tijdens "Turks Kind"
uit 1983 tijdens "Islam, een levenswijze".

Tabel 8 GROEP: OPLEIDING :	OPLEIDINGSVERDELING					
	GK		NWK		TP	
	N	%	N	%	N	%
LO	6	3.9%	4	2.8%	7	3.1%
LBO	7	4.5%	7	4.9%	7	3.1%
VO laag	16	10.4%	22	15.5%	33	14.4%
MBO	14	9.1%	14	9.9%	21	9.2%
VO hoog	32	20.8%	33	23.2%	33	14.4%
HBO	79	51.3%	62	43.7%	128	55.9%
groepstotaal	154	100.0%	142	100.0%	229	100.0%

De in tabel 8 weergegeven opleidingsverdeling¹⁴ blijkt sterk af te wijken van de opleidingsgegevens van de Nederlandse bevolking¹⁵. De hoogste opleidingscategorieën (HBO/Universiteit en hoger voortgezet onderwijs) zijn met standaard-residu's van respectievelijk 27.58 en 16.67 sterk oververtegenwoordigd. Gemiddeld 70% behoort tot deze twee opleidingscategorieën.

De categorie lager voortgezet onderwijs vertoont ook een, weliswaar minder sterke, positieve afwijking van 3.37. Omdat de vroegere (M)ULO en 3-jarige HBS binnen deze categorie vallen is deze afwijking waarschijnlijk te verklaren door het grote aantal ouderen.

De resterende opleidingscategorieën lager onderwijs, lager beroepsonderwijs en middelbaar beroepsonderwijs zijn ondervertegenwoordigd met standaard-residu's van respectievelijk -9.5, -9.14 en -8.45.

De hoog opgeleiden zijn zeer sterk oververtegenwoordigd. Terwijl de lager opgeleiden, met uitzondering van diegenen die lagere voortgezet onderwijs gevolgd hebben, ondervertegenwoordigd zijn.

Ten opzichte van de eerdere onderzoeken in dit museum wijkt de score in de categorie lager onderwijs af met een standaard-residu van -2.63, in de categorie lager beroeps- en laag voortgezet onderwijs met -5.32 en in de categorie hoger beroeps- en univertair onderwijs met 5.65. De percentages in de categorie middelbaar beroeps- en hoger voortgezet onderwijs wijken nauwelijks van elkaar af.

Bij de vroegere onderzoeken in het Museum voor Volkenkunde zijn dus meer laag opgeleiden en minder hoog opgeleiden aangetroffen.

Een oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden wordt doorgaans in alle museumpopulaties aangetroffen, de mate waarin varieert sterk per museum. In een onderzoek naar ontwikkelingen in publiek in de Nederlandse musea¹⁶ wordt, op basis van dezelfde gegevens waarmee hier vergeleken is, gesteld dat het publiek van het Museum voor Volkenkunde qua opleidingsnivo een middenpositie inneemt ten opzichte van de andere museumpopulaties. Omdat het opleidingsnivo

¹⁴ Zie de antwoordcategorieën bij vraag 9 in de vragenlijst in de bijlage voor de exacte omschrijving van de gehanteerde opleidingscategorieën.

¹⁵ CBS-gegevens over 1988.

¹⁶ "Museum en publiek" door H. Ganzeboom, p.92.

binnen mijn steekproef veel hoger ligt kunnen we concluderen dat *tentoonstellingsgerichte museumbezoekers over het algemeen hoger opgeleid te zijn dan de gemiddelde museumpopulaties*.

3.3 Overeenkomsten met betrekking tot algemeen museumbezoekgedrag

Vergelijking met de resultaten van het publieksonderzoek in het Museum voor Volkenkunde waar dezelfde vraagstelling is gehanteerd¹⁷ laat zien dat mijn steekproef veel meer respondenten met een algemene museumbezoekfrequentie van 6 keer per jaar tot en met iedere maand telt (standaard-residu = 6.6). Het aantal bezoekers dat minder dan 4 keer per jaar een museum bezoekt is juist kleiner (standaard-residu = -5). Alleen het percentage respondenten dat aangeeft wekelijks naar een museum te gaan wijkt niet erg af.

Ondanks de variatie per tentoonstellingsgroep in de frequentie van algemeen museumbezoek zijn er aanwijzingen dat tentoonstellingsgerichte bezoekers over het algemeen vaker naar een museum gaan.

Het feit dat slechts 6% van de totale steekgroep nog nooit eerder een museum bezocht onderstreept de conclusie dat we hier met een meer dan gemiddeld ervaren museumpubliek te doen hebben.

Algemeen museumbezoekgedrag blijkt samen te hangen met opleiding ($\text{Tau} = .14$), hoe hoger men opgeleid is hoe vaker men over het algemeen een museum bezoekt.

3.4 Overeenkomsten met betrekking tot vorig bezoekgedrag

Bij vraag 6 in de enquête is gevraagd of men al vaker in dit museum geweest is. Bij de analyse van de data van de eerste twee enquêtes ben ik op een probleem gestuit. Doordat er geen tijdsafbakening bij deze vraag aangegeven is, kan de aangegeven bezoekfrequentie beïnvloed zijn door de leeftijd van de respondent. Daarom heb ik bij de laatste enquête ("Toekang Potret") wel een tijdsafbakening aangegeven, namelijk: sinds de heropening van dit museum in september 1986. Ondanks dit verschil in vraagstelling is er geen significant verschil in het antwoordenpatroon op deze vraag tussen de drie groepen.

Er komen per groep ongeveer evenveel mensen (gemiddeld 46%) voor het eerst.

In een eerder onderzoek¹⁸, waarin dezelfde vraagstelling gehanteerd werd, is het percentage nieuwkomers met 38% iets lager. Een verdere vergelijking met deze gegevens toont aan dat de respondenten uit mijn steekproef vaker voor de eerste, tweede of derde keer komen (standaard-residu = 3.5). Terwijl het percentage bezoekers dat meer dan vier keer geweest is juist lager is (standaard-residu = - 3.5).

¹⁷ Het betreft hier het onderzoek in 1979 onder bezoekers van de tentoonstelling "Spoor der Irokezen". In het rapport hierover staat nergens aangegeven dat alleen de op deze tentoonstelling gerichte bezoekers zijn geselecteerd.

¹⁸ Onderzoek bij "Spoor der Irokezen" in 1979, de gegevens daarvan zijn in tabel 9 in de laatste kolom opgenomen. De steekproefgrootte van dit onderzoek is 499.

Tabel 9	FREKWENTIE VORIG BEZOEK						
	GK		NWK		TP		1979
	N	%	N	%	N	%	%
EERDER BEZOEK:							
1e keer	77	48.4%	60	41.7%	112	48.5%	38%
2e of 3e keer	26	16.4%	31	21.5%	60	26.0%	15%
4e of 5e keer	23	14.5%	21	14.6%	30	13.0%	19%
6e t/m 10 keer	9	5.7%	12	8.3%	14	6.1%	9%
meer dan 10x	24	15.1%	20	13.9%	15	6.5%	19%
groepstotaal	159	100.0%	144	100.0%	231	100.0%	100%

In tabel 9 is te zien dat de TP-groep over het algemeen iets minder vaak in dit museum geweest is; dit kan het gevolg zijn van het aan de orde gestelde verschil in vraagstelling.

Aan de bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" en "Toekang Potret" is gevraagd of ze tijdens een eerder bezoek de tentoonstelling "In Geuren en Kleuren" gezien hebben. In beide groepen geeft 17% aan deze tentoonstelling gezien te hebben. Van de TP-groep geeft 14% aan ook de tentoonstelling "Kunst uit een andere Wereld" tijdens een vorig bezoek gezien te hebben; 7% van deze groep heeft beide tentoonstellingen gezien.

De frekwentie van het vorige bezoek blijkt significant samen te hangen met algemeen bezoekgedrag ($\text{Tau} = .25$). Hoe vaker men in het algemeen een museum bezoekt, hoe vaker men al in dit museum geweest is. Er zijn slechts 4 respondenten die over het algemeen niet vaak naar een museum gaan, maar wel vaak in het Museum voor Volkenkunde Rotterdam geweest zijn.

De middels dit onderzoek ondervraagde bezoekers bezoeken het Museum voor Volkenkunde minder frekwent dan uit het onderzoek in 1979 naar voren gekomen is. Ook worden er weinig trouwe bezoekers gesignaleerd die zich alleen op het Museum voor Volkenkunde richten. Dit lijken aanwijzingen dat de opzet om door middel van tentoonstellingswisselingen een grotere frekwentie van herhalingsbezoek te bewerkstelligen niet helemaal geslaagd is. Daar staat tegenover dat minstens 17% van de bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" binnen een half jaar en 24% van de TP-groep binnen één jaar tot een herhalingsbezoek is gekomen.

3.5 Overeenkomsten met betrekking tot de woonplaats

De drie groepen zijn bijna gelijk verdeeld over de variabele woonplaats. De woonplaatsen die genoemd worden bij de categorie elders zijn tot in de verste uithoeken van Nederland verspreid.

Bij de eerdere onderzoeken kwam gemiddeld 39% van buiten de regio tegenover 59% uit mijn steekproef. *Vergeleken met vroeger onderzoek komt men vaker van buiten de regio.*

Tabel 10. GROEP: WOONPLAATS:	VERDELING OVER WOONPLAATS					
	GK		NWK		TP	
	N	%	N	%	N	%
Rotterdam	39	24.8%	33	22.9%	56	24.3%
overig Rijnmond	26	16.6%	19	13.2%	46	20.0%
regio Den Haag	16	10.2%	19	13.2%	33	14.3%
elders	76	48.4%	73	50.7%	95	41.3%
groepstotaal	157	100.0%	144	100.0%	230	100.0%

In de gehele steekproef is een sterk verband tussen woonplaats en frekwentie van vorig bezoek (Tau = -.43). Van de bezoekers die 6 keer of vaker in dit museum geweest zijn woont 72% in de regio Rotterdam tegenover 21% van de bezoekers die voor de eerste of tweede keer komen. *De regelmatige bezoekers van het Museum voor Volkenkunde Rotterdam komen vooral uit de regio.*

3.6 Overeenkomsten met betrekking tot de gehanteerde bezoekmotieven

Een belangrijk bezoekmotief is "belangstelling voor andere culturen". We hebben in paragraaf 2.5 kunnen zien dat het bij de bezoekers van "Geuren en Kleuren" en van "Kunst uit een andere Wereld". Bij de bezoekers van "Toekang Potret" staat het op de tweede plaats.

Dit motief wordt significant vaker ($V = .13$) door de trouwe bezoekers van dit museum gehanteerd. Van de respondenten die minder dan 4 keer geweest zijn noemt 43% dit motief tegen 57% van hen die 4 keer of vaker geweest zijn.

"Interesse voor musea in het algemeen" staat bij alle onderzochte groepen op de derde plaats en hangt nog sterker dan "interesse voor andere culturen" samen met bezoekerstrouwheid ($V = .20$). Voor 20% van de respondenten die minder dan 6 keer geweest zijn speelt dit een rol tegenover 39% van de bezoekers die reeds 6 keer of vaker geweest zijn.

Belangstelling voor andere culturen is het belangrijkste bezoekmotief.

Trouwe bezoekers van het Museum voor Volkenkunde hanteren dit motief vaker dan het publiek dat minder frekwent komt. Respondenten die vaak in dit museum geven hun bezoekmotivatie ook veel vaker aan met "interesse voor musea in het algemeen".

Natuurlijk is er ook een samenhang te vinden tussen het hanteren van het motief "interesse voor musea in het algemeen" en algemeen museumbezoek ($V = .26$). Dit motief wordt door niemand van de respondenten die slechts één of twee keer per jaar naar een museum gaan genoemd, door 19% van hen die 3 tot 11 keer per jaar gaan, door 34% van de respondenten die maandelijks een museum bezoeken en door 55% van hen die dit wekelijks doen.

Het bezoekmotief "leerzaam voor anderen" en het met studie of opleiding samenhangende bezoekmotief worden het minst genoemd.

3.7 Overeenkomsten met betrekking tot gehanteerde informatiebronnen

In paragraaf 2.6 hebben we gezien dat kranten en tijdschriften (gemiddeld door 38%) en informatie via anderen (gemiddeld door 30%) het meest genoemd

zijn als gehanteerde informatiekkanalen. Dit komt ook uit de eerdere onderzoeken naar voren.

Informatiebronnen waar voor het museum kosten aan verbonden zijn, te weten advertenties en affiches, hebben een veel kleiner bereik. De informatiebron "advertenties" wordt slechts door 27 respondenten (= 5%) genoemd. Affiches worden bij de categorie "anders" slechts 5 keer (= 1%) genoemd. Een ander kostbaar publiciteitsmiddel, de folder, scoort iets beter bij de GK- en NWK-groepen (respectievelijk 16% en 12%). Voor de tentoonstelling "Toekang Potret" was geen speciale folder, maar wel was deze tentoonstelling genoemd in een folder over activiteiten rond het 150-jarig jubileum van de fotografie. Deze folder is door 6% van de TP-groep als gehanteerde informatiebron genoemd.

Radio en tv worden nauwelijks genoemd (slechts door 2%). Dat heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat de onderzochte tentoonstellingen weinig aandacht gekregen hebben van deze media. Dat het medium tv een impact heeft kan geïllustreerd worden met de constatering dat, nadat er op de Belgische televisie aandacht besteed was aan "Kunst uit een andere Wereld" deze tentoonstelling door een aantal Belgen (4 gezelschappen) bezocht werd.

De informatiekkanalen die het grootste effect sorteren zijn informatie via anderen en krant en tijdschrift, op enige afstand gevolgd door de folder. Advertenties en affiches hebben het minste effect.

Het blijkt dat respondenten die hun informatie uit artikelen uit kranten of tijdschriften hebben gehaald het best bekend zijn met het tentoonstellingsonderwerp ($V = .22$).

Respondenten die een folder gelezen hebben zijn het best op de hoogte van het kader waarin de tentoonstelling georganiseerd is ($V = .14$) en van de inhoud van de tentoonstelling ($V = .13$). ***Lezers van folders zijn dus veel minder goed op de hoogte van het feit dat er meerdere tentoonstellingen in het Museum voor Volkenkunde te bezichtigen zijn, dat weten de respondenten die hun informatie van anderen hebben beter*** ($V = .13$).

Welk informatiekanaal men gehanteerd heeft blijkt samen te hangen met de genoten opleiding ($V = .13$). ***Respondenten met alleen lagere school hebben hun informatie vaker van anderen gehoord en gebruiken minder vaak een krant of tijdschrift.***

Ook leeftijd vertoont een samenhang met gehanteerd informatiekanaal ($V = .17$). Van de jongste leeftijdsgroep van 15 tot 25 jarigen heeft 70% het gehoord via anderen tegenover 30% van de 25 tot 45 jarigen en 21% van de respondenten die ouder zijn dan 45 jaar. ***Hoe jonger men is hoe vaker men afgaat op informatie van derden. De 55 tot 65 jarigen blijken het meest gebruik te maken van informatie uit krant en tijdschrift*** (54% tegenover 17% van respondenten van 20 tot 25 jaar en gemiddeld 42% van de andere leeftijdsgroepen boven de 25 jaar).

3.8 Overeenkomsten met betrekking tot gezelschapssamenstelling

In de twee publieksgroepen (de NWK-groep en de TP-groep) waarvan gegevens met betrekking tot de gezelschapssamenstelling bekend zijn, zijn ongeveer evenveel respondenten (18%) alleen gekomen. Dit percentage van alleenkomenden ligt iets lager dan het gemiddelde percentage van alleenkomende bezoekers van ongeveer 24 uit de eerdere onderzoeken in dit museum. Het alleen komen blijkt

samen te hangen met de frekwentie van eerder bezoek ($V = .24$). Bezoekers die al meer dan 10 keer in het Museum voor Volkenkunde zijn geweest komen vaker alleen (34%) dan bezoekers die voor de eerste of tweede keer komen (14%).

In de vorige publieksonderzoeken in dit museum zijn iets meer bezoekers dan de 18% uit mijn steekproef alleen gekomen. Bezoekers die het Museum voor Volkenkunde al veel vaker bezochten komen vaker alleen dan zij die voor de eerste of tweede keer komen.

Er zijn 16 gezelschappen met kinderen aangetroffen¹⁹, waarvan de helft in gezinsverband. In de TP-groep is gevraagd naar de leeftijd van de meegekomen kinderen. Het gaat hier om 16 kinderen; 3 baby's, 3 peuters en de rest variërend van 4 tot en met 13 jaar. Het is niet zo dat kinderen van één bepaalde leeftijdsklasse beter vertegenwoordigd zijn. De meegenomen kinderen blijken niet altijd aanleiding te geven tot een (extra) motivatie voor het museumbezoek. Door de 23 personen die kinderen bij zich hebben wordt slechts 9 keer het bezoekmotief "het is leerzaam voor anderen" opgegeven. De overige 6 personen die deze bezoekmotivatie ook aangeven zijn niet met kinderen gekomen.

Samenvattend kan gesteld worden dat, zover ik heb kunnen vaststellen, er weinig mensen met kinderen beneden de 15 jaar zijn gekomen (slechts 6%). Gezien de gevarieerdheid van de leeftijd van de meegenomen kinderen en het feit dat het bezoekmotief "leerzaam voor anderen" geen grote rol speelt voor hun begeleiders lijkt het dat men vaak ondanks in plaats van dankzij de kinderen komt.

3.9 Overeenkomsten binnen het nieuwe publiek

Het nieuwe publiek komt veel vaker van ver ($\text{Tau} = -.38$); 79% van hen komt van elders tegenover 41% van het publiek dat niet voor het eerst is gekomen.

Het nieuwe publiek is dus vooral afkomstig van buiten de regio Rotterdam.

Het al dan niet voor het eerst komen vertoont een samenhang met diverse achtergrondvariabelen.

Ten eerste met museumbezoekervaring ($\text{Tau} = .29$); in het nieuwe publiek is 11% onervaren, 36% ervaren en 19% zeer ervaren terwijl van het publiek dat wel eens eerder geweest is 2% onervaren, 30% ervaren en 38% zeer ervaren is.

In de tweede plaats met het al dan niet alleen komen ($\text{Phi} = .20$); 9% van het nieuwe publiek is alleen gekomen tegenover 25% van het overige publiek.

Ten tweede met geslacht ($\text{Phi} = .13$); van het nieuwe publiek behoort slechts 35% tot het mannelijke geslacht, tegenover 48% in het overige publiek.

Tot slot blijkt dat alle 15 tot 20 jarigen uit de steekproef voor het eerst dit museum bezoeken.

We kunnen concluderen dat bezoekers die voor het eerst komen in vergelijking tot het overige publiek over het algemeen over minder museumbezoekervaring beschikken, meer vrouwen bevat, vaker in gezelschap is van anderen en jonger is.

¹⁹ Helaas ontbreekt het hier aan gegevens over de bezoekersgroep van "In Geuren en Kleuren".

4 SAMENVATTING EN CONCLUSIES

In de inleiding is aangegeven dat dit onderzoek in de eerste plaats bedoeld is om de publiekswervende strategie welke ik met tentoonstellingspromotie heb aangeduid te evalueren. Deze wervingsstrategie is gebaseerd op de veronderstelling dat tentoonstellingen die qua inhoud en presentatievorm sterk van elkaar verschillen van elkaar afwijkende publieksgroepen zullen trekken. Deze veronderstelling heb ik getoetst door middel van een vergelijking van de publieksgroepen die op drie zeer verschillende tentoonstellingen zijn afgekomen. In de eerste paragraaf van dit hoofdstuk worden de verschillen kort samengevat aan de hand van een beschrijving van de drie groepen.

Alhoewel dit onderzoek er met name op gericht is om verschillen tussen de drie onderzochte publieksgroepen op te sporen zijn er ook een aantal opvallende overeenkomsten uit de data naar voren gekomen. Deze overeenkomsten en de mogelijke konsekventies daarvan voor het te voeren publieksbeleid worden in de tweede paragraaf aan de orde gesteld.

In de laatste paragraaf wordt aangegeven welke onderzoeksvragen er zijn blijven liggen en op welke wijze daar aandacht aan zal worden besteed in het vervolgonderzoek.

4.1 Kenmerken van de onderzochte publieksgroepen

De drie publieksgroepen blijken minder sterk van elkaar af te wijken dan je op grond van de verschillen in de inhoud en presentatievorm van de tentoonstellingen zou verwachten. Toch zijn er in hoofdstuk 2 wel een aantal significante verschillen geconstateerd. Hieronder wordt een korte profielschets per onderzochte publieksgroep gegeven die gebaseerd is op deze verschillen.

4.1.1 Het publiek van "In Geuren en Kleuren"

De tentoonstelling "In Geuren en Kleuren" was bedoeld voor een breed publiek en toegankelijk voor een laag opgeleid en onervaren museumpubliek. Desalniettemin heeft deze tentoonstelling een hoger opgeleid publiek getrokken dan op basis van het niveau van de toegankelijkheid ervan verwacht mocht worden. Een eerste verklaring hiervoor is dat lager opgeleiden, ondanks de vele in het kader van het cultuurspreidingsideaal ondernomen pogingen om de museumdrempels te verlagen, nog steeds heel moeilijk te verleiden zijn tot een museumbezoek. Een andere aannemelijke verklaring is dat de publiekswerving voor deze tentoonstelling teveel gerealiseerd is via publiciteitskanalen die hoger opgeleiden bereiken.

De resultaten van de analyses die in hoofdstuk 2 uitgevoerd zijn duiden er op dat deze tentoonstelling, zoals verwacht, aantrekkelijker was voor onervaren museumpubliek dan de andere twee tentoonstellingen. Deze conclusie wordt gerelativeerd door het kleine verschil in algemeen museumbezoekgedrag met de bezoekersgroep van "Toekang Potret". Bovendien is het percentage respondenten dat nooit of maar één keer per jaar een museum bezoekt opvallend laag (3% nooit, 6% één keer per jaar) voor een doelgroep van weinig ervaren museumpubliek.

De bezoekers van "In Geuren en Kleuren" blijken in verhouding tot de andere twee groepen het minst tentoonstellingsgericht te zijn. Het met de aard van het museum samenhangende bezoekmotief "interesse in andere culturen" wordt

veel vaker genoemd dan het tentoonstellingsgebonden bezoekmotief "interesse in eten en koken". Dit laatste motief wordt nauwelijks door de zeer regelmatig museumbezoekers genoemd, waarmee de veronderstelling bevestigd wordt dat de tentoonstellingsinhoud aantrekkelijker is voor mensen met weinig museumbezoekervaring.

Deze tentoonstelling was zeer geschikt voor een museumbezoek in het kader van een gezins-uitstapje. Het hiermee samenhangende bezoekmotief "leerzaam voor anderen" wordt inderdaad iets vaker genoemd dan bij de andere groepen, maar toch slechts door 11%. Helaas heb ik bij deze groep geen gegevens over meegekomen kinderen verzameld.

De bezoekers van "In Geuren en Kleuren" zijn zeer goed bekend met het tentoonstellingsonderwerp. Daarbij zijn ze, vergeleken met de andere twee groepen, beter op de hoogte met het kader waarin de tentoonstelling georganiseerd is²⁰, met de tentoonstellingsduur en met het feit dat er meerdere tentoonstellingen in het museum te zien zijn. Maar van de tentoonstellingsinhoud zijn ze verhoudingsgewijs het slechtst op de hoogte. Wellicht legt dit publiek andere accenten wanneer het informatie opneemt als voorbereiding op een museumbezoek.

4.1.2 Het publiek van "Kunst uit een andere Wereld"

De tentoonstelling "Kunst uit een andere Wereld" richtte zich op een doelgroep van ervaren museumbezoekers, met een hoge opleiding en een specifieke interesse in beeldende kunst.

Wat museumbezoekervaring betreft is deze doelgroep bereikt. De respondenten uit deze groep gaan veel regelmatig naar een museum dan de respondenten uit de andere twee groepen. Bovendien beschikken de nieuwkomers in deze groep over veel meer museumbezoekervaring dan het nieuwe publiek van de andere groepen. Het opleidingsnivo van deze groep blijkt echter niet af te wijken van de andere twee groepen.

Het bezoekmotief "interesse in beeldende kunst" is door 52% van de respondenten uit deze groep aangegeven, van een publiek van louter "kunstliefhebbers" is dus niet echt sprake. Dit aan de tentoonstellingsinhoud gebonden motief wordt niet gehanteerd door respondenten met weinig museumbezoekervaring en juist wel door respondenten die zeer regelmatig een museum bezoeken. Waarmee bevestigd wordt dat het tentoonstellingsonderwerp juist door ervaren museumbezoekers aantrekkelijk werd gevonden.

Het meer algemene en minder aan de tentoonstellingsinhoud gebonden motief "interesse voor andere culturen" is voor deze groep verreweg het belangrijkste bezoekmotief. Dit motief wordt door deze groep veel vaker aangegeven dan door de twee andere groepen. Het lijkt erop dat voor een groot deel van de bezoekers van deze tentoonstelling de uitstraling van het museum als geheel van groter belang is geweest dan het wervende effect van het tentoonstellingsonderwerp. Deze conclusie wordt bevestigd door het feit dat in deze groep in verhouding tot de andere twee groepen het laagste aantal bezoekers is aangetroffen dat alleen voor de tentoonstelling komt en het grootste aantal bezoekers dat meer dan 2 bezoekmotieven naast elkaar hanteert.

²⁰ In dit geval weten dat de tentoonstelling door Silvo gesponsord is.

Binnen het publiek van "Kunst uit een andere Wereld" wijken de mensen die voor het eerst komen in een aantal opzichten sterk af van de rest. Het omvat veel meer vrouwen, lager opgeleiden en jongeren²¹. Bovendien komt dit nieuwe publiek veel gericht op de tentoonstelling af. Ook lijkt het dat de nieuwe bezoekers uit deze groep vaker op eigen initiatief zijn gekomen dan bij de andere twee groepen het geval is.

Bij de verdeling over de gehanteerde informatiebronnen valt op dat kranten of tijdschriften het minst gebruikt zijn door deze groep terwijl de schriftelijke berichtgeving juist zo'n belangrijk publiciteitsmiddel was bij deze tentoonstelling. Informatie van anderen is voor deze groep de belangrijkste informatiebron. Daarnaast blijken de respondenten uit deze groep vergeleken met de andere twee groepen over de minste kennis vooraf te beschikken. Zij hebben met name minder goed kennis van het tentoonstellingsonderwerp en zijn slecht op de hoogte van het organisatiekader van deze tentoonstelling²². Een verklaring hiervoor kan liggen in het gegeven dat de bezoekers van "Kunst uit een andere Wereld" zich wellicht meer laten leiden door sociale motieven dan de bezoekers van de andere twee tentoonstellingen. De wijze waarop de tentoonstelling in hun kennissenkring wordt beoordeeld en aangeprezen speelt dan een belangrijkere rol dan objectieve informatie uit de media.

Opvallend in deze groep is dat de jongeren onder 25 jaar veel beter vertegenwoordigd zijn dan in de twee andere groepen. Blijkbaar sloeg het onderwerp van deze tentoonstelling beter aan bij jongere leeftijdsgroepen. De jongeren komen vooral met één of meerdere vrienden, kennissen of familieleden.

4.1.3 Het publiek van "Toekang Potret"

De tentoonstelling "Toekang Potret" mikte op een specifieke doelgroep van fotoliefhebbers en oud-Indiëgangers. De fotoliefhebbers zijn niet erg optimaal bereikt. Slechts 37% geeft aan gemotiveerd te zijn door hun belangstelling voor fotografie. Mensen die iets met Nederlands-Indië hebben lijken wel sterk aangesproken te zijn door deze tentoonstelling. Maar liefst 86% geeft aan gekomen te zijn uit interesse voor de geschiedenis van Nederlands-Indië. Ook uit de zelf geformuleerde bezoekmotieven blijkt dat men gemotiveerd is door een Indisch verleden. Het feit dat ouderen in deze groep het best vertegenwoordigd zijn geeft ook een aanwijzing dat nostalgische overwegingen een rol gespeeld hebben. De sterke oververtegenwoordiging van ouderen is er waarschijnlijk debet aan dat de gezelschapssamenstelling met het grote aantal (echt)paren veel conventioneeler is dan bij de bezoekersgroep van "Kunst uit een andere Wereld".

De bezoekers van "Toekang Potret" zijn veel sterker gericht op de tentoonstelling gekomen dan de bezoekers van de twee andere tentoonstellingen. Daarbij worden de meer algemene bezoekmotieven, waaronder het bij de andere twee groepen zo populaire motief "interesse voor andere culturen", veel minder vaak aangegeven als bij de andere twee groepen. Het hanteren van meer dan twee bezoekmotieven komt verhoudingsgewijs minder voor en een veel groter

²¹ Dit overlapt elkaar niet, d.w.z. we hebben hier niet te maken met een groep zeer tentoonstellingsgerichte, laag opgeleide jonge vrouwen.

²² In dit geval weten dat deze tentoonstelling in het kader van Rotterdam '88 is georganiseerd.

deel dan in beide andere groepen hanteert alleen tentoonstellingsgebonden bezoekenmotieven.

Het tentoonstellingsgebonden motief wordt meer genoemd naarmate men minder museumbezoekervaring heeft, hieruit kunnen we concluderen dat het onderwerp van deze tentoonstelling mensen met weinig museumbezoekervaring heeft aangesproken. Qua algemeen museumbezoekgedrag week deze groep dan ook niet erg af van de groep die "In Geuren en Kleuren" bezocht.

Deze groep beschikt in verhouding tot de andere twee groepen over de meeste kennis vooraf en was met name beter op de hoogte van de tentoonstellingsinhoud. Met de minder inhoudelijke kennisaspecten als de tentoonstellingsduur en het gegeven dat er meerdere tentoonstellingen te zien zijn is deze groep juist het minst goed op de hoogte. Blijkbaar was men daar minder in geïnteresseerd bij de oriëntatie vooraf. Als informatiebron worden kranten en tijdschriften opvallend vaak (door 57%) en veel vaker als in de beide andere groepen genoemd.

Uit de extra vragen die aan deze groep zijn voorgelegd blijkt dat 23% van deze publieksgroep op de hoogte was van het op de tentoonstelling "Toekang Potret" aansluitende lezingenprogramma en dat 55% bekend was met de bij deze tentoonstelling behorende catalogus.

4.2 De gevonden overeenkomsten tussen tentoonstellingsgerichte publieksgroepen.

Ik kan op basis van dit onderzoek geen afdoende antwoord geven op de vraag of de gevonden gemeenschappelijke kenmerken van de onderzochte groepen samenhangen met de tentoonstellingsgerichtheid van de respondenten. Om betrouwbare uitspraken te kunnen doen over de specifieke kenmerken van tentoonstellingsgericht publiek in het Museum voor Volkenkunde moeten de middels dit onderzoek verzamelde data vergeleken worden met nieuwe gegevens van andere tentoonstellingsgroepen en gegevens over het algemene publiek van het Museum voor Volkenkunde Rotterdam dat "zomaar" het museum bezoekt. Dit is een belangrijk onderdeel van het vervolgonderzoek. Daarmee kunnen we onder andere te weten komen in hoeverre publiekswerving door middel van museum promotie ander publiek binnenhaalt dan tentoonstellings promotie.

Hieronder wordt aangegeven welke (voorlopige) conclusies er uit de, in hoofdstuk 3 aangegeven, overeenkomsten tussen de publieksgroepen getrokken kunnen worden en hoe dit in het marketingbeleid verwerkt zou kunnen worden.

4.2.1 Ondervertegenwoordiging van jongeren van 15 tot 20 jaar

De geconstateerde ondervertegenwoordiging en ten opzichte van eerder onderzoek afgenomen aanwezigheid van jongeren kan een gevolg zijn van een groeiende desinteresse bij deze leeftijdsgroep voor museumbezoek in het algemeen of voor de tentoonstellingen in het Museum voor Volkenkunde. Wanneer dit laatste het geval is kan een tentoonstelling die gericht is op het belangstellingsveld van jongeren hier wellicht verandering in brengen. Te denken valt daarbij aan een semie-permanente tentoonstelling over niet-Westerse invloeden in de popmuziek. Een dergelijke "jongerententoonstelling" zal gepaard moeten gaan met een intensieve publiciteitscampagne via de door deze doelgroep gehanteerde informatiekanalen. Ook het stimuleren van schoolbezoeken uit het vervolgonderwijs is een belangrijk middel om meer jongeren te bereiken.

4.2.2 Oververtegenwoordiging van ouderen boven de 55 jaar

In de eerdere onderzoeken in dit museum is nog geen sprake van een oververtegenwoordiging van ouderen. Daar in een recent onderzoek naar cultuurparticipatie in Nederland²³ ook wordt aangegeven dat ouderen binnen het museumpubliek oververtegenwoordigd zijn hebben we hier wellicht te maken met een recente algemene trend.

Toename van ouderen onder museumpubliek kan duiden op de ontwikkeling dat de voorheen cultureel actieve dertigers met het ouder worden hun culturele activiteiten blijven handhaven. Het zou ook kunnen dat ze, doordat ze op latere leeftijd over meer vrije tijd gaan beschikken, zelfs nog actiever worden. Ouderen vormen dus een belangrijke (potentiële) publieksgroep. Gerichtte publiekswerving, bijvoorbeeld via de periodieken die zich speciaal op deze leeftijdsgroepen richten, is wellicht een vruchtbare methode om (nieuw) publiek aan te trekken. Het Museum voor Volkenkunde heeft te maken met bezoekerspieken in de weekenden en op woensdagen, terwijl het op andere dagen (mits er geen schoolbezoek is) zeer stil kan zijn. Omdat ouderen minder aan vaste dagen gebonden zijn en wellicht gesteld zijn op een museumbezoek in een rustige omgeving, kunnen de stille dagen voor hen zeer aantrekkelijk zijn. Aandacht voor de opvang van ouderen bij de presentatie (begeleidende teksten met grotere letters, teksten niet te hoog of te laag e.d.) en door het creëren van meer rustplaatsen in de tentoonstellingsruimtes kan een museumbezoek voor ouderen aanmerkelijk veraangename en tot frequenter herhalingsbezoek van deze groep leiden.

4.2.3 Oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden

Oververtegenwoordiging van hoog opgeleiden is in meer of mindere mate onder al het onderzochte museumpubliek terug te vinden. De in paragraaf 3.2 beschreven analyses geven een indicatie dat algemeen publiek lager opgeleid is dan tentoonstellingsgericht publiek. Dit lijkt me aannemelijk omdat mensen met een lage opleiding zich wellicht minder oriënteren via de media waarin tentoonstellingen worden aangekondigd, maar meer via kanalen waarin het museum als geheel wordt geprofileerd (bijvoorbeeld de VVV, NS-dagtochtjes en verhalen van anderen). Publiekswerving via museumpromotie is dan succesvoller in het aantrekken van lager opgeleiden.

Met de tentoonstellingspromotie zou men optimaler gebruik moeten maken van kranten en tijdschriften die zich richten op laag opgeleid publiek. De kranten die nu het meest genoemd zijn zijn de NRC en de Volkskrant; dit zijn dagbladen die voornamelijk door hoog opgeleide mensen worden gelezen.

4.2.4 Grote museumbezoekervaring

De respondenten uit deze steekproef van tentoonstellingsgerichten gaan regelmatig naar een museum dan de respondenten uit de steekproef van eerder onderzoek in dit museum, waarin ook het niet-tentoonstellingsgerichte publiek is opgenomen. Het is mogelijk dat mensen met weinig museumbezoekervaring zich minder op tentoonstellingen richten dan mensen die vaker naar een museum gaan. Tijdens het uitdelen van enquêtes is mij opgevallen dat veel mensen niet eens weten dat er meerdere (wisselende) tentoonstellingen zijn. Veel

²³ Dit is een recent onderzoek van Intomart Qualitatief B.V. gepubliceerd door het WVC in 1989.

bezoekers verwachtten een permanente opstelling. Bezoekers die regelmatig naar een museum gaan weten dat veel musea wisselende tentoonstellingen hebben, maar zij die zelden in een museum komen weten dat blijkbaar niet. Wanneer ze niet eens weten dat er wisselende tentoonstellingen zijn kunnen ze zich er ook niet op richten. Deze onervaren museumbezoekers moeten dus vertrouwd gemaakt worden met dit verschijnsel. Dat kan door ze eerst door middel van museumpromotie binnen te halen en ze vervolgens goed voor te lichten over de redactieformule van het Museum van Volkenkunde Rotterdam. Bij de museumpromotie zelf zou ook meer aandacht besteed moeten worden aan informatie over het aantal en de wisselingen van de in het museum te bezichtigen tentoonstellingen.

4.2.5 Bezoekerstroutheid

Met het beleid van de grote wisselende tentoonstellingen wordt nagestreefd dat het publiek vaker terugkomt. De percentages van positieve antwoorden op de vraag of men de tentoonstellingen "In Geuren en Kleuren" en "Kunst uit een andere Wereld" gezien heeft duiden er op dat dit doel bereikt wordt. Toch blijkt dat de respondenten uit deze groep minder regelmatig het Museum voor Volkenkunde bezoeken dan respondenten uit eerder onderzoek in dit museum. Het kan zijn dat we hier te maken hebben met publiek dat zich pas sinds kort op het Museum voor Volkenkunde is gaan richten en daarom nog niet vaak geweest is.

4.2.6 Toename van bezoekers van buiten de regio

Het publiek van de onderzochte tentoonstellingen is minder vaak afkomstig uit de regio Rotterdam dan uit eerder onderzoek in dit museum naar voren is gekomen. Met name het publiek dat voor het eerst komt is vaker van buiten de regio afkomstig. Werving van publiek via tentoonstellingspromotie lijkt extra publiek van buiten de regio aan te trekken. Omdat een groot aantal respondenten van grote afstand is gekomen blijkt dat er nog een groot potentieel aan bezoekers ligt, die via de landelijke media bereikt kunnen worden.

4.2.7 Toename van vrouwen

Bij de bezoekers van "In Geuren en Kleuren" en "Kunst uit een andere Wereld" is een oververtegenwoordiging van vrouwen geconstateerd. In de eerdere onderzoeken in dit museum is geen sprake van oververtegenwoordiging van vrouwen. Het publiek voor wie de tentoonstellingen "Kunst uit een andere Wereld" en "Toekang Potret" aanleiding gaf voor een eerste bezoek aan het Museum voor Volkenkunde bevat opvallend veel vrouwen. Dit zijn aanwijzingen voor een toename van vrouwen onder het publiek van het Museum voor Volkenkunde. Omdat in het recente onderzoek naar cultuurparticipatie²⁴ ook een, weliswaar geringe, oververtegenwoordiging van vrouwen wordt aangegeven onder het Nederlandse museumpubliek denk ik dat we hier met een algemene trend te maken hebben.

Een verklaring hiervoor kan gezocht worden in sociaal-culturele ontwikkelingen als de vrouwenemancipatie en de toename van het aantal alleenstaande

²⁴ Er wordt hier verwezen naar het onderzoek van Intomart Qualitatief B.V., p. 61.

vrouwen. Hierdoor ontstaat er bij vrouwen wellicht een grotere behoefte aan nieuwe vormen van vrijetijdsbesteding die zij in gezelschap van gelijkgestemden willen ondernemen. Dit wordt bevestigd door het feit dat binnen de bezoekersgroep van "Kunst uit een andere Wereld" vrouwen vaak in gezelschap van één of meerdere vrienden, kennissen of familieleden komen, terwijl mannen vaker met hun partner of alleen komen. Omdat de toename van vrouwen zo duidelijk waarneembaar is binnen het recente publiek van het Museum voor Volkenkunde kunnen we de conclusie trekken dat het gebodene in dit museum aantrekkelijk is voor vrouwen. Het Museum voor Volkenkunde kan hierop inspringen door een optimaler gebruik van de media die zich op vrouwen richten. Te denken valt daarbij aan de traditonele vrouwenbladen als Libelle, Margriet, Viva en aan de minder traditionele tijdschriften als Opzij en Vrouw en Bedrijf. Deze tijdschriften hebben vaak speciale pagina's met tips voor culturele evenementen.

4.2.8 Gehanteerde informatiebronnen

Informatie uit krant of tijdschrift en informatie via anderen (kennissen, familie, vrienden) zijn de belangrijkste informatiebronnen. Met kranten en tijdschriften worden vooral hoger opgeleiden en de leeftijdsgroepen boven de 25 jaar (waarvan met name de ouderen) bereikt. Lager opgeleiden en jongeren worden vaker via anderen op een tentoonstelling gewezen. Voor een optimaler bereik van jongeren en lager opgeleiden zullen nieuwe publiciteitskanalen gezocht moeten worden.

De kostbare publiciteitsmiddelen advertentie en affiche worden weinig genoemd. Wanneer dit in het vervolgonderzoek bevestigd wordt zou dat aanleiding kunnen geven tot een herschikking in het publiciteitsbudget.

Folders scoren iets beter. Het is jammer dat onderzoeksresultaten aantonen dat de bezoekers via dit publiciteitsmiddel onvoldoende op de hoogte wordt gesteld van het overige tentoonstellingsaanbod van het museum. Kennis over de diversiteit van het tentoonstellingsaanbod kan een museumbezoek veel aantrekkelijker maken. De publicaties die volledig in eigen beheer van het museum worden uitgegeven bieden juist de gelegenheid om tentoonstellingspromotie te combineren met museumpromotie.

4.2.9 Weinig bezoekers die alleen komen

Voor slechts 18% is het museumbezoek een solistische onderneming. Er is daarom geen reden om aan te nemen dat tentoonstellingsgerichte bezoekers vaker alleen komen dan bezoekers die zomaar komen. Het kan zijn dat het in gezelschap van anderen komen typerend is voor het publiek van het Museum voor Volkenkunde Rotterdam. Door de aard van de onderwerpen, de gevarieerdheid in tentoonstellingen (waaronder één die zeer geschikt is voor kinderen) en de gelaagde, op meerdere nivo's gestructureerde informatieverstrekking is dit museum bij uitstek geschikt om door een gezelschap van mensen met zeer uiteenlopende interesses en informatieverwerkingscapaciteiten bezocht te worden. Om nog meer van dit soort gezelschappen binnen te halen zouden deze aspecten van het museum sterker benadrukt moeten worden in de publiciteit.

De zeer regelmatige bezoekers komen het meest alleen en mensen die voor het eerst komen zijn juist veel vaker in gezelschap van anderen. Dit kan erop duiden dat als men eenmaal vertrouwd is geraakt met een museum men eerder geneigd is tot een solo-bezoek. Door het binnenhalen van gevarieerde groepjes

werkt men aan de opbouw van een toekomstige bezoekersgroep van individuele trouwe bezoekers.

4.3 Aandachtspunten voor het vervolgonderzoek

Publiek werven middels tentoonstellingspromotie heeft blijkbaar niet het verwachte effect dat er sterk uiteenlopende publieksgroepen binnengehaald worden. Ondanks de gevonden verschillen tussen de tentoonstellingsgroepen moeten we toch concluderen dat het publiekspotentieel dat door tentoonstellingspromotie bereikt wordt veel minder breed is dan verwacht. Het zijn voornamelijk hoogopgeleiden met ruime museumbezoekervaring die, althans tijdens het museumbezoek, niet de verantwoordelijkheid voor de verzorging van kinderen dragen.

Er zijn een aantal factoren aan te geven die goede aanknopingspunten bieden voor een niet-tentoonstellingsgericht bezoek aan het Museum voor Volkenkunde. Dit zijn de kindvriendelijkheid van sommige tentoonstellingen, de gelaagdheid van de informatienivo's binnen het tentoonstellingsaanbod, de prachtige locatie van het museum en de extra voorzieningen als de winkel, het café-restaurant, de mediatheek en het theater. Het is mogelijk dat museumpromotie, waarbij deze factoren nadrukkelijk onder de aandacht van het publiek worden gebracht, een publiek met een sociaal bredere samenstelling bereikt. Ook trekt dit wellicht meer gezelschappen met kinderen. Deze veronderstellingen zullen in het vervolgonderzoek getoetst worden.

De andere overeenkomsten tussen de publieksgroepen behoeven ook nadere toetsing in het vervolgonderzoek. Dat zijn:

- de ondervertegenwoordiging van jongeren van 15 tot 20 jaar
- de oververtegenwoordiging van ouderen boven de 55 jaar
- de frekwentie van herhalingsbezoek
- de toename van bezoekers buiten de regio
- de toename van vrouwen

Door middel van een vergelijking met nieuwe gegevens van tentoonstellingsgericht publiek en van het niet-tentoonstellingsgerichte publiek zal nagegaan worden in hoeverre deze uitkomsten typerend zijn voor museumbezoekers die gericht op tentoonstellingen dit museum bezoeken.

Wanneer het om meer algemene trends blijkt te gaan zal door middel van vergelijking met gegevens over andere museumpopulaties nagegaan worden of het publiek van het Museum van Volkenkunde Rotterdam hierin afwijkt van het publiek van andere musea. Hierdoor kan de positie op de museamarkt van het Museum voor Volkenkunde Rotterdam beter bepaald worden.

Een ander belangrijk resultaat is het gegeven dat het grootste deel van de respondenten in gezelschap van één of meerdere personen het museum bezoekt. In het vervolgonderzoek zal uitgebreid aandacht besteed worden aan de samenstelling van de gezelschappen en de invloed die daarvan uitgaat. De gegevens daarover, die middels dit onderzoek boven tafel zijn gekomen, zijn te fragmentarisch om daarover éénduidige uitspraken te kunnen doen.

Als laatste onderzoeksresultaat dat nader onderzoek behoeft noem ik het weinig optimale bereik van de gebruikte publiciteitskanalen. Kostbare publiciteitsmiddelen als advertenties en affiches hebben een zeer klein bereik. Van de kranten waarin over de tentoonstellingen van het Museum voor Volkenkunde geschreven wordt blijken alleen de NRC en in veel mindere mate de

Volkskrant effect te sorteren. In het vervolgonderzoek zal extra aandacht besteed worden aan de media die door de bezoekers gebruikt worden.

In dit onderzoek en het vervolgonderzoek staan de "tentoonstellingsgerichte bezoekers" en "algemene bezoekers" centraal.

Bij het hanteren van deze begrippen moeten we bedenken dat dit ideaaltypen zijn. Ideaaltypen zijn gedachtenconstructies, waarbij essentieel gedachte kenmerken van een verschijnsel op de voorgrond zijn geschoven teneinde het beter te leren kennen. In deze als het ware "overdreven" vorm komt een verschijnsel niet in de werkelijkheid voor. Dat de werkelijkheid gecompliceerder is blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat het bezoekmotief dat direct met de tentoonstellingsinhoud samenhangt slecht bij één van de drie onderzochte publieksgroepen op de eerste plaats staat. Ook blijkt de mate van tentoonstellingsgerichtheid sterk te variëren. Een strikte scheiding van tentoonstellingsgerichten en algemeen publiek wordt ook belemmerd door het gegeven dat men meestal in gezelschap van anderen die in meerdere of mindere mate op de tentoonstelling gericht zijn naar het museum komt.

Wanneer we tentoonstellingsgerichtheid en museumgerichtheid als twee uitersten op een continuüm beschouwen dan kunnen er eventuele mengvormen, die zich meer in het midden van deze schaal bevinden, met behulp van een meer kwalitatieve onderzoekstrategie opgespoord worden. In het vervolgonderzoek zal getracht worden op deze wijze een typologie van museumbezoekers te ontwikkelen, dat bruikbaar kan zijn bij de verdere ontwikkeling van een doelgroepenbeleid binnen het Museum voor Volkenkunde Rotterdam.

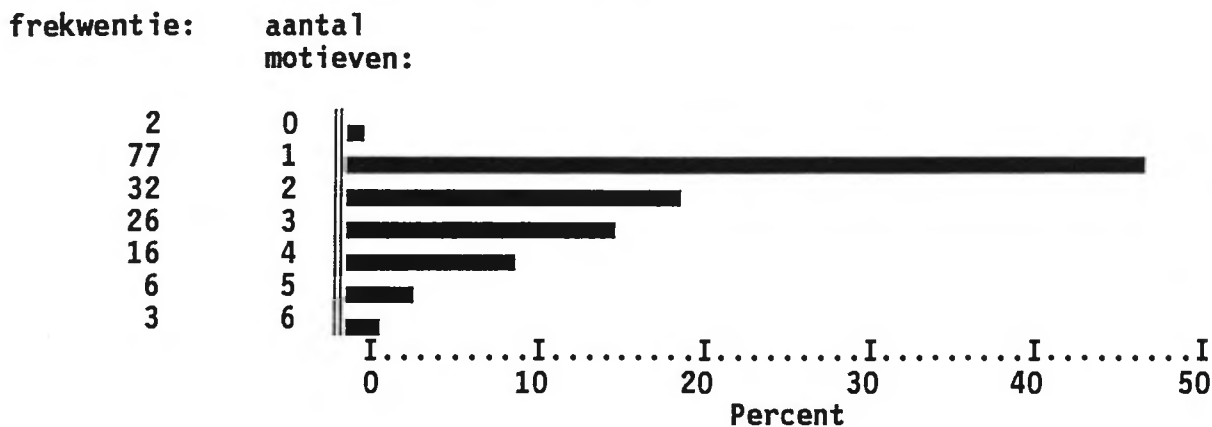
BIJLAGEN

pagina:

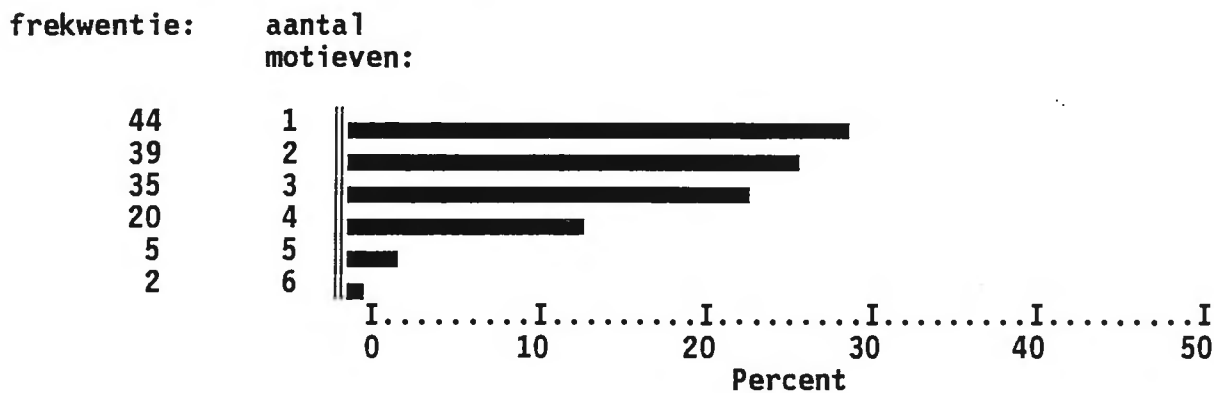
<i>Tabel A: Frekwentie over aantal bezoekmotieven</i>	<i>36</i>
<i>Tabel B: Frekwentie over aantal kennisaspecten</i>	<i>37</i>
<i>Vragenlijst bij "In Geuren en Kleuren"</i>	<i>38</i>
<i>Vragenlijst bij "Kunst uit een andere Wereld"</i>	<i>40</i>
<i>Vragenlijst bij "Toekang Potret"</i>	<i>42</i>
<i>Literatuurlijst</i>	<i>44</i>

Tabel A: Frekwentie aantal bezoekmotieven per groep.

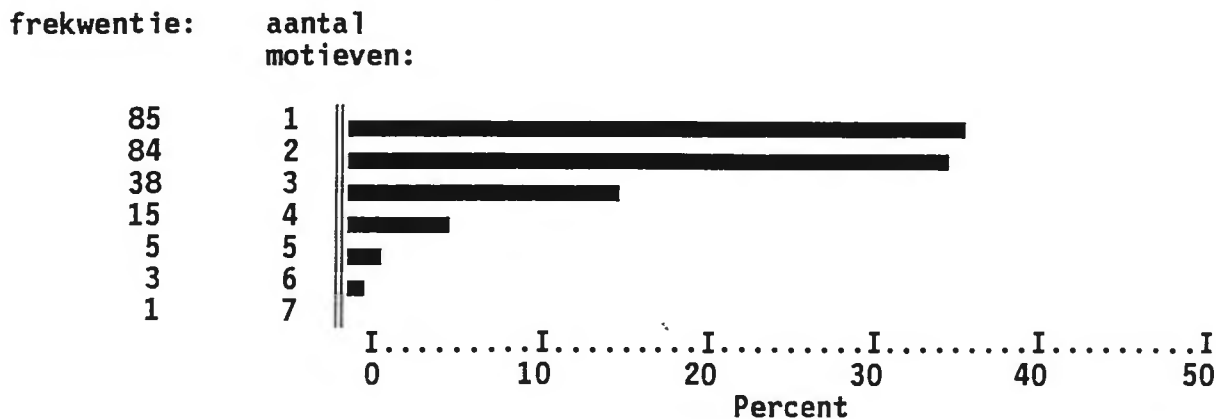
GROEP 1: BEZOEKERS VAN "IN GEUREN EN KLEUREN".



GROEP 2: BEZOEKERS VAN "KUNST UIT EEN ANDERE WERELD".

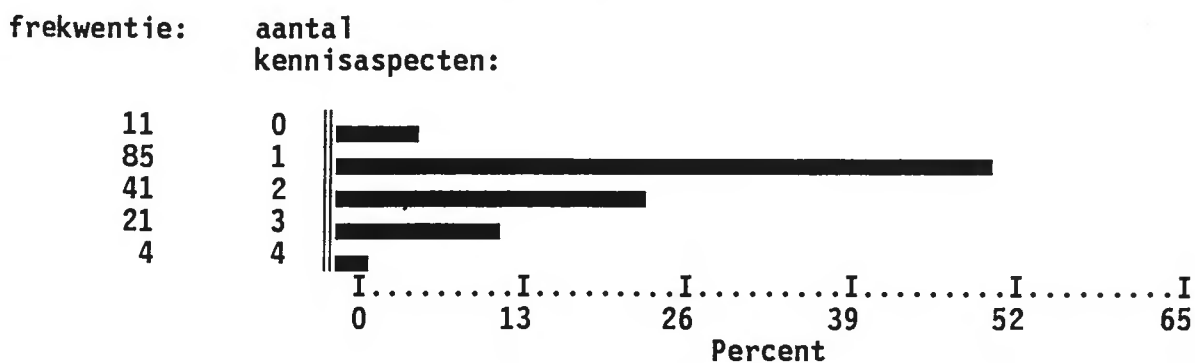


GROEP 3: BEZOEKERS VAN "TOEKANG POTRET".

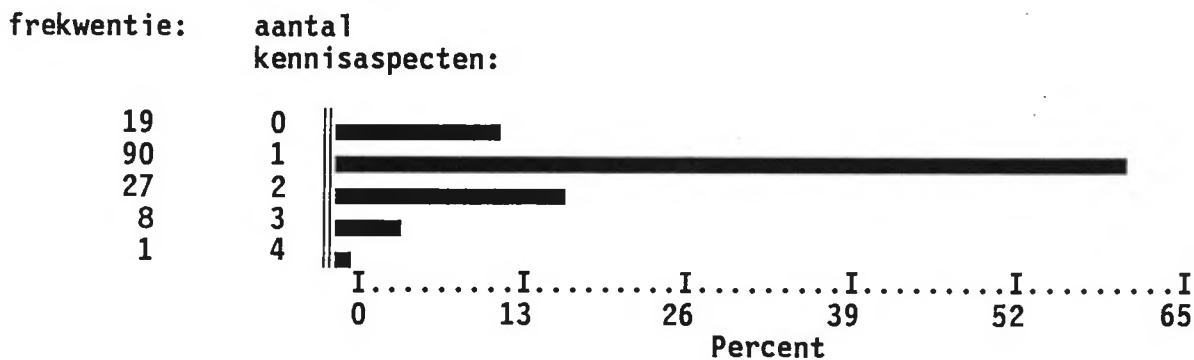


Tabel B: Frekwentie aantal kennisaspecten per groep.

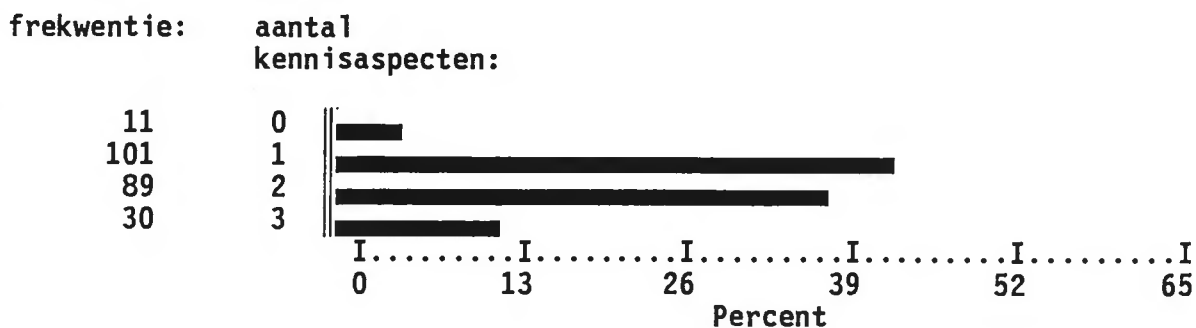
GROEP 1: BEZOEKERS VAN "IN GEUREN EN KLEUREN".



GROEP 2: BEZOEKERS VAN "KUNST UIT EEN ANDERE WERELD".



GROEP 3: BEZOEKERS VAN "TOEKANG POTRET".



Enquete n.a.v. tentoonstelling "In geuren en kleuren".

respondentnummer:

datum:dag 1988

Deze enquête is een onderdeel van een publieksonderzoek in dit museum, zou U zo vriendelijk willen zijn om het cijfer voor het op u van toepassing zijnde antwoord te omcirkelen. Tenzij anders aangegeven is er maar een antwoord mogelijk. Wanneer dat nodig is kan u uw antwoord op de stippellijn invullen.

1. U heeft aangegeven de tentoonstelling "In geuren en kleuren" te willen bezichtigen; welke van de volgende uitspraken geeft het doel van uw bezoek het beste weer?

- 1 ik kom alleen om de tentoonstelling "In geuren en kleuren" te bezichtigen.
- 2 ik kom speciaal voor de tentoonstelling "In geuren en kleuren", maar ik zal waarschijnlijk ook wel een of meer van de andere tentoonstellingen gaan bekijken.
- 3 de tentoonstelling "In geuren en kleuren" is de aanleiding van mijn bezoek aan dit museum, maar ik kom ook voor de andere tentoonstellingen.

2 Op grond van welke informatie komt u naar deze tentoonstelling?

- 1 gehoord van anderen (familie, vrienden, collega's e.d.).
- 2 naar aanleiding van de speciale folder over deze tentoonstelling.
- 3 naar aanleiding van een artikel in krant of tijdschrift, n.l. in
- 4 naar aanleiding van een advertentie in
- 5 gehoord op radio.
- 6 gezien op t.v.
- 7 anders n.l.

3 Wat weet u op grond van deze informatie over de tentoonstelling "In geuren en kleuren"?
(er mogen bij deze vraag meerdere antwoorden gegeven worden)

- 1 dat het over kruiden en specerijen gaat.
- 2 dat deze tentoonstelling gesponsord wordt door "Silvo Kruiden".
- 3 dat er zeldzame historische voorwerpen en kostbare kunstnijverheid in voorkomt.
- 4 dat er in dit museum tegelijkertijd ook nog andere tentoonstellingen te bezichtigen zijn.
- 5 anders, n.l.

4 Weet u hoe lang deze tentoonstelling nog duurt?

- 1 nee
- 2 ja, tot begin oktober.
- 3 ja, tot eind oktober.
- 4 ja, tot eind dit jaar.

5 Op grond van welke interesse(s) komt u deze tentoonstelling bezoeken?
(meerdere antwoorden mogelijk)

- 1 uit interesse voor eten en koken.
- 2 uit belangstelling voor andere culturen.
- 3 uit interesse voor musea in het algemeen.
- 4 uit interesse voor de derde wereldproblematiek.
- 5 omdat ik voor mijn school/studie een scriptie of i.d. over dit onderwerp wil schrijven.
- 6 uit nieuwsgierigheid.
- 7 het lijkt me leerzaam voor mijzelf.
- 8 het lijkt me leerzaam voor degenen (bijv. kinderen) die ik mee heb genomen.
- 9 anders n.l.

6 Bent u al eerder in dit museum geweest?

- | | | | |
|---|-------|---|--------------|
| 1 | nooit | 4 | 3 t/m 5x |
| 2 | 1x | 5 | 6 t/m 9x |
| 3 | 2x | 6 | 10x of vaker |

7 Hoe vaak bezoekt u in het algemeen een museum?

- | | | | |
|---|-------------------------|---|-----------------------|
| 1 | behalve deze keer nooit | 5 | 6-11x per jaar |
| 2 | 1x per jaar | 6 | 1x per maand of vaker |
| 3 | 2-3x per jaar | 7 | 1x per week of vaker |
| 4 | 4-5x per jaar | | |

8 In welke van de onderstaande leeftijdsgroepen valt u?

- | | | | |
|---|-----------------------|---|-----------------------|
| 1 | tot en met 14 jaar | 5 | 35 tot en met 44 jaar |
| 2 | 15 tot en met 19 jaar | 6 | 45 tot en met 54 jaar |
| 3 | 20 tot en met 24 jaar | 7 | 55 tot en met 64 jaar |
| 4 | 25 tot en met 34 jaar | 8 | 65 jaar en ouder |

9 Wat is uw laatstgenoten voltooide schoolopleiding?

- 1 lager onderwijs.
- 2 lager beroepsonderwijs (LTS, LEAO, huishoudschool, ambachtschool).
- 3 VGLO, (M)ULO, MAVO, 3 jarige HBS.
- 4 Middelbaar beroepsonderwijs (MTS, UTS, middelbare huishoudschool, MEAO, KLOS).
- 5 MMS, HAVO, HBS, Gymnasium, Atheneum.
- 6 hoger beroepsonderwijs (HTS, HEAO, sociale academie, kweekschool, PA), MO, Universiteit of Hogeschool.

10 U bent

1	een man
2	een vrouw

11 Waar woont U?

1	Rotterdam
2	overige Rijnmond, n.l.
3	elders n.l.

Enquete t.b.v. de tentoonstelling "Moderne Niet-Westerse Kunst".

respondentnummer:

datum:dag 1989

Deze enquête is een onderdeel van een publieksonderzoek in dit museum, zou U zo vriendelijk willen zijn om het cijfer voor het op u van toepassing zijnde antwoord te omcirkelen. Tenzij anders aangegeven is er maar één antwoord mogelijk. Wanneer dat nodig is kunt u uw antwoord op de stippellijn invullen.

1. U heeft aangegeven de tentoonstelling "Niet-Westerse Kunst" te willen bezichtigen; welke van de volgende uitspraken geeft het doel van uw bezoek het beste weer?

- 1 ik kom alleen om de tentoonstelling "Niet-Westerse Kunst" te bezichtigen.
- 2 ik kom speciaal voor de tentoonstelling "Niet-Westerse Kunst", maar ik zal waarschijnlijk ook wel een of meer van de andere tentoonstellingen gaan bekijken.
- 3 de tentoonstelling "Niet-Westerse Kunst" is de aanleiding van mijn bezoek aan dit museum, maar ik kom ook voor de andere tentoonstellingen.

2. Op grond van welke informatie komt u naar deze tentoonstelling?

- 1 gehoord van anderen (familie, vrienden, collega's e.d.).
- 2 naar aanleiding van de speciale folder over deze tentoonstelling.
- 3 naar aanleiding van een advertentie.
- 4 gehoord op de radio.
- 5 gezien op t.v.
- 6 naar aanleiding van een artikel in krant of tijdschrift, n.l. in
- 7 anders n.l.

3. Wat weet u op grond van deze informatie over de tentoonstelling "Niet-Westerse Kunst"? (er mogen bij deze vraag meerdere antwoorden gegeven worden)

- 1 dat er aandacht besteed wordt aan eigentijdse ontwikkelingen in de beeldende kunst in de 3e wereld.
- 2 dat deze tentoonstelling in het kader van Rotterdam '88 is georganiseerd.
- 3 dat er kunstuitingen uit India, Sierra Leone en Haiti te zien zijn.
- 4 dat er in dit museum tegelijkertijd ook nog andere tentoonstellingen te bezichtigen zijn.
- 5 anders, n.l.

4. Weet u hoe lang deze tentoonstelling nog duurt?

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1 nee. | 3 ja, tot eind februari 1988. |
| 2 ja, tot de tweede week van februari. | 4 ja, tot eind dit jaar. |

5. Op grond van welke interesse(s) komt u deze tentoonstelling bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk)

- 1 uit belangstelling voor Beeldende Kunst.
- 2 uit belangstelling voor andere culturen.
- 3 uit interesse voor musea in het algemeen.
- 4 uit interesse voor de derde wereldproblematiek.
- 5 omdat ik voor mijn school/studie een scriptie of i.d. over dit onderwerp wil schrijven.
- 6 uit nieuwsgierigheid.
- 7 het lijkt me leerzaam voor mijzelf.
- 8 het lijkt me leerzaam voor degenen (bijv. kinderen) die ik mee heb genomen.
- 9 anders n.l. Z.O.Z.

6 Bent u al eerder in dit museum geweest?

- | | | | |
|---|-------|---|--------------|
| 1 | nooit | 4 | 3 t/m 5x |
| 2 | 1x | 5 | 6 t/m 9x |
| 3 | 2x | 6 | 10x of vaker |

7 Hoe vaak bezoekt u in het algemeen een museum?

- | | | | |
|---|-------------------------|---|-----------------------|
| 1 | behalve deze keer nooit | 5 | 6-11x per jaar |
| 2 | 1x per jaar | 6 | 1x per maand of vaker |
| 3 | 2-3x per jaar | 7 | 1x per week of vaker |
| 4 | 4-5x per jaar | | |

8 In welke van de onderstaande leeftijdsgroepen valt u?

- | | | | |
|---|-----------------------|---|-----------------------|
| 1 | tot en met 14 jaar | 5 | 35 tot en met 44 jaar |
| 2 | 15 tot en met 19 jaar | 6 | 45 tot en met 54 jaar |
| 3 | 20 tot en met 24 jaar | 7 | 55 tot en met 64 jaar |
| 4 | 25 tot en met 34 jaar | 8 | 65 jaar en ouder |

9 Wat is uw laatstgenoten voltooide schoolopleiding?

- 1 lager onderwijs.
- 2 lager beroepsonderwijs (LTS, LEAO, huishoudschool, ambachtschool).
- 3 VGLO, (M)ULO, MAVO, 3 jarige HBS.
- 4 Middelbaar beroepsonderwijs (MTS, UTS, middelbare huishoudschool, MEAO, KLOS).
- 5 MMS, HAVO, HBS, Gymnasium, Atheneum.
- 6 hoger beroepsonderwijs (HTS, HEAO, sociale academie, kweekschool, PA), MO, Universiteit of Hogeschool.

10 U bent

1	een man
2	een vrouw

11 Waar woont U?

1	Rotterdam
2	overige Rijnmond.
3	regio Den Haag.
4	elders n.l.

12 Bent u in gezelschap van anderen hierheen gekomen?

- | | | | |
|---|----|---|-----|
| 1 | ja | 2 | nee |
|---|----|---|-----|

**13 Indien u in gezelschap van anderen bent gekomen, wie zijn dat?
(meerdere antwoorden mogelijk)**

- | | | | |
|---|-----------------------|---|----------------------------|
| 0 | ik ben alleen | 3 | familie/vrienden/kennissen |
| 1 | partner/echtgenoot(e) | 4 | anders, n.l. |
| 2 | kinderen | | |

14 Wanneer u in gezelschap bent van anderen die vandaag ook een zelfde vragenlijst invullen zou u dan de betreffende respondentnummers (zie bovenaan voorzijde van hun vragenlijst) hieronder willen invullen.

respondentnummer(s) van uw gezelschap:

15 Heeft u de tentoonstelling "In Geuren en Kleuren", vorig jaar in dit museum, ook bezocht?

- | | |
|---|-----|
| 1 | ja |
| 2 | nee |

BEDANKT VOOR UW MEDEWERKING!

Enquete t.b.v. de tentoonstelling "Toekang Potret"

respondentnummer:

datum:dag 1989

Deze enquete is een onderdeel van een publieksonderzoek in dit museum, zou u zo vriendelijk willen zijn om het cijfer voor het op u van toepassing zijnde antwoord te omcirkelen. Tenzij anders aangegeven is er maar één antwoord mogelijk. Wanneer dat nodig is kunt u uw antwoord op de stippellijn invullen.

1. U heeft aangegeven de tentoonstelling "Toekang Potret" te willen bezichtigen; welke van de volgende uitspraken geeft het doel van uw bezoek het beste weer?
- 1 ik kom alleen om de tentoonstelling "Toekang Potret" te bezichtigen.
 - 2 ik kom speciaal voor de tentoonstelling "Toekang Potret", maar ik zal waarschijnlijk ook wel een of meer van de andere tentoonstellingen gaan bekijken.
 - 3 de tentoonstelling "Toekang Potret" is de aanleiding van mijn bezoek aan dit museum, maar ik kom ook voor de andere tentoonstellingen.
- 2 Op grond van welke informatie komt u naar deze tentoonstelling?
- 1 gehoord van anderen (familie, vrienden, collega's e.d.).
 - 2 naar aanleiding van de affiche.
 - 3 naar aanleiding van een advertentie.
 - 4 gehoord op de radio.
 - 5 gezien op t.v.
 - 6 naar aanleiding van een artikel in krant of tijdschrift, n.l. in
 - 7 anders n.l.
 - 8 ik ben met iemand meegekomen.
- 3 Wat weet u op grond van deze informatie vooraf over de tentoonstelling "Toekang Potret"? (er mogen bij deze vraag meerdere antwoorden gegeven worden)
- 1 dat er foto's uit Nederlands-Indie te zien zijn.
 - 2 dat deze tentoonstelling in het kader van het 150-jarige jubileum van de fotografie is georganiseerd.
 - 3 dat er aandacht wordt besteed aan de koloniale geschiedenis van Ned.-Indie.
 - 4 dat er in dit museum tegelijkertijd ook nog andere tentoonstellingen te bezichtigen zijn.
 - 5 anders, n.l.
- 4 Weet u hoe lang deze tentoonstelling nog duurt?
- | | |
|---------------------|--------------------------|
| 1 nee. | 3 ja, tot eind juni. |
| 2 ja, tot eind mei. | 4 ja, tot eind dit jaar. |
- 5 Op grond van welke interesse(s) komt u deze tentoonstelling bezoeken? (meerdere antwoorden mogelijk)
- 1a uit belangstelling voor fotografie.
 - 1b uit belangstelling voor de geschiedenis van Nederlands-Indie.
 - 2 uit belangstelling voor andere culturen.
 - 3 uit interesse voor musea in het algemeen.
 - 4 uit interesse voor de derde wereldproblematiek.
 - 5 omdat ik voor mijn school/studie een scriptie o.i.d. over dit onderwerp wil schrijven.
 - 6 uit nieuwsgierigheid.
 - 7 het lijkt me leerzaam voor mijzelf.
 - 8 het lijkt me leerzaam voor degenen (bijv. kinderen) die ik heb meegenomen.
 - 9 anders n.l.
- 6 Bent u sinds de heropening in september 1986 al eerder in dit museum geweest?
- | | |
|---------|----------------|
| 1 nooit | 4 3 t/m 5x |
| 2 1x | 5 6 t/m 9x |
| 3 2x | 6 10x of vaker |

- 7 Hoe vaak bezoekt u in het algemeen een museum?
- | | | | |
|---|-------------------------|---|-----------------------|
| 1 | behalve deze keer nooit | 5 | 6-11x per jaar |
| 2 | 1x per jaar | 6 | 1x per maand of vaker |
| 3 | 2-3x per jaar | 7 | 1x per week of vaker |
| 4 | 4-5x per jaar | | |
- 8 In welke van de onderstaande leeftijdsgroepen valt u?
- | | | | |
|---|-----------------------|---|-----------------------|
| 1 | tot en met 14 jaar | 5 | 35 tot en met 44 jaar |
| 2 | 15 tot en met 19 jaar | 6 | 45 tot en met 54 jaar |
| 3 | 20 tot en met 24 jaar | 7 | 55 tot en met 64 jaar |
| 4 | 25 tot en met 34 jaar | 8 | 65 jaar en ouder |
- 9 Wat is uw laatstgenoten voltooide schoolopleiding?
- 1 lager onderwijs.
 - 2 lager beroepsonderwijs (LTS, LEAO, huishoudschool, ambachtsschool).
 - 3 VGLO, (M)ULO, MAVO, 3-jarige HBS.
 - 4 Middelbaar beroepsonderwijs (MTS, UTS, middelbare huishoudschool, MEAO, KLOS)
 - 5 MMS, HAVO, HBS, Gymnasium, Atheneum.
 - 6 hoger beroepsonderwijs (HTS, HEAO, sociale academie, kweekschool, PA), MO, Universiteit of Hogeschool.
- 10 U bent
- | | |
|---|-----------|
| 1 | een man |
| 2 | een vrouw |
- 11 Waar woont U?
- | | |
|---|-------------------|
| 1 | Rotterdam |
| 2 | overige Rijnmond. |
| 3 | regio Den Haag. |
| 4 | elders n.l. |
- 12 Bent u in gezelschap van anderen hierheen gekomen?
- | | | | |
|---|----|---|-----|
| 1 | ja | 2 | nee |
|---|----|---|-----|
- 13 Indien u in gezelschap van anderen bent gekomen, wie zijn dat?
(meerdere antwoorden mogelijk)
- | | | | |
|---|--|---|----------------------------|
| 0 | ik ben alleen | 3 | familie/vrienden/kennissen |
| 1 | partner/echtgeno(o)t(e) | 4 | anders, n.l. |
| 2 | kind(eren), leeftijd van kind(eren): | | jaar |
- 14 Wanneer u in gezelschap bent van anderen die vandaag ook een zelfde vragenlijst invullen zou u dan de betreffende respondentnummers (zie bovenaan voorzijde van hun vragenlijst) hieronder willen invullen.
respondentnummer(s) van uw gezelschap:
-
- 15 Heeft u de hieronder genoemde tentoonstellingen, bij een eerder bezoek, gezien?
- | | | | | |
|---|-------------------------------|---|-------|--------|
| 1 | "In geuren en kleuren" | : | a. ja | b. nee |
| 2 | "Kunst uit een andere wereld" | : | a. ja | b. nee |
- 16 Bent u op de hoogte van het bij de tentoonstelling "Toekang Potret" horende lezingenprogramma?
- | | |
|---|-----|
| 1 | ja |
| 2 | nee |
- 17 Wist u dat er een catalogus ter gelegenheid van de tentoonstelling "Toekang Potret" is uitgegeven?
- | | |
|---|-----|
| 1 | ja |
| 2 | nee |

Geraadpleegde literatuur

- Centraal Bureau
voor de Statistiek Sociaal-culturele berichten 1989-2
cultuurparticipatie door de bevolking
uitkomsten aanvullend voorzieningen gebruik
onderzoeken 1979, 1983 en 1987
CBS Voorburg 1989
- Ganzeboom, H. en
Haanstra Museum en publiek
WVC Rijswijk 1989
- Ganzeboom, H. Cultuurdeelname in Nederland
Van Gorcum, Assen/Maastricht, 1989
- Intomart Qualitatief
B.V. Cultuurparticipatie
WVC Rijswijk 1989
- Leeuw, F. de en
Reijden, van der Marketing mits
Ministerie van WVC
Rijswijk 1989
- Lovelock, C.H. en
Weinberg Public and nonprofit marketing comes of
ages
Review of Marketing 1978, p.413-52
American Marketing Association Chicago 1978
- Meyden, R.R. van der
Ploeg, J. Acht jaar publieksonderzoek in
Rotterdam
Pijnacker, 1983
- Mohrs, J. Turks Kind
(Publieksonderzoek Museum voor Volkenkunde
Rotterdam)
Rotterdam, 1982
- Mohrs, J. Islam, een levenswijze
(Publieksonderzoek Museum voor Volkenkunde
Rotterdam)
Castricum, 1983
- Ranshuysen, L. Publieksgericht tentoonstellingen maken in het
Museum voor Volkenkunde Rotterdam
Rotterdam 1989
- Veldkampmarkt-
onderzoek bv "Spoor der Irokezen"
(Publieksonderzoek Museum voor Volkenkunde
Rotterdam)
Amsterdam, 1979