

JOKE VAN GEMERDE

EINDPROJECT REINWARDT ACADEMIE

"WAT ZIJN DE OPVATTINGEN VAN MUSEUMMEDEWERKERS OVER  
PUBLIEKSONDERZOEK".

EEN ANALYSE VAN ZESTIEN INTERVIEWS

DE PLAATS VAN PUBLIEKSONDERZOEK IN MUSEA

Inbreng voor het Bestuurscomité

1990

Best een computerprogramma is ontwikkeld voor de  
aanleg van het netwerk van de gemeente.

Deze uitgaven zijn het gevolg van:

Juni van 1990

### Boekmanstichting - Bibliotheek

Herengracht 415 - 1017 BP Amsterdam  
telefoon: 24 37 36 / 24 37 37 / 24 37 38 / 24 37 39

De uitleentermijn bedraagt een maand. Mits tijdig  
aangevraagd is verlenging met een maand moge-  
lijk, tenzij de publikatie inmiddels is besproken.

De uitleentermijn is verstreken op:

|              |             |
|--------------|-------------|
| 19 OKT. 1990 | 2. 1991     |
| 23 JUNI 1991 | 1. 1991     |
| 30 OKT. 1991 | 24 MEI 1996 |
| 10 DEC. 1991 | 21 juni     |
| 20 FEB. 1992 | 25 10/0     |
| 19 MEI 1992  | 1 NOV. 2000 |
| 15 FEB. 1993 |             |
| 31 MEI 1993  |             |
| 6 april      |             |
| 12 mei       |             |

INHOUDSOPGAVE

Inleiding.....3

Hoofdstuk 1 .....6

Opzet en uitwerking van het onderzoek

Hoofdstuk 2.....9

Wat voor ervaring hebben de geïnterviewden opgedaan met publieksonderzoek dat buiten het eigen museum gedaan is?

Hoofdstuk 3.....13

Als er geen publieksonderzoek heeft plaatsgevonden, wat zijn daar dan de redenen voor?

Hoofdstuk 4 .....14

Wie zijn de uitvoerders van publieksonderzoek?

Hoofdstuk 5.....19

Wie zijn contactpersoon binnen het museum en tussen het museum en de onderzoekers?

Hoofdstuk 6.....22

Is er sprake van overleg tussen de museummedewerkers onderling en tussen museum en onderzoekers?

Hoofdstuk 7.....26

Hoe zit het met de financiële kant van publieksonderzoek?

Hoofdstuk 8.....28

Wat voor wensen heeft met op het gebied van publieksonderzoek?

Hoofdstuk 9.....33

Zijn er concrete plannen voor de nabije toekomst?

Hoofdstuk 10.....35

Welke eisen stelt men aan publieksonderzoek?

Hoofdstuk 11.....38

Wat denkt men met de resultaten van publieksonderzoek te kunnen doen?

Hoofdstuk 12.....45

Wat is de houding van de geïnterviewden ten opzichte van publieksonderzoek?

Hoofdstuk 13.....51

Conclusies

Hoofdstuk 14.....55

Aanbevelingen

Geraadpleegde literatuur.....58

Bijlage 1: de lijst met namen van de geïnterviewden.....61

Bijlage 2: de lijst van publieksonderzoek dat gedaan is in de musea waar de geïnterviewden werkzaam zijn.....62

Bijlage 3: de interviews.....65

## VOORWOORD

In de geschiedenis van de Nederlandse musea zijn een aantal ontwikkelingen te zien. Is het museum aanvankelijk een "kunstpaleis" voor de beter bedeeden, gaandeweg vindt het idee, dat cultuur meer is dan alleen kunst en dat deze cultuur niet alleen dient ter vermaak van de rijken steeds meer ingang: "cultuur is voor iedereen". Men gaat zich steeds bewuster richten op het grote publiek, er ontstaan educatieve diensten. Vooral in de jaren zestig staat de sociaal-emancipatorische gedachte centraal, volksopvoeding en cultuurspreiding zijn veelgehoorde termen. De laatste jaren is de publieksgerichte tendens nog steeds aanwezig, de invalshoek echter verschuift: van educatief naar recreatief.

Een belangrijk instrument bij de verwezenlijking van een publieksgericht beleid is het doen van publieksonderzoek. Als student van de Reinwardt Academie kom je natuurlijk in aanraking met dit verschijnsel, sommigen van ons -waaronder ik- hebben zelf publieksonderzoek gedaan in musea.

Ik begon me, tijdens mijn studie, wel steeds meer af te vragen "hoe het nou zat" met publieksonderzoek in de Nederlandse musea. Ziet men er iets in, kan men er mee uit de voeten? Of vindt men onderzoek meer iets voor wetenschappers? Hoe is publieksonderzoek ingeburgerd?

Er was maar één manier om hierachter te komen: te gaan praten met de mensen, die er werken.

## INLEIDING

### 1. Musea en publieksonderzoek

Over de geschiedenis van publieksonderzoek in de Nederlandse musea is eigenlijk niets geschreven. Ik zal hieronder proberen er in het kort een reconstructie van te geven.

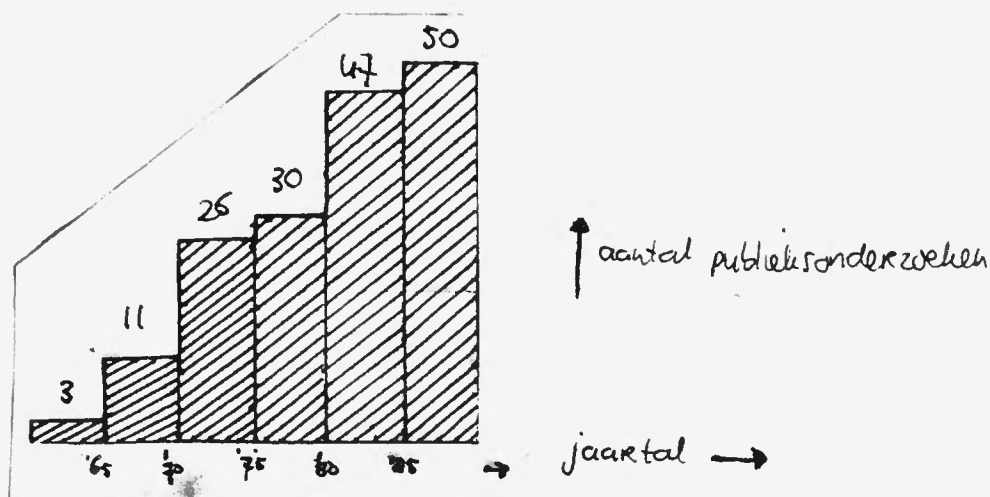
Het allereerste publieksonderzoek dat in een Nederlands museum gedaan werd vond plaats in 1953 (publicatie in 1955). Dat onderzoek werd uitgevoerd door Gerard van der Hoek (Hoofd Educatieve Dienst van het Rijksmuseum) in het Haags Gemeentemuseum. Op mijn vraag wat de aanleiding vormde om dit onderzoek uit te voeren antwoordde de heer van der Hoek: "Het onderzoek vond plaats in de na-oorlogse periode, toen de gedachte opkwam, dat cultuur voor iedereen toegankelijk moest zijn. We wilden wel eens weten welke "iedereen" het museum bezocht. Het bleek dat de bezoekers voor het grootste deel hoger opgeleiden waren."

In de tijd, die hierop volgde vinden er mondjesmaat publieksonderzoeken plaats. "Men keek niet echt naar elkaar, het leek wel of men steeds opnieuw het wiel wilde uitvinden", aldus Ger van Wengen (Hoofd Educatieve Dienst in het Rijksmuseum voor Volkenkunde), die het allemaal vanaf het begin heeft meegemaakt.

In de loop van de jaren zeventig begint het doen van publieksonderzoek enigszins op gang te komen. De cursus, die de Nederlandse Museumvereniging in 1978 over publieksonderzoek organiseerde getuigt van de toenemende belangstelling.

De laatste tien à vijftien jaar bestaat er tevens belangstelling van de kant van studenten-onderzoekers in spe die regelmatig zelf het initiatief nemen tot het doen van publieksonderzoek en zich aanbieden aan musea.

Het onderstaande staafdiagram geeft een gunstig beeld, alleen ligt het absolute aantal publieksonderzoeken vrij laag.



Een rekensommetje: over een periode van 36 jaar, gerekend over alle Nederlandse musea (zo'n kleine 800 op dit moment) hebben er iets minder dan 200 publieksonderzoeken plaatsgevonden. Grof gezegd: Het Nederlandse museum heeft een gemiddelde van nog geen 0,01 publieksonderzoek per jaar.

Dit lijkt erop te wijzen dat het doen van publieksonderzoek nog niet bepaald ingeburgerd is bij de Nederlandse musea.

Dit concludeert ook A. Seret ook in het boekje "Museum Open". Hij vroeg tijdens de cursus "Museum Open" aan de deelnemers (museum-medewerkers) om voor het eigen museum na te gaan wat voor publieksonderzoek er de laatste jaren gedaan was, met welke bedoeling en wat er in de praktijk met de onderzoeksresultaten was gebeurd. Het bleek dat veel onderzoek met "de natte vinger" gedaan werd en dat onderzoeksresultaten vaak ongebruikt bleven. "Op enkele uitzonderingen na konden maar weinig cursisten met een succes-verhaal uit de bus komen" (A. Seret, Museum open, pagina 145). Ook Ger van Wengen signaleert het gebrek aan kennis over de museumbezoekers: "Over de samenstelling van de bezoekers, over de motivatie van deze mensen om het museum te bezoeken is overigens nog veel te weinig bekend. Evenmin zijn we goed op de hoogte van de manier waarop deze bezoekers reageren op datgene waarmee wij hen in onze musea confronteren. Komt naar de bezoekers over wat wij met onze museumopstellingen willen laten zien? Is de begeleiding bij die opstellingen -teksten, illustraties, catalogi, dia's, films, etc.- zodanig dat het publiek voldoende informatie krijgt over het tentoongestelde? Resulteren presentatie en begeleiding in een emotionele betrokkenheid van de bezoeker bij het-geen het museum hen laat zien? Allemaal vragen waarmee men in de museumwereld, ondanks enkele onderzoekingen, die reeds gedaan zijn, nu nog betrekkelijk slecht raad weet en waarop men een zo goed mogelijk antwoord moet zien te krijgen, wil men het publiek blijvend voor het museum interesseren. We zijn daarbij vooral geïnteresseerd in de samenstelling, het wensenpakket en het reactiepatroon van de individuele bezoeker" (Ger van Wengen, Educatief werk in musea, Groningen 1975, pag. 49).

Thea van Eijnsbergen (Verkennend onderzoek onder de musea in Nederland, pag. 207) en van Puffelen signaleren eveneens een gebrek aan goede informatie over de wensen en voorkeuren van (eventuele) bezoekers. "En juist hierop zou men het wervings- en presentatiebeleid moeten baseren!", aldus van Puffelen (Marketing in de culturele sector, pag. 99).

Redenen te over dus, om eens wat dieper in te gaan op de plaats, die publieksonderzoek inneemt in musea.

## 2. De verschillende vormen van publieksonderzoek

Publieksonderzoek in de ware zin van het woord betekent eigenlijk: onderzoek naar de samenstelling van het publiek. Er wordt dan gevraagd naar demografische gegevens, zoals bijvoorbeeld geslacht, leeftijd, opleiding, woonplaats etc.

Hiernaast bestaat ook het zogenaamde evaluatieonderzoek. Binnen evaluatieonderzoek onderscheidt men een tweetal vormen, namelijk: de summatieve en de formatieve evaluatie.

Summatief evaluatieonderzoek vindt plaats als de tentoonstelling (of het project) gereed is, na de ontwikkelings- en de bouwfase.

Formatieve evaluatie vindt plaats tijdens de ontwikkeling of uitvoering van een tentoonstelling of een project. Het nut van formatief evalueren is dat het mogelijk is veranderingen/aanpassingen aan te brengen voordat de tentoonstelling open gaat of het project gaat lopen.

Summatief en formatief evaluatieonderzoek verschillen niet alleen wat betreft het tijdstip, waarop het onderzoek plaatsvindt, maar

ook wat betreft de categorieën van vragen waarop het onderzoek antwoord kan geven. Met behulp van summatief evaluatieonderzoek kunnen bijvoorbeeld vragen naar bezoekersaantallen en bezoekerssamenstelling beantwoord worden, maar ook vragen, die betrekking hebben op het effect van de educatieve begeleiding.

Het nadeel van summatief evaluatieonderzoek is dat de resultaten niet meer gebruikt kunnen worden voor de tentoonstelling waarbij het onderzoek heeft plaatsgevonden. Of de resultaten generaliseerbaar zijn, dat wil zeggen of ze ook voor andere tentoonstellingen gelden, is nog maar de vraag.

Formatief evaluatieonderzoek kan antwoord geven op vragen als: "Wat is de beste manier om een verhaal te vertellen?", "Zijn bepaalde modellen duidelijk?" of "Wat is de meest overzichtelijke indeling voor de bezoekers?" etc.

Formatief evaluatieonderzoek moet wel zodanig in de tijdsplanning ingepast worden, dat de resultaten nog bij de totstandkoming van de tentoonstelling gebruikt kunnen worden. Daarnaast is er geld en ruimte nodig voor proefopstellingen.

In het Museum of Natural History in Londen wordt veel gebruik gemaakt van formatief evaluatieonderzoek. Voordat een presentatie gerealiseerd wordt, worden er eerst verschillende ontwerpen getest op "proefbezoekers", waarbij gekeken wordt welk ontwerp het duidelijkst/begrijpelijkst is en dat wordt dan uiteindelijk uitgevoerd. Hiermee wordt voorkomen dat er leuke, dure, maar onbegrijpelijke elementen in de presentatie opgenomen worden.

Vrijwel alle onderzoeken, die in de Nederlandse musea gedaan worden en die men in de wandelgangen publieksonderzoek noemt, gaan eigenlijk een stapje verder dan publieksonderzoek (in de ware zin van het woord) en begeven zich tevens op het terrein van evaluatieonderzoek. Ik zal in mijn scriptie eveneens het woord "publieksonderzoek" oneigenlijk gebruiken voor alle vormen van onderzoek, die hierboven beschreven zijn en alle combinaties hiervan.

HOOFDSTUK 1  
OPZET EN UITWERKING VAN HET ONDERZOEK

Doel- en probleemstelling

De doelstelling luidt:

Inzicht krijgen in de opvattingen van museummedewerkers over  
 publieksonderzoek

De probleemstelling is:

Wat zijn de opvattingen van museummedewerkers over publieks-  
 onderzoek?

Wijze van onderzoeken

Het onderzoek is gedaan aan de hand van ongestructureerde inter-  
 views, waarbij een aantal -vooraf vastgestelde- aspecten van pu-  
 blieksonderzoek aan bod diende te komen. Hieronder volgt een  
 schema, waarin deze aspecten zijn opgenomen.

A. ERVARINGEN MET PUBLIEKSONDERZOEK:

-buiten het eigen museum (hoofdstuk 2)

-binnen het eigen museum — als er geen publieksonderzoek  
 heeft plaatsgevonden, waarom  
 dan niet? (hoofdstuk 3)

als er wel publieksonderzoek is gedaan:

-wie heeft dat onderzoek uitgevoerd? — -iemand van het  
 museum zelf  
 (intern)?  
 -derden (extern)?  
 (hoofdstuk 4)

-wie was daarbij coördinator/contactpersoon? (hoofdstuk 5)

-was er sprake van overleg, zowel tussen de museummedewer-  
 kers onderling als tussen museum en onderzoekers (hoofdstuk  
 6)

-hoe zit het financieel? (hoofdstuk 7)

B. TOEKOMST:

-Wat zijn de wensen met betrekking tot publieksonderzoek?  
 (hoofdstuk 8)

-zijn er concrete plannen voor de nabije toekomst?  
 (hoofdstuk 9)

C. MENINGEN OVER PUBLIEKSONDERZOEK:

-welke eisen stelt men aan publieksonderzoek? (hoofdstuk 10)

-wat denkt men met de resultaten van publieksonderzoek te  
 kunnen doen? (hoofdstuk 11)

-hoe staat men ten opzichte van publieksonderzoek?  
 Positief, neutraal dan wel negatief? (hoofdstuk 12)



## De steekproef

Voor dit onderzoek zijn zestien museummedewerkers geïnterviewd. Hoe is de keuze van deze mensen tot stand gekomen?

Ik heb gebruik gemaakt van de inventarisatie van in Nederlandse musea gedaan publieksonderzoek, die gemaakt is door Harry Ganzeboom en Folkert Haanstra in het kader van hun onderzoek naar de ontwikkelingen in publiek en publieksbenadering in de Nederlandse musea in opdracht van het ministerie van W.V.C..

De musea, die op deze lijst voorkomen heb ik in twee categorieën verdeeld: onder categorie A vallen de musea, waar vaker dan twee keer publieksonderzoek is gedaan. De musea, waar vaker dan twee keer onderzoek heeft plaatsgevonden, maar dan voor 1984 (dus langer dan vijf jaar geleden) vallen buiten deze categorie. Onder categorie B vallen de musea, waar slechts één of twee keer publieksonderzoek heeft plaatsgevonden en de musea, waar vaker dan twee keer, maar dan voor 1984, onderzoek gedaan is. In categorie C zitten de musea, die niet op de bovengenoemde inventarisatie voorkomen en waarvan dus kon worden aangenomen, dat daar nog nooit publieksonderzoek heeft plaatsgevonden.

Uit categorie A (bestaande uit 13 musea) heb ik willekeurig zes musea gekozen en uit categorie B (bestaande uit 66 musea) zeven. Daarnaast heb ik -ook willekeurig- drie musea uit categorie C gekozen.

Ik denk, dat er een zodanige keus gemaakt is, dat er een redelijk duidelijk beeld kan ontstaan van de plaats, die publieksonderzoek in musea inneemt: Er komen musea aan bod waar wat vaker aan publieksonderzoek is gedaan (categorie A) en musea waar er één of twee keer, dus meer incidenteel, onderzoek gedaan is (categorie B). Als je wilt kijken naar de plaats, die publieksonderzoek inneemt in musea, zijn de musea waar wel publieksonderzoek gedaan is natuurlijk het meest interessant. Ter volledigheid zijn tevens een klein aantal musea uitgekozen, waarvan aangenomen kon worden dat daar nog nooit publieksonderzoek had plaatsgevonden.

Bij elk uitgekozen museum heb ik nagevraagd, wie daar het meest betrokken is geweest bij publieksonderzoek, wie normaliter als contactpersoon fungeert, zowel binnen het museum als naar buiten toe. Deze personen heb ik geïnterviewd. Tijdens het interviewen zijn vele aspecten van publieksonderzoek aan de orde gekomen.

## De indeling van het onderzoeksrapport

Om dit onderzoeksrapport enigszins overzichtelijk te houden wordt per hoofdstuk een aspect van publieksonderzoek belicht (Zie schema "aspecten"). Het nadeel van deze indeling is dat het totaalbeeld per geïnterviewde museummedewerker (en dus per museum) een beetje naar de achtergrond verdwijnt. Daarom zijn achterin de uitgeschreven interviews opgenomen (Zie bijlage 3). De dingen, die zijn gezegd over onderwerpen, die niet met publieksonderzoek samenhangen, heb ik daarbij weg gelaten.

De lijst van de geïnterviewde museummedewerkers is opgenomen als bijlage (bijlage 1) evenals de lijst van publieksonderzoek dat in

de betrokken musea gedaan is (bijlage 2). Verder wil ik opmerken dat ik bij het schrijven van dit rapport alleen kon afgaan op hetgeen tijdens de interviews is gezegd. Of dat wat daar gezegd en opgemerkt is ook in de praktijk tot uitdrukking komt kan ik vanuit mijn positie niet beoordelen.

N.B.

In de loop van het onderzoek bleek dat hetgeen uit de interviews naar voren kwam niet alleen duidelijk maakte wat de mening van de museummedewerkers is over publieksonderzoek, maar ook een beeld geeft van de plaats, die publieksonderzoek in musea inneemt. Omdat het laatste minstens even interessant is, heb ik dit eveneens in de conclusies en aanbevelingen verwerkt.

## HOOFDSTUK 2

WAT VOOR ERVARING HEBBEN DE GEINTERVIEWDEN OPGEDAAN MET PUBLIEKSONDERZOEK, DAT GEDAAN IS BUITEN HET EIGEN MUSEUM?

## Inleiding:

In dit hoofdstuk wil ik een aantal zaken behandelen, die wel betrekking hebben op publieksonderzoek, maar los staan van het eigen museum, namelijk:

1. de eerste kennismaking met publieksonderzoek
2. het meewerken aan publieksonderzoek buiten het eigen museum
3. het lezen van rapporten van publieksonderzoek, dat gedaan is buiten het eigen museum.

1. De eerste kennismaking met publieksonderzoek

Een redelijk aantal geïnterviewde museummedewerkers hebben kennis gemaakt met het verschijnsel publieksonderzoek tijdens hun studie. Jan Sas van het Maritiem Museum te Rotterdam kwam er bijvoorbeeld mee in aanraking tijdens zijn studie sociale psychologie. Hij was een student van E. Temme, zelf een bekend onderzoeker. E. Temme heeft o.a. meegewerkt aan twee publieksonderzoeken die uitgevoerd zijn in het Rijksmuseum te Amsterdam, getiteld "Tot lering en vermaak" en "Het Vaderlands gevoel", in respectievelijk 1978 en 1979.

Chris Will van het Museum Boymans -van Beuningen te Rotterdam maakte tijdens zijn studie kunstgeschiedenis kennis met publieksonderzoek: "Bij vakdidactiek kwam o.a. een onderzoek van Folkert Haanstra naar voren."

Slechts een klein aantal geïnterviewde museummedewerkers maakte pas kennis met publieksonderzoek toen ze in hun huidige betrekking tewerkgesteld werden. Een van hen is mevrouw van de Kieft van het Amsterdams Historisch Museum: "Dat was in '78, toen ik hier kwam werken."

Er zijn ook museummedewerkers die zich niet meer precies kunnen herinneren wanneer de eerste kennismaking met publieksonderzoek plaatsvond. Dit zijn over het algemeen de mensen die al wat langer meedraaien in de museumwereld.

Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde te Leiden vertelde nu al zo'n vijftien à twintig jaar met publieksonderzoek geconfronteerd te worden. "Een goede collega van mij deed één van de eerste publieksonderzoeken in Nederland, Gerard van der Hoek. Dat onderzoek heette "Bezoekers nader bekeken", aldus van Wengen.

Dan van Golberdinge van de Commanderie van St. Jan te Nijmegen is ooit naar een cursus over publieksonderzoek geweest. Deze cursus werd georganiseerd door de Nederlandse Museumvereniging. "Maar dat is al vrij lang geleden", vertelt hij "in 1978."

2. Het meewerken aan publieksonderzoek buiten het eigen museum

Er is een (klein) aantal geïnterviewde museummedewerkers dat zelf op de een of andere manier bij publieksonderzoek buiten het eigen museum betrokken zijn geweest.

Hierboven noemde ik al Chris Will die tot de geënquêteerden behoorde tijdens een publieksonderzoek dat in het van Abbemuseum werd uitgevoerd. Anderen hebben ooit zelf onderzoek gedaan:

Jan Sas van het Maritiem Museum is bijvoorbeeld afgestudeerd op een publieksonderzoek dat uitgevoerd is in het Rijksmuseum te Amsterdam in 1984 onder de titel: "t Wandelpapier".

De heer Duizer van het NINT heeft onderzoek gedaan in een ontwikkelingsland tijdens zijn studie (geografie met als bijvak Methoden en Technieken).

Ook mevrouw van Leeuwen van het Mauritshuis in Den Haag heeft tijdens haar studie (kunstgeschiedenis) publieksonderzoek gedaan. "Dat was een onderzoek naar wat publiek opstak van een tentoonstelling", aldus mevrouw van Leeuwen (Groninger Museum, "porselein", 1980).

### 3. Het lezen van rapporten van publieksonderzoek dat gedaan is buiten het eigen museum.

De meest museummedewerkers hebben in totaal slechts twee of drie rapporten gelezen van publieksonderzoek dat gedaan is buiten het eigen museum. Over het algemeen is men ook niet op de hoogte van de publieksonderzoeken, die bij andere musea worden gedaan. De rapporten die men wel leest krijgt men meestal van bevriende collega's. De heer Staal van het Catharijneconvent te Utrecht zegt hierover: "Een enkele keer krijg je wel eens iets van een collega, maar dat is echt een enkele keer."

Aik Meeuse van het Tropenmuseum te Amsterdam: "Ik heb het onderzoek van Nederland Museumland gelezen en dat van de stichting "Museumjaarkaart", maar wat betreft recente onderzoeken, ach laat ik eerlijk wezen, daar komt het niet van."

Een enkele keer vraagt men zelf een onderzoeksrapport op, maar dit gebeurt alleen als men "toevallig" van het bestaan van het onderzoek in kwestie af weet, bijvoorbeeld van een bevriend collega. mevrouw van de Kieft van het Amsterdams Historisch Museum zegt hierover: "Het rapport van het Kohnstamm Instituut over Educatief Werk heb ik gelezen, daar komt een vervolg op en dat zal ik ook zeker lezen. En verder moet ik zeggen dat het een beetje is wat op mijn pad komt. De onderzoeken van het Rijksmuseum heb ik allebei opgevraagd en gelezen."

Later tijdens het interview vertelt ze me dat ze met Pieter van der Heijden (wetenschappelijk medewerker van de educatieve afdeling van het Rijksmuseum), in een overleg zit voor Educatief Medewerkers (een sub-afdeling van de Nederlandse Museumvereniging, Sectie Educatieve Diensten) en op deze wijze van het onderzoek gehoord heeft.

Chris Will van het Museum Boymans -van Beuningen heeft een rapport van het van Abbemuseum ("Ooghoogte", E. van Megen & L. Puts, 1986) opgevraagd omdat hij toevallig een bezoek bracht aan het museum terwijl er geënquêteerd werd en hij tot de geënquêteerden behoorde.

Twee geïnterviewde museummedewerkers, namelijk Wilma van Leur van het Verzetsmuseum te Amsterdam en de heer Bloemhof van het Natuurmuseum te Enschede zeggen nog nooit rapporten te hebben gelezen van publieksonderzoek dat gedaan is buiten het eigen museum. Wilma van Leur zegt hierover: "Ik heb nog maar één keer een onderzoeksrapport gelezen, dat was van een onderzoek dat hier is gedaan."

Maarten Bertheux van het Stedelijk Museum heeft zelfs nog niet eens alle onderzoeksrapporten, van onderzoek dat gedaan is in zijn eigen museum, gelezen:

"Het rapport van het onderzoek over La Grande Parade heb ik gelezen, de rest niet. Die heb ik misschien wel gezien, maar niet bestudeerd."

Er zijn wel museummedewerkers (hoewel niet veel) die iets aktiever zijn dan de rest op het gebied van het lezen van rapporten van onderzoek dat gedaan is buiten het eigen museum.

Jan Sas heeft vroeger gestudeerd bij E. Temme en veel van zijn vroegere medestudenten hebben publieksonderzoek gedaan. De twee meest recente publieksonderzoeken die gedaan zijn bij het Rijksmuseum te Amsterdam zijn bijvoorbeeld door ex-medestudenten van hem uitgevoerd. "Van hen krijg ik altijd de onderzoeksrapporten toegestuurd", aldus Jan Sas. Soms vraagt hij ook rapporten op. Ger van Wengen is ook vrij aktief in het lezen van onderzoeksrapporten. Hij is vooral erg geïnteresseerd in de onderzoeken van de Amerikaanse onderzoeker Chen Screven, waarmee hij in de C.E.C.A. (International Committee for Education and Cultural Action) heeft gezeten.

De heer Duizer van het NINT te Amsterdam leest zeer veel rapporten van publieksonderzoek. Hij wil namelijk in de nabije toekomst zelfstandig publieksonderzoek gaan doen en hij is zich nu aan het oriënteren. De bibliotheek van de Reinwardt Academie is voor hem een bron van informatie. "Waar ik literatuur over publieksonderzoek vindt en voorbeelden daarvan", aldus de heer Duizer.

De heer van den Oord van het Rijksmuseum Vincent van Gogh te Amsterdam is een aktief lezer: "Ja hoor, ik hou ze wel bij, het N.B.T. (Nederlands Bureau voor Toerisme) stuurt materiaal en ik lees Adformatie, waar ook een heleboel van dit soort dingen in staan."

### Terugblik

Uit het bovenstaande wordt duidelijk dat er grote verschillen zijn tussen de geïnterviewde museummedewerkers op het gebied van "ervaring met publieksonderzoek buiten het eigen museum". Over het algemeen valt op te merken dat de meeste museummedewerkers niet aktief zijn in het lezen van onderzoeksrapporten van publieksonderzoek dat niet in het eigen museum is gedaan.

Dit is m.i. niet alleen te wijten aan desinteresse, maar ook aan het feit dat men niet bekend is met de publieksonderzoeken die in andere musea plaatsvinden, tenzij men mensen kent die in het betreffende museum werken.

Het zou ideaal zijn als er een soort databank zou komen, vrij toegankelijk voor iedere geïnteresseerde, waar alle rapporten van

publieksonderzoek (mits het betrokken museum daar toestemming voor geeft) in opgeslagen zijn, gerangschikt onder verschillende ingangen. Hierbij denk ik bijvoorbeeld aan de ingangen "onderzoeker(s)", "naam van het museum waar het publieksonderzoek heeft plaatsgevonden" en "onderwerp publieksonderzoek". Een dergelijke databank zou bijvoorbeeld geplaatst kunnen worden in de bibliotheek van de Boekmanstichting of de Reinwardt Academie.

### HOOFDSTUK 3

## ALS ER GEEN PUBLIEKSONDERZOEK HEEFT PLAATSGEVONDEN, WAT ZIJN DAAR DAN DE REDENEN VOOR?

### Inleiding

In het kader van dit onderzoek wilde ik ook een drietal personen interviewen, die werkzaam zijn in musea, waar geen publieksonderzoek heeft plaatsgevonden.

Om aan deze drie gewenste personen te komen, heb ik drie musea gekozen, die niet in de inventarisatie van Harry Ganzeboom (Zie hoofdstuk 1 Opzet en uitwerking van het onderzoek) voorkomen en waarvan dus aangenomen kon worden dat daar geen publieksonderzoek heeft plaatsgevonden. Deze musea zijn: het Anne Frank Huis in Amsterdam, het Verzetsmuseum in Amsterdam en het Mauritshuis in Den Haag.

Tot mijn grote verbazing bleek dat er in twee van de drie musea wel degelijk publieksonderzoek heeft plaatsgevonden. In het Anne Frank Huis doet men zelfs regelmatig aan onderzoek. In het het Verzetsmuseum heeft er tot nu toe één publieksonderzoek plaatsgehad. Alleen in het Mauritshuis is nog nooit een publieksonderzoek gedaan. Factoren die hierbij een rol spelen zijn o.a. de financiële situatie van het museum (er is geen vast budget voor publieksonderzoek), het feit dat er niemand is die zich sterk maakt voor publieksonderzoek uit hoofde van zijn/haar functie: er is namelijk geen publiciteitsmedewerk(st)er of een medewerk(st)er Educatieve Begeleiding. Dit soort taken worden nu nog door de conservatoren gedaan. Er zijn op dit moment wel plannen voor het creëren van een P.R.-functie. Verder speelt mee dat het museum vijf jaar gesloten is geweest wegens een verbouwing. In 1987 was de verbouwing voltooid en is men weer open gegaan.

### Terugblik

Het feit dat bij twee van de drie musea, die niet op de lijst van Harry Ganzeboom staan, wel onderzoek heeft plaatsgevonden, zou erop kunnen wijzen dat er in Nederland meer publieksonderzoeken zijn gedaan dan men op dit moment denkt. Het lijkt me nuttig dit verder te onderzoeken.

## HOOFDSTUK 4 WIE VOEREN DE PUBLIEKSONDERZOEKEN UIT?

### Inleiding

In dit hoofdstuk wil ik verschillende categorieën van onderzoekers onderscheiden en nagaan hoe vaak deze categorieën voorkomen. Vervolgens zal ik ingaan op de voor- en nadelen van elk van deze categorieën.

Ik wil de volgende drie soorten onderzoekers onderscheiden:

1. onderzoekers die in het museum zelf werkzaam zijn en zonder hulp van "derden" zelfstandig onderzoek doen, het zogenaamde onderzoek "in huis".
2. studenten/stagiaires.
3. onderzoeksbureau's/ externe onderzoekers.

### 1. Onderzoek "in huis"

Hoewel niet vaak (slechts bij twee musea) komt het voor dat onderzoek "in huis" wordt gedaan, d.w.z. zonder hulp van derden. Jan Sas van het Maritiem Museum te Rotterdam doet regelmatig zelf onderzoek. Hij maakt de onderzoeksopzet, deelt zelf de enquêteformulieren uit of laat dat doen door suppoosten en verwerkt daarna zelf de gegevens. Het doen van onderzoek staat in zijn functieomschrijving.

Naast onderzoek, dat uitbesteed wordt aan commerciële onderzoekers, doet de Educatieve Dienst van het Anne Frank Huis ook regelmatig zelf onderzoek. "De huidige onderzoekjes doen we zelf", aldus Anja van 't Hoenderdaal.

Het NINT heeft plannen om in de toekomst ook onderzoek "in huis" te gaan doen. Zij zijn zich daar op dit moment nog op aan het oriënteren.

Naast het feit dat voor het doen van onderzoek "in huis" de noodzakelijke kennis in huis aanwezig moet zijn kost dergelijk onderzoek ook veel mankracht, met name in de uitvoerende fase: het daadwerkelijke enquêteren/observeren.

Het laten uitdelen van enquêteformulieren door suppoosten blijkt niet altijd goed uit te pakken. Jan Sas zegt dat hij daar niet helemaal tevreden over is: "Je hebt te maken met een te grote wisseling van mensen die de enquêtes uitdelen."

Bij het Museum voor Land- en Volkenkunde te Rotterdam is er in het verleden ook een onderzoek gedaan (de opzet was gemaakt door een officieel bureau) waarbij de suppoosten ingezet werden om te enquêteren. "Dat was geen onverdeeld succes nee!. Tijdens het onderzoek dat momenteel uitgevoerd wordt laten we opnieuw suppoosten enquêteren. Ik moet er wel bij vertellen dat we sinds de heropening (1986) veel met dienstweigeraars werken en die hebben een andere opleiding dan de suppoosten "oude stijl", dat waren afgekeurde lagere ambtenaren. Nu gaat het vrij goed met het enquêteren", aldus Margreet Arceaux.



## 2. Onderzoek gedaan door studenten

De meeste onderzoeken (ongeveer driekwart van het totaal) werden uitgevoerd door studenten. Dit zijn voornamelijk studenten van de H.E.A.O., de Universiteit (sociale schappen) of de Reinwardt Academie. In vrijwel alle gevallen boden de studenten zich zelf aan.

Aan onderzoek, dat gedaan wordt door studenten blijkt een groot nadeel te kleven, namelijk: de tijd die de studenten vrij kunnen maken voor het opzetten van het onderzoek met name voor de daadwerkelijk enquêteer- of observatiefase, moet meestal ingepast worden in het schoolprogramma.

Het spreiden van de enquêteer/observatiefase over een aantal perioden is dan nauwelijks mogelijk. Zoals Dan van Golberdinge van de Commanderie van St. Jan zegt: "Je bent afhankelijk van wanneer zij kunnen."

Bij het Natuurmuseum te Enschede kwam het zelfs voor dat door de H.E.A.O.-studenten, die daar een publieksonderzoek aan het uitvoeren waren, alleen op werkdagen werd geënuêteerd en niet in het weekend. De heer Bloemhof: "We willen de resultaten nu niet meer gebruiken voor eventuele sponsors, wat eigenlijk wel het plan was, want je kunt nu niet meer van een representatief onderzoek spreken."

Dit laatste voorbeeld is mijns inziens niet representatief voor de onderzoeken die uitgevoerd worden door studenten. Een situatie waarin studenten niet kunnen (of willen) enquêteren in het weekend of vakanties kwam naar mijn nergens anders voor.

Over de kwaliteit van de onderzoeken, die gedaan worden door studenten zijn de meningen verdeeld: een deel van de museummedewerkers is er zeer tevreden over, een ander deel staat er onverschillig tegenover of oordeelt negatief.

De kritiek van deze laatste groep is voornamelijk gericht op het feit dat ze de vraagstelling van de vragenlijsten, waarop de resultaten van het onderzoek worden gebaseerd, niet goed vinden. Over een publieksonderzoek, dat recentelijk is uitgevoerd in het Verzetsmuseum, merkt Wilma van Leur op: "Er stonden vragen in als: Wat vindt u van de sfeer? Met zo'n vraag kun je toch niets doen!"

Het komt ook voor dat men een onderzoek, dat uitgevoerd wordt door studenten, niet helemaal serieus neemt.

Mevrouw van de Kieft van het Amsterdams Historisch Museum zegt over een onderzoek dat daar momenteel wordt gedaan door Reinwardtstudenten: "Normaal gesproken komt een onderzoek in de stafvergadering, maar nu heb ik het alleen overlegd met de adjunct-directeur. Maar als er een serieus aanbod komt, of van de Universiteit of van de Reinwardt Academie of van een officieel bureau dan zal het zeker in de stafvergadering komen. Nu gebeurde dat niet, want het is meer een soort stage." Toch is ze niet volkomen negatief over het huidige onderzoek: "Natuurlijk hoop je dat je er ook iets aan hebt. Ze kwamen wel met een goed voorstel."

Er zijn een aantal museummedewerkers die, zoals ik boven al vermeldde, zeer positief staan ten opzichte van publieksonderzoeken die door studenten worden uitgevoerd. Aik

Meeuse van het Tropenmuseum te Amsterdam is bijvoorbeeld heel tevreden over de onderzoeken die studenten in het Tropenmuseum hebben gedaan. Opgemerkt dient te worden dat Aik Meeuse vooraf met de studenten overlegt wat de medewerkers van het Tropenmuseum onderzocht willen hebben. In een latere fase neemt hij ook de vragenlijsten, behorende bij het onderzoek, nog eens met de studenten door en worden deze eventueel bijgesteld. Ook Margreet Anceaux van het Museum voor Land- en Volkenkunde te Rotterdam laat positieve geluiden horen over de studente van de Erasmus Universiteit, die daar op dit moment een publieksonderzoek aan het uitvoeren is: "Wat betreft de onderzoekstechnieken zit het wel goed met het huidige onderzoek." Ook zij voert zeer intensief overleg met de studente.

Het is dus mogelijk om, als museummedewerk(st)er, te bepalen of in ieder geval mede te bepalen wat er onderzocht moet worden en hoe dat dient te gebeuren (Zie hoofdstuk 7 Overleg in verband met publieksonderzoek).

Ondanks het feit, dat er hier en daar enige kritiek -al dan niet terecht- te horen was krijg ik de indruk dat de museummedewerkers het toch wel prettig vinden als studenten zich aanbieden om publieksonderzoek te doen. Zoals Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde zegt: "Als iemand hier onderzoek wil doen, laat hem in godsnaam zijn gang gaan, want wij hebben er misschien ook iets aan."

Een paar musea proberen bij tijd en wijle actief studenten te werven, met wisselend succes. Pieter van der Heijden van het Rijksmuseum te Amsterdam heeft het ook geprobeerd maar het is hem niet gelukt: "Vroeger lukte dat beter. De Reinwardt Academie doet alleen onderzoek in Leiden, voor psychologiestudenten is een museum vaak niet interessant."

Aik Meeuse had meer geluk. Net toen hij op het punt stond om de universiteit te bellen om te vertellen dat hij weer iemand nodig had, stuurde een student uit zichzelf een brief waarin hij aanbood om publieksonderzoek in het Tropenmuseum te doen.

Een paar museummedewerkers hebben zelfs een soort "vaste relatie" met bepaalde opleidingen.

In het Rijksmuseum voor Volkenkunde te Leiden wordt vrijwel ieder jaar een publieksonderzoek gedaan door Reinwardtstudenten. Naar een dergelijke situatie streefde ook de heer Duizer van het NINT te Amsterdam en met succes: "De relatie met de H.E.A.O. in Amsterdam zal permanent worden. Er zal elk jaar een student komen", aldus de heer Duizer.

### 3. Onderzoeken gedaan door onderzoeksbureau's/externe onderzoekers

De meeste geïnterviewde museummedewerkers vertellen dat ze geen geld (ervoor over) hebben om een officieel onderzoeksbureau in te schakelen. Toch is er in bijna de helft van de musea waar de geïnterviewde medewerkers werken wel eens een onderzoek gedaan door een bureau of betaalde onderzoekers.

Bij het Museum Boymans -van Beuningen te Rotterdam heeft de Dienst Gemeentelijke Musea in het verleden een aantal onderzoeken verricht. Het Anne Frank Huis heeft ooit een onderzoek laten doen door iemand van de schapswinkel, het Rijksmuseum door

ex-studenten van Elbert Temme, het Rijksmuseum Vincent van Gogh door een officieel onderzoeksbureau, evenals het NINT. Het Catharijneconvent te Utrecht zal in de toekomst in zee gaan met een commercieel onderzoeksbureau, waar het op dit moment al mee in onderhandeling is.

Over de onderzoeken, die gedaan zijn door officiële onderzoekers zijn de meningen onverdeeld positief. Pieter van der Heijden van het Rijksmuseum zegt over een onderzoek dat in 1987 gedaan is door A. Cavallaro, L. Derks en L. Puts over het effect van de educatieve begeleiding bij de tentoonstelling "kunst voor de beeldenstorm": "Ze kenden het museum goed, ze waren heel deskundig, ze kwamen ook niet aanzetten met voorstellen als: maak het museum vijf gulden goedkoper. Ze hadden feeling voor wat wel en wat niet zinnig is voor een museum."

Ook Anja van 't Hoenderdaal van het Anne Frank Huis is zeer positief over de resultaten van het onderzoek dat gedaan is door iemand van de schapswinkel: "Als we dit onderzoek niet hadden gehad dan hadden een aantal vernieuwingen die we wilden invoeren er heel anders uitgezien."

De keuze voor een bureau wordt meestal bepaald door het feit dat "iemand van het museum iemand van het bureau kent" en of men al ervaring heeft met het bureau/de onderzoekers.

De heer Staal van het Catharijneconvent vertelde over het bureau waar ze binnenkort mee in zee gaan: "Het is een persoonlijke relatie. De referentie was goed, ja, dat trek je toch na. Op zich hecht ik er wel waarde aan dat je de mensen kent."

Pieter van der Heijden zegt over de onderzoekers van de educatieve begeleiding van de tentoonstelling "Kunst voor de Beeldenstorm": "We hadden goede ervaringen met ze in het verleden."

Naar het schijnt komt het voor dat commerciële bureau's zich zelf aanmelden bij musea. Margreet Anceaux vertelde: "We hebben een aanbieding gehad van een bureau, dat bij een reeks van instellingen onderzoek doet naar de naambekendheid. Je kunt de resultaten kopen, dat zijn we wel van plan." (Dit is intussen ook inderdaad gebeurd.)

Ook mevrouw van Leeuwen van het Mauritshuis in Den Haag zegt aanbiedingen te krijgen: "We krijgen veel aanbiedingen van commerciële bureau's, ik heb een hele map vol!"

### Terugblik

Het wordt duidelijk dat er aan alle drie de mogelijkheden om onderzoek te laten uitvoeren voor- en nadelen zitten.

Als je onderzoek "in huis" (iets dat weinig voorkomt) doet betekent dat dat de kennis om een onderzoek op te zetten en uit te voeren in het museum aanwezig moet zijn. Verder is er het probleem van de mankracht, met name in de enquête- of observatiefase. Uit de problemen, die het laten uitdelen van enquêteformulieren door suppoosten opleverde, blijkt, dat voor "goed enquêteren" wel enige scholing vereist is. Daar staat tegenover dat je alles in eigen hand hebt.

De nadelen van onderzoek laten doen door studenten (wat het

meeste voorkomt) heb ik hierboven al aangegeven: de onderzoeksperiode moet meestal ingepast worden in het lesprogramma.

Het probleem dat studenten niet elk moment beschikbaar zijn is iets dat moeilijk te verhelpen valt, maar klachten over een slechte vraagstelling, die eveneens geuit zijn, zijn m.i. wel te verhelpen door van te voren goed te overleggen, door de onderzoeksopzet en de daarbijbehorende vragenlijsten goed door te nemen met de studenten. Dit vergt wel tijd en enig inzicht in het doen van publieksonderzoek. Tegenover dit alles staat het feit dat het laten doen van onderzoek door studenten goedkoop is. Meer dan onkosten hoeven er over het algemeen niet betaald te worden.

Wat betreft de derde mogelijkheid - onderzoek laten doen door een onderzoeksbureau of betaalde onderzoekers - valt op te merken dat alle geïnterviewden zeer positief klonken over de resultaten hiervan.

De keus voor een bureau wordt meestal bepaald door het feit dat "iemand van het museum iemand van het bureau kent" en of men al ervaring heeft met het bureau/de onderzoekers. Tegenover de goede resultaten staat dat het vrij kostbaar is om onderzoek uit te besteden aan commerciële onderzoekers.

## HOOFDSTUK 5

### WIE ZIJN CONTACTPERSONEN BINNEN HET MUSEUM EN TUSSEN MUSEUM EN ONDERZOEKERS

#### Inleiding

Alle geïnterviewde museummedewerkers waren in het verleden contactpersoon (binnen het museum en tussen museum en onderzoekers) of zullen dat in de toekomst zijn.

Daar zijn ze ook op geselecteerd.

In dit hoofdstuk wil ik nagaan welke functie deze mensen in het museum waar zij werken vervullen en hoe het komt dat juist deze mensen de rol van contactpersoon op zich genomen hebben.

#### 1. De functie die de geïnterviewde museummedewerkers binnen het museum vervullen

Over het algemeen vervullen de geïnterviewde museummedewerkers functies binnen de publieksgerichte afdelingen van het museum. Meestal zijn het hoofden of medewerkers van de Educatieve Afdeling, de Afdeling Presentatie of de Afdeling Publiciteit/Communicatie.

In een geval, namelijk bij het Verzetsmuseum te Amsterdam, waar tot nu toe één publieksonderzoek heeft plaatsgevonden, was de contactpersoon een conservator. Toch heb ik niet hem, maar Wilma van Leur geïnterviewd, die Hoofd van de Educatieve Dienst is. Zij zal in de toekomst contactpersoon zijn.

In het geval van het Maritiem Museum Prins Hendrik te Rotterdam, waar Jan Sas regelmatig zelf onderzoek "in huis" doet is er nu eigenlijk geen sprake van een contactpersoon tussen onderzoekers en museum, maar indien er ooit een publieksonderzoek uitgevoerd zal worden door derden zal hij zeker de contactpersoon zijn.

Op dit moment zou je hem de "contactpersoon binnen het museum" kunnen noemen. Hij beslist of er een publieksonderzoek gaat plaatsvinden, meldt dat (soms) in de stafvergadering en speelt de informatie door naar collega's en de andere afdelingen. Het initiëren en uitvoeren van publieksonderzoek staat in zijn functieomschrijving.

#### 2. Hoe wordt bepaald wie de rol van contactpersoon vervult

Jan Sas en Aik Meeuse zijn de enige geïnterviewde museummedewerkers bij wie de verantwoordelijkheid voor publieksonderzoek in de functieomschrijving vermeld staat. Het is misschien ook niet toevallig dat de musea waar zij werkzaam zijn tevens de enige twee musea zijn waar er een vast budget is voor publieksonderzoek.

Bij Jan Sas staat het initiëren en uitvoeren van publieksonderzoek in zijn functieomschrijving.

Aik Meeuse van het Tropenmuseum te Amsterdam zegt over zijn rol als bemiddelaar: "Ik ben altijd de contactpersoon. Er staat in mijn functieomschrijving dat ik verantwoordelijk ben voor het coördineren van publieksonderzoek. Er wordt onder andere van mij verwacht dat ik dingen die leven bij het publiek in de gaten houd en dit vertaal naar het museumbeleid toe. Een van die onderdelen is dus heel concreet publieksonderzoek."

Meestal is dus niet officieel vastgelegd wie contactpersoon zou moeten zijn. Sommige geïnterviewde museummedewerkers zien het als een logisch uitvloeisel van hun functie, dat zij contactpersoon behoren te zijn als er een publieksonderzoek zou plaatsvinden.

De heer Staal van het Catharijneconvent zegt hierover: "Ik hoor contactpersoon te zijn als hoofd van de afdeling presentatie. Daarbinnen valt publiekswerk. Wij zijn gewoon het meest geschikt om publieksonderzoek te begeleiden."

In het geval van Dan van Golberdinge is het zo dat naast het feit dat de onderzoekers zich in de eerste instantie tot hem hebben gewend er ook niemand anders van de staf zou zijn die zin of tijd heeft om contactpersoon te zijn: "Onderzoekers komen nogal eens bij mij terecht. Wie zou het anders moeten doen? De conservator moderne kunst houdt zich zowieso niet met publieksonderzoek bezig, de directeur heeft het weer veel te druk, dus komt het bij mij terecht."

In een aantal musea kan de rol van contactpersoon rouleren binnen bepaalde afdelingen of tussen collega's van dezelfde afdeling.

Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde te Leiden heeft veel contact met de Reinwardt Academie. In de eerste instantie richten studenten die publieksonderzoek willen doen zich dan ook tot hem. Als het nodig is verwijst hij ze naar Lieke Vervoorn, die publiciteitsmedewerkster is. "Zij zou ook heel goed contactpersoon kunnen zijn", aldus van Wengen.

Mevrouw van de Kieft van het Amsterdams Historisch Museum zegt ook iets dergelijks: "Daar is niet één persoon voor. Het ligt er maar aan wat voor publieksonderzoek het is. Het zou begeleid kunnen worden door iemand van de Afdeling Voorlichting, Publiciteit of van de Afdeling Werving."

Ook in het Museum voor Land- en Volkenkunde te Rotterdam ligt het niet geheel vast wie de contactpersoon zou moeten zijn. Margreet Anceaux zegt hierover: "Het zou ook Paul Faber kunnen zijn (Coördinator Publieksdienst), maar dat is een willekeurige keus, die je daar-in maakt. Het maakt niet zoveel uit of het nou iemand van de Publieksdienst is of van de P.R.-afdeling, je houdt je er alletwee zo nauw mee bezig."

In het Natuurmuseum was niet één persoon de contactpersoon maar waren dat er maar liefst drie mensen tegelijk: de heer Bloemhof en de heer van Stuyvenberg, beide educatief medewerker en de heer Venema, de directeur. "Omdat we een kleine staf hebben is er een zeer nauw contact", aldus de heer Bloemhof.

### Terugblik

Over het algemeen zijn de contactpersonen (binnen het museum en tussen het museum en de onderzoekers) mensen die functies vervullen binnen de publieksgerichte afdelingen van het museum. Het feit dat er maar twee geïnterviewde medewerkers zijn in wiens functieomschrijving is opgenomen dat zij de rol van contactpersoon dienen te vervullen maakt m.i. duidelijk dat publiekson-

derzoek nog maar nauwelijks geïntegreerd is in het beleid van de musea.

## HOOFDSTUK 6

IS ER SPRAKE VAN OVERLEG TUSSEN DE MUSEUMMEDEWERKERS ONDERLING EN TUSSEN MUSEUM EN ONDERZOEKERS?Inleiding

In dit hoofdstuk wil ik nagaan of publieksonderzoek in (staf) vergaderingen aan de orde komt en hoe uitgebreid dat dan gebeurt. Daarnaast ga ik kijken hoe het zit met het overleg tussen museum en onderzoeker(s).

De indeling van dit hoofdstuk is als volgt:

1. Overleg voorafgaande aan en tijdens publieksonderzoek binnen het museum.
2. Overleg binnen het museum na afloop van publieksonderzoek.
3. Overleg tussen museum en onderzoekers als de onderzoekers studenten zijn.
4. Overleg tussen museum en onderzoekers als er sprake is van betaalde onderzoekers.

1. Overleg voorafgaande aan en tijdens publieksonderzoek binnen het museum

In sommige musea wordt de wens om publieksonderzoek te houden geventileerd in de stafvergadering. Mevrouw van Leeuwen van het Mauritshuis vertelde bijvoorbeeld dat er al meerdere malen binnen de staf over gepraat is dat men daar toch wel graag een publieksonderzoek zou willen uitvoeren.

Het komt ook voor dat de vraag om publieksonderzoek vanuit het bestuur komt. Dit was het geval bij de Commanderie van St. Jan. Dan van Golberdinge zegt hierover: "Naar aanleiding van een bestuursbeslissing zijn we ook op zoek gegaan naar een onderzoeker."

Er zijn ook musea, waar niet of nauwelijks vooraf binnen de staf (vergadering) over publieksonderzoek wordt gesproken. Het kan zijn dat men het gewoonweg "nalaat" maar het komt ook voor dat de gefinterviewde museummedewerkers (die tevens contactpersoon zijn tijdens een onderzoek) een zo grote beleidsvrijheid hebben dat zij zelfstandig kunnen besluiten tot publieksonderzoek over te gaan.

Jan Sas van het Maritiem Museum, in wiens functieomschrijving o.a. het doen van publieksonderzoek staat, is een van die mensen: "Ik overleg met niemand, ik kondig alleen aan dat ik publieksonderzoek ga doen."

Ook de heer Duizer van het NINT kan zelfstandig dit soort beslissingen nemen: "Binnen de beleidsruimte, die per afdeling aanwezig is heb ik zelf besloten dat er publieksonderzoek moet komen. Dat kan hier. Het is wel regel dat het gemeld wordt, voor het geval er bezwaren mochten zijn."

In het Tropenmuseum heerst er een unieke situatie: men handelt daar -als er sprake is van publieksonderzoek- een enigzins "vaste procedure van overleg". Er worden, voorafgaande aan een publieksonderzoek, speciale vergaderingen belegd met mensen van verschillende afdelingen. Aik Meeuse vertelt hierover: "Samen met iemand van de conservatoren en iemand van de Educatieve Afdeling



bespreek ik wat we willen . De student (in het Tropenmuseum wordt er elk jaar een publieksonderzoek door een student gedaan) werkt dat uit en dan bespreken wij dat weer en kijken we of we de methode van onderzoek goed vinden"

## 2. Overleg binnen het museum na afloop van publieksonderzoek

Hoe de situatie wat betreft overleg voorafgaande aan publieksonderzoek ook was, of het nou wel of niet vooraf in de stafvergadering werd besproken, als het onderzoeksrapport eenmaal klaar is, kwam dit rapport in alle besproken gevallen in de stafvergadering aan de orde. Hier zijn wel gradaties in aan te brengen.

In het Rijksmuseum voor Volkenkunde is het bijvoorbeeld gebruikelijk dat de onderzoeksrapporten uitgebreid in de staf besproken worden. Ger van Wengen vertelt: "Na het onderzoek van Lieke Vervoorn ("Jaargetijden van de mens", 1987) hebben we er een hele stafvergadering aan gewijd om het rapport met de stafleden door te praten. Ook de rapporten van Ineke Ravestijn (een docente van de Reinwardt Academie die regelmatig met haar studenten publieksonderzoek doet in het Rijksmuseum voor Volkenkunde) zijn uitgebreid in de stafvergadering besproken."

In het geval van het Amsterdams Historisch Museum komt een onderzoeksrapport soms uitgebreid aan de orde en soms wordt het alleen vermeld. Mevrouw van de Kieft zegt hierover: "Als het interessant is, zou het als agendapunt terugkomen, zo van: wat is er uitgekomen, wat kunnen we ermee?"

In het Tropenmuseum worden er, net als in de fase voorafgaand aan en tijdens publieksonderzoek, ook achteraf speciale vergaderingen gehouden. De museummedewerkers krijgen allen een onderzoeksrapport. Van tevoren heeft Aik Meeuse deze doorgenomen en voor iedere medewerker een briefje bij zijn/haar onderzoeksrapport gedaan, waarop staat welke stukken belangrijk zijn voor hem/haar. Aik Meeuse: "Ze worden allemaal uitgenodigd voor een evaluatiegesprek met de onderzoeker. Het is dus een extra vergadering, buiten de stafvergadering om, waarvan de samenstelling kan wisselen. Hij bestaat altijd uit mensen die gef interesseerd zijn en waarvan gedacht wordt dat zij er iets mee kunnen. Ik moet mensen soms echt naar zo'n evaluatiegesprek trekken, terwijl zij de meest belanghebbende kunnen zijn!"

## 3. Overleg tussen museum en onderzoekers als de onderzoekers studenten zijn.

In alle besproken gevallen is er sprake geweest van overleg tussen museum en onderzoekers. Dit overleg was echter niet in alle gevallen even intensief en bevredigend. Mevrouw van Leur van het Verzetsmuseum vertelde bijvoorbeeld dat er niet naar haar kritiek over de vraagstelling is geluisterd: "Het meisje was al zo zenuwachtig". Ook mevrouw van de Kieft van het Amsterdams Historisch Museum vertelde dat de studenten de onderzoeksopzet al klaar hadden liggen ten tijde van het eerste overleg. Gelukkig kon ze hier en daar nog wel wat veranderen.

In andere gevallen krijgen de museummedewerkers de kans van tevoren aan te geven wat men onderzocht wil zien. Dan van Golberdinge van de Commanderie van St. Jan: "Ze kwamen ons eerst allemaal ondervragen o.a. over de personeelsopbouw, het budget en de vraag hoe wij het wilden hebben."

Er is een aantal geïnterviewden, die zeer intensief overleg

pleegt met de studenten en ook dat wat onderzocht gaat worden zelf in de hand houdt. Margreet Anceaux van het Museum voor Land- en Volkenkunde is één van hen: "We hebben nauw overleg gehad over hoe de vraagstelling moest luiden."

Ook in het Tropenmuseum is dat het geval. Daar is er zelfs sprake van een min of meer vastgestelde procedure. "Eerst is er een kennismakingsgesprek, waarin ik vertel wat de bedoeling is van het onderzoek, wat wij ermee willen bereiken. Dat wij alleen begeleiding geven voor zover het gaat om faciliteiten en dat we de vragen doorspreken, maar dat als het gaat om begeleiding van het schappelijk/technische gedeelte, dat ze dan bij de universiteit moeten zijn. En dat kan de universiteit gelukkig ook bieden. De student schrijft het uit in vraagvorm en dan bespreken we dat weer. Er wordt dan ook besproken of we de methode van onderzoek goed vinden.

Als het onderzoek is uitgevoerd vindt er eerst met mij alleen een gesprek plaats, vaak voordat het definitieve rapport wordt geschreven. Ik krijg inzage in het concept en kan dan nog adviezen geven. Als het rapport dan definitief er ligt volgt er een waarderingsgesprek op de universiteit en er volgt bij ons een evaluatiegesprek met de onderzoeker om erover te praten wat voor lessen wij eruit kunnen leren, of we de aanbevelingen goed vinden etc", aldus Aik Meeuse.

#### 4. Overleg tussen museum een onderzoekers als er sprake is van betaalde onderzoekers

In deze gevallen vindt er altijd intensief overleg plaats tussen het museum en de onderzoekers, zowel voorafgaande aan het onderzoek als achteraf. Pieter van der Heijden van het Rijksmuseum zegt over de onderzoekers van de tentoonstelling "kunst voor de beeldenstorm": "Er zijn langdurige, intensieve vergaderingen geweest met de onderzoekers."

Ook de heer van den Dord van het Rijksmuseum Vincent van Gogh vertelde iets dergelijks: "Er zijn vragen gerevitaliseerd, en zijn discussies geweest over de aanpak."

#### Terugblik

Om de resultaten van publieksonderzoek tot zijn recht te laten komen is het belangrijk dat deze resultaten niet bij de contactpersoon (Zie hoofdstuk 4 Contactpersonen binnen het museum en tussen museum en onderzoekers) of de afdeling, die zich ermee bezig heeft gehouden blijven.

De andere museummedewerkers moeten kennis kunnen nemen van de onderzoeksresultaten en eigenlijk al in een vroeger stadium bij publieksonderzoek betrokken worden, zodat hun wensen ook in het onderzoekprogramma opgenomen kunnen worden. Dit kan m.i. bewerkstelligd worden door het instellen van een enigszins "vaste procedure van overleg". Ik stel me hierbij iets voor, zoals dat in het Tropenmuseum gebeurt:

- vooraf overleg met de museummedewerkers over wat men zoal onderzocht wil hebben. Zo worden eventuele "belanghebbenden" erbij betrokken en zal men eerder geneigd zijn de onderzoeksresultaten serieus te nemen.
- na afloop moet iedereen een exemplaar krijgen van het onder-

zoeksrapport. Het zou ideaal -maar niet noodzakelijk- zijn als degene, die contactpersoon is tijdens het onderzoek deze exemplaren zou kunnen doen vergezellen met een briefje of aanwijzingen over welke delen met name voor bepaalde personen belangrijk zijn.

- vervolgens dient het onderzoeksrapport in een (evaluatie)vergadering uitgebreid aan de orde te komen. Dit laatste dient niet alleen te gebeuren als het onderzoek "interessant lijkt", maar ook als het dat op het eerste gezicht niet schijnt te zijn. Je kunt immers nooit .

Uit de interviews kwam eveneens naar voren dat de collega's die niet op de publieksgerichte afdelingen werken zich in de eerste instantie niet zo bezig houden met de resultaten van publieksonderzoek (Zie ook hoofdstuk 11 De houding van de geïnterviewden ten opzichte van publieksonderzoek). Aik Meeuse van het Tropenmuseum vertelde bijvoorbeeld dat hij de mensen, die volgens hem het meeste belang hebben bij de resultaten van publieksonderzoek, als het ware naar de evaluatiegesprekken moest trekken. Dit is niet bepaald een bemoedigende situatie. Juist daarom denk ik dat het zo belangrijk is om "vaste procedures" in te stellen, zodat publieksonderzoek de plaats krijgt binnen het museumbeleid, die het verdient.

Als er onderzoek wordt gedaan door betaalde onderzoekers is er altijd sprake van intensief overleg, waarbij de museummedewerkers kunnen zeggen wat ze onderzocht willen zien en hoe ze vinden dat dat aangepakt moet worden.

In het geval er onderzoek door studenten wordt gedaan lijkt het niet vanzelfsprekend te zijn dat museummedewerkers kunnen aangeven wat men onderzocht wil zien en hoe dat dient te gebeuren. Het resultaat hiervan kan zijn dat er vragen blijven liggen en men als het ware "langs elkaar heen werkt" zodat de museummedewerkers niet meer zo geneigd zijn het publieksonderzoek serieus te nemen.

## HOOFDSTUK 7

HOE ZIT HET MET DE FINANCIËLE KANT VAN PUBLIEKSONDERZOEK?Inleiding

In dit hoofdstuk wil ik nagaan hoe het zit met de financiële kant van publieksonderzoek.

De volgende aspecten zullen aan de orde komen:

1. vaste budgetten
2. eenmalige bedragen voor publieksonderzoek
3. andere mogelijkheden.

1. Vaste budgetten

Van alle geïnterviewde museummedewerkers zijn er maar twee die een vast budget tot hun beschikking hebben.

Jas Sas van het Maritiem Museum te Rotterdam kan per jaar tienduizend gulden besteden. Dit geld gebruikt hij om onderzoek "in huis" (=zelfstandig onderzoek zonder hulp van derden) te doen. Hij geeft aan dat die tienduizend gulden per jaar wel veel geld lijkt maar dat een dergelijk bedrag niet toereikend is om onderzoek te kunnen uitbesteden aan bv. een extern onderzoeksbureau.

Ook in het Tropenmuseum te Amsterdam is er sprake van een vast budget, hoewel dit bedrag veel lager ligt dan dat van het Maritiem Museum, namelijk zeshonderd gulden.

Aik Meeuse zegt hierover: "Dat geld gebruik ik om de onderzoeker het geld te geven dat hij nodig heeft om zijn gegevens in de computer te laten verwerken."

Het NINT zal in de toekomst mogelijk ook over een vast budget voor publieksonderzoek kunnen beschikken. Men is daar namelijk van plan een soort permanente enquête te gaan houden: elke maand zal er twee dagen geënquêteerd worden en wel op een doordeweekse dag en een dag in het weekend. De heer Duizer zegt hierover: "Als we echt permanent gaan draaien zal ik proberen om er een vaste subsidie voor aan te vragen."

2. Eenmalige bedragen voor publieksonderzoek

Als er geen vast budget is voor publieksonderzoek, wil dat niet zeggen dat er nooit publieksonderzoek gedaan wordt.

Een aantal musea zonder vast budget heeft zelfs publieksonderzoek uitbesteed aan een onderzoeksbureau of betaalde onderzoekers.

Het komt dus voor dat een museum een bepaald bedrag beschikbaar stelt/krijgt om een extern onderzoek te laten uitvoeren.

De heer Staal vertelde dat het publieksonderzoek dat zij in de nabije toekomst door een onderzoeksbureau willen laten uitvoeren wordt betaald door W.V.C. : "Wat we nu dus gaan doen, met zo'n bureau, dat moet je wel op de begroting zetten. Onze begroting is een W.V.C.-begroting. Het is gelukkig goedgekeurd, dus er is een bedrag voor beschikbaar."

Anja van 't Hoenderdaal van het Anne Frank Huis vertelt dat er in 1984, toen er een groot onderzoek gedaan is door iemand van de schapswinkel, een speciaal bedrag is vrijgemaakt op de begroting.

Ook bij het Rijksmuseum Vincent van Gogh is er eenmalig geld

vrijgemaakt voor een publieksonderzoek. In 1975 is er een groot publieksonderzoek gedaan door een onderzoeksbureau. De heer van den Oord zegt hierover: "We hebben er toen, geloof ik, een krediet bij het rijk voor moeten aanvragen."

### 3. Andere mogelijkheden

Als er geen sprake is van een vast budget en er ook geen eenmalig bedrag beschikbaar is voor publieksonderzoek, zijn er nog andere mogelijkheden om publieksonderzoek te doen. Je kunt zelf "in huis" onderzoek doen. De kosten van het onderzoek gaan dan over het algemeen af van het budget van de betrokken afdeling. Anja van 't Hoenderdaal van het Anne Frank Huis in Amsterdam zegt hierover: "De kleinere onderzoekjes betalen we zelf, dat gaat af van ons gewone budget."

Een andere mogelijkheid is publieksonderzoek door studenten te laten uitvoeren. Musea betalen studenten over het algemeen niet meer dan een onkostenvergoeding. Wilma van Leur van het Verzetsmuseum te Amsterdam: "We kunnen hoogstens de gemaakte onkosten vergoeden. Ook dit bedrag gaat van de afdelingsbegroting af.

De heer Bloemhof van het Natuurmuseum te Enschede zegt ook: "Er is geen post "onderzoek" op de begroting, het gaat ten koste van andere dingen."

In een enkel geval zoals bij de Commanderie van St. Jan is er zelfs geen onkostenvergoeding beschikbaar. "Er is geen onkostenregeling. We hebben er geen stuiver voor", aldus Dan van Golderdinge.

### Terugblik

Uit het bovenstaande wordt duidelijk dat de financiële situatie op het gebied van publieksonderzoek dus niet bepaald rooskleurig is. Vaste budgetten zijn zeldzaam en niet voldoende om onderzoek uit te besteden.

(on)Kosten voor publieksonderzoek gaan over het algemeen af van geld dat voor andere zaken is gereserveerd.

Deze financiële situatie geeft m.i. een indicatie van het belang dat de verschillende musea hechten aan het doen van publieksonderzoek.

Publieksonderzoek heeft blijkbaar nog steeds geen eigen plaats binnen het museumbeleid en dat werkt natuurlijk door in het geld dat ervoor beschikbaar is. Of beter: het geld dat er niet voor beschikbaar is.

Maarten Bertheux van het Stedelijk Museum te Amsterdam vat dit als volgt samen: "De afgelopen twee jaar hebben we al zo veel moeten bezuinigen en onderzoek heeft niet de hoogste prioriteit."

## HOOFDSTUK 8

WAT VOOR WENSEN HEEFT MEN OP HET GEBIED VAN PUBLIEKSONDERZOEK?Inleiding

In dit hoofdstuk wil ik de wensen die de geïnterviewde museummedewerkers hebben geuit, met betrekking tot publieks- onderzoek in de toekomst, op een rijtje zetten. Voor de overzichtelijkheid heb ik deze wensen in categorieën ingedeeld. Er zijn een aantal wensen geuit door de geïnterviewde museummedewerkers die zeer specifiek zijn voor bepaalde musea of nauw samenhangen met bepaalde collecties. Deze wensen worden vermeld in een aparte paragraaf, getiteld: "specifieke wensen".

Ik heb de wensen van de geïnterviewde museummedewerkers als volgt ingedeeld:

1. onderzoek naar de publiekssamenstelling.
2. onderzoek naar buitenlandse bezoekers.
3. onderzoek naar het functioneren van de Educatieve Dienst/ publieksbegeleiding. Aspecten hiervan zijn:
  - informatievoorziening/teksten/audiovisuuls
  - routing/bewegwijzering
  - rondleidingen
4. onderzoek naar wat de bezoeker heeft opgestoken van een tentoonstelling/programma.
5. onderzoek naar de voorkennis van het publiek
6. onderzoek naar wat het publiek interessant vindt
7. onderzoek naar de service van het museum
8. onderzoek naar de naambekendheid/het imago van het museum
9. onderzoek naar hoe het publiek reageert op museumvoorwerpen en tentoonstellingen.
10. formatieve evaluaties.
11. specifieke wensen.

1. Onderzoek naar de publiekssamenstelling

Op het lijstje met wensen voor publieksonderzoek in de toekomst scoort onderzoek naar de publiekssamenstelling het hoogst: vrijwel iedere geïnterviewde museummedewerker wil wat de publiekssamenstelling is van het museum waar hij/zij werkt. Ook de heer Staal van het Catharijneconvent te Utrecht is hier nieuwsgierig naar: "Ik wil waar de bezoekers vandaan komen en vooral wie het museum niet bezoekt."

De meeste geïnterviewde museummedewerkers die de publiekssamenstelling willen onderzoeken vinden ook dat dergelijk onderzoek herhaald zou moeten worden. Zoals Pieter van der Heijden van het Rijksmuseum te Amsterdam zegt: "Het is belangrijk om te blijven onderzoeken wie er komen. Een dergelijk onderzoek moet je één keer op poten zetten en het herhalen is dan niet zo moeilijk meer."

2. Onderzoek naar buitenlandse bezoekers

Veel museummedewerkers zijn nieuwsgierig naar het buitenlandse bezoek. Mevrouw van Leeuwen van het Mauritshuis in Den Haag vertelt hierover: "Het is nuttig om te of je bijvoorbeeld veel buitenlanders krijgt, dus in welke talen je je publicaties moet doen. We willen onderzoek doen naar de mogelijkheden van een Japans gidsje, want we denken dat hier veel Japanners komen."

### 3. Onderzoek naar het functioneren van de Educatieve Dienst/ publieksbegeleiding

Een andere wens die geuit werd is onderzoek naar het functioneren van de educatieve begeleiding/publieksbegeleiding. Mevrouw van de Kieft van het Amsterdams Historisch Museum wil onderzoeken of " de publieksbegeleiding, de dingen die wij maken, projecten etc., of die voldoen."

Een paar aspecten van de educatieve- en publieksbegeleiding worden met name genoemd. Deze komen hieronder aan de orde.

#### Informatievoorziening/teksten/audiovisuuls

Pieter van der Heijden van het Rijksmuseum zou graag onderzoek doen naar audiovisuuls en teksten. Over het gebruik van teksten in het museum zegt hij het volgende: "Wat betreft de teksten: staat er te weinig, dan wil iedereen meer. Is er teveel tekst, dan leest iedereen maar een fractie. Het is heel moeilijk om te te komen wat je nou precies moet doen. Je moet het toch blijven onderzoeken, want het kan nog steeds beter."

Ook Chris Wil van het Museum Boymans -van Beuningen is benieuwd naar wat het publiek nou van de informatievoorziening in het museum vindt: " en dan niet algemeen, maar ook specifiek per afdeling."

#### Routing/bewegwijzering

Een klein aantal geïnterviewde museummedewerkers vertelde dat ze graag meer zouden willen over de routing/bewegwijzering in het museum waar ze werken. De heer Staal vraagt zich bijvoorbeeld af " hoe het nou komt dat mensen verdwalen in het museum en hoe je dat moet verbeteren"

#### Rondleidingen

Een ander aspect van de publieksbegeleiding, dat genoemd werd, is de rondleiding. De heer Duizer van het NINT te Amsterdam wil graag wat meer over de rondleidingen die in het NINT worden gegeven: "We hebben vaak de neiging als het heel druk is om heel veel rondleiders het gebouw in te sturen. De ervaring wijst er een beetje op dat het publiek daar op sommige momenten, bijvoorbeeld tegen sluitingstijd, geen behoefte aan heeft, omdat ze dan heel gehaast zijn. Een rondleiding van een half uur, daar hebben ze geen tijd voor, ze willen dan nog heel veel zien. Ik wil daar wel eens wat meer over."

### 4. Onderzoek naar wat de bezoeker heeft opgestoken van tentoonstellingen/programma's

Een aantal geïnterviewde museummedewerkers wil graag wat bezoekers opgestoken hebben van tentoonstellingen en projecten. Anja van 't Hoenderdaal van het Anne Frank Huis te Amsterdam zegt hierover: "Ik wil uitzoeken wat er blijft hangen van de film over anti-semitisme en die kennis gebruiken voor komende films."

#### 5. Onderzoek naar de voorkennis van het publiek

De wens om de voorkennis van het publiek te onderzoeken is ook iets dat leeft bij een aantal geïnterviewde museummedewerkers. "Ik wil bij nieuwe projecten de voorkennis van scholieren testen om daar het educatieve programma op te richten", aldus Anja van 't Hoenderdaal.

Ook mevrouw van de Kieft zegt dat zij de voorkennis van het publiek graag onderzocht wil zien "om daarop in te kunnen spelen bij tijdelijke tentoonstellingen en bij het aanbod van de Educatieve begeleiding van de vaste opstelling."

#### 6. Onderzoek naar wat het publiek interessant vindt

Ook onderzoek naar wat het publiek interessant vindt staat op het verlanglijstje van de geïnterviewde museummedewerkers. De heer Duizer van het NINT vertelt: "Ik wil onderzoeken of bepaalde onderwerpen voor het publiek interessant zijn en hoe je het dan moet brengen."

Naast het uitzoeken welke onderwerpen het museumpubliek interessant vindt, wil een aantal museummedewerkers ook graag welke voorwerpen speciale aantrekkingskracht bezitten.

Wilma van Leur zegt hierover: "Ik wil dat graag, want een voorwerp dat aanspreekt, daar moet je iets mee doen."

Mevrouw van Leeuwen van het Mauritshuis wil onderzoeken wat bezoekers de leukste schilderijen vinden "en dan een soort top 10 samenstellen van de populairste schilderijen. Je kunt die schilderijen dan als een soort handelsmerk gebruiken."

#### 7. Onderzoek naar de service van het museum

Een aantal geïnterviewde museummedewerkers zegt graag te willen wat het publiek vindt van de service van het museum.

Aik Meeuse van het Tropenmuseum deelt hierover mee: "De kwaliteit van de toiletten etc. Ik weet niet in hoeverre dat meewerkt aan de waardering voor het museum. Ik vind ook dat dat beter kan. Daar wordt wel naar geluisterd, maar als ik harde gegevens heb zou ik sterker staan."

#### 8. Onderzoek naar de naambekendheid/het imago van het museum

Een andere zaak waar de geïnterviewde museummedewerkers benieuwd naar zijn is het imago van het museum waar zij werken. De heer Staal wil graag een onderzoek naar de naambekendheid van het Catharijneconvent: "We hebben geprobeerd naambekendheid te krijgen, maar ik hoor toch nog te vaak: "Het Catharijneconvent, wat is dat?" Ik wil wel eens hoe dat nou zit."

Ook Chris Wil van het Museum Boymans -van Beuningen wil een dergelijk onderzoek "Ons museum bestaat eigenlijk uit vier



afdelingen, het zijn eigenlijk vier aparte musea. Er is naast de moderne kunstcollectie een mooie collectie oude kunst, een grote afdeling nijverheid en design en verder is er nog een prentenkabinet, dat niet zo bekend is, maar wel de op een na grootste van Nederland. We willen inzicht krijgen in de bekendheid van die verschillende delen, of het publiek daarvan op de hoogte is. Aan de hand van wat er uit zo'n onderzoek komt zou je het imago van het museum naar het publiek toe bij kunnen stellen."

Bij de heer Duizer van het NINT staat eveneens imago-onderzoek op het verlanglijstje. Hij wil met name of men het NINT ziet als een educatief museum of meer als een dagje uit. Hij vraagt zich af "in hoeverre moeten we het de recreatieve kant optrekken of juist de educatieve?"

#### 9. Onderzoek naar hoe het publiek reageert op de museumvoorwerpen en de tentoonstellingen?

Een drietal museummedewerkers hadden wensen die lagen op het gebied van sociologisch/psychologisch/fysiologisch onderzoek. Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde vat zijn wens in de volgende woorden samen: "Ik wil de manier waarop bezoekers op tentoonstellingen reageren onderzoeken, een soort gedrags-onderzoek."

Jan Sas van het Maritiem Museum te Rotterdam wil de ervaringen van de bezoekers van een museum (laten) onderzoeken. "Wat gebeurt er als iemand door het museum gaat. Wat zijn er voor indrukken, wat is het effect van al die visuele prikkels?"

Dok Pieter van der Heijden van het Rijksmuseum zou onderzoek in deze richting willen laten doen. "Je zou fundamenteeler onderzoek moeten doen, maar dat is iets dat niet in een museum gedaan kan worden. Onderzoek naar wat er gebeurt als iemand met iets geconfronteerd wordt -dat is de essentie van een museum- namelijk de confrontatie van de bezoeker met een object. Van het proces dat zich daarbij afspeelt we bijna niets. Waarom is de Efteling leuker dan een museum? Als je dat weet heb je tenminste een kans om te bepalen of jouw museum ook zo leuk moet zijn." Hij concludeert tegelijkertijd: "Dat soort onderzoek kan geen prioriteit zijn van een museum, dat is eigenlijk iets voor de schappelijke wereld."

Toen ik voor de eerste keer van een dergelijke wens hoorde, keek ik hier nogal van op. Ik dacht dat het een zeer persoonlijke wens van één van de geïnterviewde museummedewerkers was. Tijdens latere interviews bleek echter dat dit soort wensen bij meerdere museummedewerkers leefde. Blijkbaar is er een behoefte om publieksonderzoek in een ruimer kader te plaatsen dan alleen dat van het eigen museum.

#### 10. Formatieve evaluatie

Voor een uitleg over formatieve evaluaties wil ik verwijzen naar hoofdstuk 8. Mogelijke toepassingen van de resultaten van publieksonderzoek. Zoals in dit hoofdstuk ook vermeld wordt komt dit soort onderzoek in Nederland bijna niet voor. Er zijn ook maar twee geïnterviewde museummedewerkers die vertelden wensen op dit gebied te hebben, namelijk Jan Sas van het Maritiem Museum en Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde, die het zeer zou toejuichen als er dergelijk soort onderzoek in het Rijksmuseum voor Volkenkunde zou plaatsvinden, "om mensen nou

eens te vragen of ze teksten snappen, zodat je van tevoren ook allerlei aanpassingen kunt maken."

### 11. Specifieke wensen

Sommige geïnterviewde museummedewerkers hebben wensen voor onderzoek die voortkomen uit specifieke situaties die gelden voor het museum waar ze werken of uit de aard van de collectie. Hieronder volgt een opsomming van die zogenaamde "specifieke wensen".

De heer Duizer van het NINT te Amsterdam: "Wij bieden het publiek speciale activiteiten aan, zoals bijvoorbeeld een schapstheater. Slaat dit aan of kunnen we dit naar beneden schroeven zonder dat het de waarde van het museum aantast, of moeten we het opvoeren? Dat wil ik graag."

Margreet Anceaux van het Museum voor Land- en Volkenkunde te Rotterdam: "Wij krijgen veel publiciteit in tijdschriften, kranten, radio en televisie. Toch komen er niet zoveel mensen. We zijn benieuwd waar hem dat nou in zit."

De heer Bloemhof van het Natuurmuseum te Enschede: "We hebben een vivarium (een afdeling met levende dieren). Het is wel duidelijk dat kinderen dat leuk vinden, maar wat vinden de volwassenen ervan?"

Maarten Bertheux van het Stedelijk Museum te Amsterdam: "Als je een kleine toeslag vraagt aan tentoonstellingsbezoekers is het belangrijk te wie er bereid is dat te betalen."

### Terugblik

De geïnterviewde museummedewerkers blijken veel wensen op gebied van publieksonderzoek te hebben als ze gevraagd wordt een verlanglijstje te maken en daarbij zaken als geld, tijd en mankracht even buiten beschouwing te laten.

Het lijkt me interessant om vanuit deze "verlanglijstjes" terug te stappen in de "harde werkelijkheid" en eens te kijken welke van de genoemde wensen nu daadwerkelijk (kunnen) worden omgezet in concrete onderzoeksplannen voor de nabije toekomst. Dit zal in het volgende hoofdstuk aan de orde komen.

## HOOFDSTUK 9

ZIJN ER CONCRETE ONDERZOEKSPANNEN VOOR DE NABIJE TOEKOMST?Inleiding

In dit hoofdstuk wil ik de concrete onderzoeksplannen, die men heeft in de musea waar de geïnterviewden werken, op een rijtje zetten en deze plannen vergelijken met de wensen, die in het vorige hoofdstuk geuit zijn.

Precies de helft van de geïnterviewden verklaarde dat er geen concrete plannen voor publieksonderzoek in de toekomst zijn in het museum waar zij werken.

Er zijn drie musea, waar binnenkort publieksonderzoek zal worden uitgevoerd door een onderzoeksbureau. Het gaat om de volgende musea: Rijksmuseum het Catharijneconvent, Museum Boymans-van Beuningen en het Stedelijk Museum.

De heer Staal van het Catharijneconvent vertelde tijdens het interview dat hij aan het onderhandelen was met een onderzoeksbureau over een binnenkort te houden onderzoek. Kernpunt van dit onderzoek moest een imago-onderzoek worden (Op het moment, dat mijn onderzoeksrapport uitkomt zal dit onderzoek reeds voltooid zijn).

In het Museum Boymans-van Beuningen zijn er vergevorderde plannen voor een publieksonderzoek dat door een onderzoeksbureau gedaan zal worden. Vragen, die tijdens het onderzoek aan de orde moeten komen zijn: hoe de mensen van het bestaan van het museum, waar komt men op af, welke kranten zijn belangrijk, etc.

Maarten Bertheux van het Stedelijk Museum vertelde: "Ik ben met twee clubs aan het praten over publieksonderzoek, maar dat is nog informatief." Op het hoe en wat wilde hij niet verder ingaan.

Er zijn drie musea, waar studenten een publieksonderzoek gaan doen: Het Tropenmuseum, Het Rijksmuseum voor Volkenkunde en het NINT.

In het Tropenmuseum is een aantal jaren geleden besloten dat elk jaar, tijdens de wisselende tentoonstellingen, een publieksonderzoek gehouden zal worden. Deze onderzoeken worden altijd gedaan door studenten. Ook dit jaar zal dat weer het geval zijn.

Ger van Wengen van het Rijksmuseum vertelde dat onlangs een student antropologie zich heeft aangemeld om publieksonderzoek te doen. Wanneer dat precies zal gebeuren en waarover het onderzoek zal gaan is nog niet vastgesteld.

Het NINT heeft een soort "vaste relatie" met de H.E.A.O. in Amsterdam. "Zij zullen elk jaar een student sturen, die een doelgroeponderzoek gaat doen. We pikken er dus elk jaar een specifieke doelgroep uit", aldus de heer Duizer.

In drie musea gaat men zelfstandig onderzoek doen. Dit is het geval bij het Maritiem Museum, waar Jan Sas elk jaar een aantal publieksonderzoeken uitvoert. Binnenkort zal de tentoonstelling "Schipbreuk" geëvalueerd worden. Voorafgaande aan de tentoonstelling is er een onderzoek geweest en nu wil men ook achteraf kijken of de bezoekers iets hebben opgestoken van de tentoonstelling en of de tentoonstelling gewaardeerd werd.

De heer Duizer van het NINT vertelde dat men in het NINT binnen-

kort hoopt te starten met een soort "permanente enquête": elke maand zal er twee dagen geënquêteerd worden en wel op een doordeweekse dag en een dag in het weekend. Onderwerp van deze enquête is de publiekssamenstelling plus een evaluerend gedeelte. "Omdat de bezoekersaantallen zo sterk stijgen hebben we twee assistenten kunnen aantrekken, die daarin ervaring hebben. Zij zullen verantwoordelijk zijn voor het opzetten van de enquête en de definitieve vragenlijst. Dus publieksonderzoek gaat structureel worden", aldus de heer Duizer.

Anja van 't Hoenderdaal van het Anne Frank Huis deelde mee dat er in de toekomst geen grote onderzoeken uitbesteed zullen worden, "maar de Educatieve Dienst zal wel zelfstandig kleine onderzoekjes uitvoeren."

### Terugblik

Ondanks het feit dat maar weinig wensen uit het vorige hoofdstuk omgezet konden worden in concrete plannen -hetgeen niet zo verwonderlijk is, als je bedenkt dat men bij het samenstellen van de 'verlanglijstjes' zaken als geld, tijd etc. buiten beschouwing mocht laten- blijkt toch dat men in de helft van de musea concrete onderzoeksplannen heeft. In een klein aantal musea is zelfs recentelijk besloten regelmatig aan publieksonderzoek te gaan doen.

## HOOFDSTUK 10

WELKE EISEN STELT MEN AAN PUBLIEKSONDERZOEK?Inleiding

In dit hoofdstuk wil ik nagaan aan welke voorwaarde/eisen de geïnterviewde museummedewerkers vinden dat publieksonderzoek moet voldoen en trachten deze in overzichtelijke categorieën te verdelen.

Deze categorieën zijn:

1. de methodologische/<sup>welke</sup>schappelijke eisen.
2. de "gerichtheid" van een publieksonderzoek.
3. overleg tussen museum en onderzoeker.
4. voorwaarden naar het publiek toe.

1. De methodologische/<sup>welke</sup>schappelijke eisen

Alle geïnterviewde museummedewerkers zijn het erover eens dat publieksonderzoek methodologisch/<sup>welke</sup>schappelijk goed in elkaar moet zitten. "Representatief", "deskundigheid" en "niet meerduidig uit te leggen" zijn veelgehoorde termen.

Een klein aantal van de geïnterviewde museummedewerkers vertelde zelf niet te kunnen beoordelen of een publieksonderzoek aan bovengenoemde eisen voldoet.

representativiteit

Ongeveer de helft van de geïnterviewde museummedewerkers laat de term "representativiteit" vallen als we het hebben over de eisen die zij aan een publieksonderzoek stellen. Er zijn een tweetal aspecten die in verband met de bovengenoemde representativiteit worden genoemd.

a. de keus van de te ondervragen bezoekers.

Jan Sas zegt hierover: "Bij statistisch onderzoek gaat men ervan uit dat mensen weigeren, maar door de grote hoeveelheid mensen die ondervraagd wordt proberen we toch te komen tot een behoorlijk representatief beeld." Hij signaleert ook nog een ander probleem.: "Het kan zijn dat mensen weigeren om andere redenen dan dat men er geen zin in heeft. Als je er dan niet even met die mensen over praat, dan zeggen ze nee. Als je daarentegen zegt: "Juist als u het niet leuk vindt moet u meedoen, daar hebben we wat aan. We willen graag uw mening", dan krijg je wel een hele hoge respons."

Mevrouw van Leeuwen van het Mauritshuis zegt het nog duidelijker: "De mensen, die niet ondervraagd willen worden vallen af. Het onderzoek is dan niet meer zo representatief, want de wijsneuzen willen toch wel!"

b. de periode waarin het onderzoek plaats vindt.

Wat betreft de periode waarin het publieksonderzoek gehouden wordt vindt ongeveer de helft van de geïnterviewden dat je onderzoek moet herhalen om een enigszins representatief beeld te krijgen. Een andere mogelijkheid werd genoemd door Chris Will van het Museum Boymans-van Beuningen: "Het mooiste zou zijn als het over bijvoorbeeld drie tijdstippen in een jaar verspreid wordt."

Vraagstelling

Een ander aspect van de methodologische/schappelijke eisen betreft de vraagstelling. Een aantal geïnterviewde museummedewerkers vindt een goede vraagstelling zeer belangrijk. Zij zien ook wel in dat dat niet altijd even gemakkelijk is.

Chris Will van het Museum Boymans-van Beuningen zegt hierover: "De vraagstelling moet niet meerduidelijk zijn uit te leggen, dus heel goed doordacht zijn."

Ook is het belangrijk de vraagstelling zodanig te formuleren dat het geven van de zogenaamde "social desirable" antwoorden (Het komt voor dat mensen de waarheid een beetje geweld aandoen, omdat ze een goede indruk willen maken, of omdat ze denken dat ze afwijken van een bepaalde norm. Een vraag als: "Poetst u elke dag uw tanden?" is bijvoorbeeld een vraag, die een social desirable antwoord uitlokt) zoveel mogelijk ondervangen wordt, want "mensen hebben de neiging dat soort antwoorden te geven", aldus Pieter van der Heijden van het Rijksmuseum.

### 2. De "gerichtheid" van een publieksonderzoek

Vier van de geïnterviewden vinden het heel belangrijk dat je "gericht" onderzoek doet. Met "gericht" onderzoek wordt bedoeld dat men van te voren moet waar het onderzoek voor gebruikt gaat worden en met dit doel in het achterhoofd ook het onderzoek moet uitvoeren en opzetten.

Wilma van Leur van het Verzetsmuseum zegt het als volgt: "Onderzoek is pas nuttig als je heel gericht enquetes houdt op heel gerichte onderdelen."

De heer van den Oord van het Rijksmuseum Vincent van Gogh brengt dit op een hele mooie manier onder woorden: "Je moet dicht bij huis blijven, je moet geen onderzoek naar dromenland doen."

### 3. Overleg tussen het museum en de onderzoeker

Er zijn maar twee geïnterviewde museummedewerkers die overleg met het museum als een voorwaarde noemen.

Chris Will van het Museum Boymans-van Beuningen is een van hen: "Er moet wel vooraf overleg zijn over wat wij precies willen."

### 4. Voorwaarden naar de bezoekers toe

Naast alle eisen die men aan het onderzoek zelf stelt vinden de geïnterviewden het ook belangrijk dat de bezoekers er niet al te veel last van ondervinden. De heer Staal van het Catharijneconvent: "Je merkt dat mensen niet zo'n behoefte hebben aan een uitgebreid gesprek na afloop van een museumbezoek"

Ook mevrouw van Leeuwen van het Mauritshuis vindt dit een voorwaarde: "De onderzoekers moeten niet al te veel storen, zich niet opdringen, zodat mensen het leuk vinden geïnterviewd te worden."

### Terugblik

Als je naar de lijst van voorwaarden kijkt waaraan publieksonderzoek volgens de geïnterviewde museummedewerkers moet voldoen, valt het op dat deze niet heel groot is. Toch krijg ik niet de indruk dat er belangrijke zaken ontbreken.

Wat betreft de twee geïnterviewde museummedewerkers, die aangeven niet te kunnen beoordelen of een publieksonderzoek methodologisch/schappelijk goed in elkaar zit: het lijkt me verstandig als zij ervoor zorgen meer informatie te krijgen over het doen van onderzoek. Het is niet nodig dat men in staat is zelfstandig een onderzoek uit te voeren, maar het is wel zo prettig -om niet al te afhankelijk te zijn- dat men enigzins kan beoordelen of een onderzoek goed in elkaar steekt.

Verder is het opvallend dat maar twee geïnterviewden vertelden dat zij overleg -over wat men vanuit het museum te wil komen- belangrijk vinden. Omdat maar twee ondervraagden deze eis expliciet genoemd hebben, kun je nog niet stellen, dat zij de enigen zijn, die dit belangrijk vinden. Er zijn misschien ook geïnterviewden, die deze voorwaarde zo vanzelfsprekend vinden, dat zij het niet eens genoemd hebben.

## HOOFDSTUK 11

WAT DENKT MEN MET DE RESULTATEN VAN PUBLIEKSONDERZOEK TE KUNNEN DOEN?Inleiding

In dit hoofdstuk wil ik nagaan wat men, volgens de geïnterviewde museummedewerkers, met de resultaten van publieksonderzoek zou kunnen doen. Tijdens het interviewen bleek dat er een grote diversiteit van opvattingen op dit punt heerst: sommige geïnterviewde museummedewerkers hebben een zeer uitgesproken mening over wat je met de resultaten van publieksonderzoek kunt doen en zijn in staat onmiddellijk een opsomming van mogelijke toepassingen geven. Anderen hebben er niet zulke duidelijke ideeën over en vragen zich af of je überhaupt wel iets met de resultaten van publieksonderzoek kunt doen. (Zie verder hoofdstuk 11 De houding van de geïnterviewden ten opzichte van publieksonderzoek). Al met al kwam er toch een breed scala van mogelijke toepassingen van de resultaten van publieksonderzoek naar voren. Om hier enige duidelijkheid in te scheppen heb ik de mogelijke toepassingen, die genoemd zijn, onderverdeeld in categorieën. Er zijn een aantal toepassingen genoemd, die zeer specifiek zijn voor bepaalde musea. Deze toepassingen zijn opgenomen in de laatste paragraaf van dit hoofdstuk, getiteld: "specifieke toepassingen."

De resultaten van publieksonderzoek zijn te gebruiken voor:

1. Het formuleren van een marketingbeleid.
2. Het inspelen op het kennisniveau van de bezoeker.
3. Het inspelen op de wensen van de bezoeker.
4. Het verkrijgen van een zeker inzicht/geestelijke bagage.
5. Het doen van evaluaties.
6. Het ondersteunen van keuzes met behulp van onderzoeksresultaten.
7. Het verwerven van geld van overheden en/of sponsors.
8. De bewegwijzering/routing.
9. Een aantal praktische beslissingen met betrekking tot de inrichting van tentoonstellingen.
10. Specifieke toepassingen.

1. Toepassingen op het gebied van marketing.

Bijna alle geïnterviewde museummedewerkers noemden het gebruik van de resultaten van publieksonderzoek bij het formuleren van een marketingbeleid als mogelijke toepassing.

Jan Sas van het Maritiem Museum te Rotterdam zegt hierover: "Kijk, als ik soep maak moet ik ten eerste of die soep goed is en ten tweede moet ik proberen die soep aan de man te brengen, zo geldt dat ook voor een museum."

De heer Duizer van het NINT te Amsterdam zegt ook iets dergelijks: "Je hebt een produkt en een aantal mensen, die koppeling moet je maken, dat is gewoon een marketingkwestie."

Geen van de ondervraagden gaat hier eigenlijk dieper op in.

Publiciteit/publiekswerving

De toepassing op het gebied van marketing, die het meest genoemd werd, is die op het gebied van publiciteit/publiekswerving.



Een aspect van publiekswerving is het kennen van de samenstelling van het publiek dat het museum reeds bezoekt. "Als je publiek in huis moet halen, moet je wel welk publiek er komt en welk publiek niet", aldus Aik Meeuse van het Tropenmuseum te Amsterdam.

Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde zegt hierover: "Eveneens komt uit onderzoek wie je niet binnen krijgt. Dan kun je je bezinnen op hoe je die binnen kunt halen."

Behalve voor het vinden van de juiste doelgroepen kun je de resultaten van publieksonderzoek ook gebruiken om uit te vinden van welke publiciteitsmiddelen en media je moet gebruiken zou moeten maken om die gewenste publieksgroepen te bereiken. De heer Staal van het Catharijneconvent zegt hierover: "Als je een affiche laat maken en het blijkt uit onderzoek dat vrijwel niemand het door dat affiche weet dan kun je je afvragen of je je deze kosten niet beter kunt besparen." Margreet Anceaux van het Museum voor Land- en Volkenkunde te Rotterdam vat dit nog eens kort samen: "Met behulp van publieksonderzoek kun je uitzoeken waar je het spaarzame geld en tijd van de P.R.-afdeling kunt inzetten."

Je kunt de resultaten van publieksonderzoek ook gebruiken om na te gaan hoe het met de naambekendheid gesteld is. Chris Will van het Museum Boymans- van Beuningen: "Je kunt de resultaten gebruiken voor het beter bekendmaken van de naam van het museum."

## 2. Het inspelen op het kennisniveau van "de bezoeker"

"De bezoeker" heb ik tussen aanhalingstekens gezet omdat er m.i. geen algemene bezoeker bestaat. Je kunt hoogstens van publieksgroepen spreken. Voor het gemak maak ik wel gebruik van deze term.

Met behulp van de resultaten van publieksonderzoek kun je proberen in te spelen op het kennisniveau van de bezoeker. Het is bijvoorbeeld mogelijk om uit te zoeken of bepaalde elementen van de presentatie wel duidelijk zijn.

De heer Duizer van het NINT zegt hierover: "Je krijgt informatie over of iets makkelijk is of moeilijk. Bijvoorbeeld de computerspelletjes die we boven hebben staan, daarvan dachten wij zelf dat die makkelijk waren, maar het bleek dat het publiek er anders over dacht."

De heer Bloemhof van het Natuurmuseum in Enschede vindt dit ook: "Je kunt kijken of de teksten duidelijk genoeg zijn, of ze te begrijpen zijn."

Een andere manier om op het kennisniveau van de bezoeker in te spelen is gebruik maken van een voorkennisonderzoek.

Jan Sas vertelt dat hij het zeer belangrijk vindt om "in te zoemen" op het kennisniveau van de bezoeker bij binnenkomst.

Hij geeft een voorbeeld uit de praktijk. "Ik heb laatst een onderzoek gedaan voor de tentoonstelling van Ver Huell. Dat was een tentoonstelling over aquarellen. We vroegen ons af of we daar nou veel of weinig over moesten uitleggen. Toen bleek dat de meeste mensen wel wisten wat een aquarel was hebben we daarover geen informatie in de tentoonstelling laten opnemen."

In het Anne Frank Huis te Amsterdam doet men regelmatig onderzoek naar de voorkennis van scholieren over bepaalde onderwerpen. "We doen nu een onderzoekje naar de voorkennis over anti-semitisme bij schoolkinderen, want daar gaan we binnenkort een tentoonstelling over maken. Ik wil bij nieuwe projecten de voorkennis testen om daar het educatieve programma op te baseren", aldus Anja van 't Hoenderdaal.

Een andere mogelijkheid om in te spelen op het kennisniveau van de bezoeker is het formatief evalueren (formatieve evaluatie vindt plaats tijdens de ontwikkeling of opbouw van een tentoonstelling of een project, zie ook de inleiding). Jan Sas is de enige geïnterviewde museummedewerker die ervaring heeft met dit soort onderzoek. Hij vertelt hierover: "Bij de ontwikkeling van het documentatiesysteem, dat door het publiek bediend moest kunnen worden heb ik een vorm van formatief evaluatieonderzoek gedaan, zodat we het aan konden passen terwijl het ontwikkeld werd."

### 3. Het inspelen op de wensen van "de bezoeker"

Een ander aspect van het "inzoemen" op het publiek is rekening houden met wat het publiek -volgens de resultaten van publieksonderzoek- leuk vindt.

Jan Sas zegt hierover: "Ik stel vragen over motivatie en verwachtingen van het publiek en je probeert je daar ook aan aan te passen."

De heer Duizer van het NINT sluit zich hierbij aan: "Met de uitkomsten van onderzoek kun je je programmering beter richten op de wensen die leven bij het publiek. Uit onderzoek blijkt ook dat studenten en H.B.O.-ers ontbreken. Om ze binnen te krijgen hebben we een tentoonstelling over fractels gemaakt (het begrip fractel komt uit de wiskundige topologie. De definitie luidt: een figuur, waarvan onderdelen op de een of andere manier lijken op het geheel. Dit is nog vrij abstract. Om het begrip duidelijker te maken volgt een voorbeeld, het blijft echter voor niet-insiders een moeilijk begrip. Stel: je hebt een stukje van een blad van een eik, een stukje, waarbij je niet de vorm van het blad kunt zien, maar wel de bladstructuur. Dan kun je aan de hand van dat stukje zeggen: "dat is van een eik."). Met zo'n extraatje kun je testen of daar publiek op af komt."

Ook de heer van den Oord van het Rijksmuseum Vincent van Gogh te Amsterdam noemt een dergelijke toepassing: "Na 1990 willen we beginnen met moderne kunst. Je kunt dan eerst onderzoeken hoe dat valt bij het publiek."

### 4. Inzichten/geestelijke bagage

Afgezien van de praktische/concrete toepassingen zijn de resultaten van publieksonderzoek ook te gebruiken om een bepaald soort "inzicht" te krijgen.

Zoals de heer Staal zegt: "het nut van vroeger onderzoek is dat we inzicht kregen in een aantal effecten van ons handelen."

Of zoals Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde te Leiden het noemt: "Om gewoon voor je eigen museum te hoe men reageert op een tentoonstelling, dat is vreselijk nuttig."

Ook Pieter van der Heijden van het Rijksmuseum te Amsterdam

vindt dat je door het grondig doornemen van de resultaten van publieksonderzoek "een bepaalde feeling opbouwt".

De heer van den Oord gaat nog een stapje verder: "Tijdens het publieksonderzoek, dat in 1979 gehouden werd in het Rijksmuseum Vincent van Gogh, bestonden we nog niet zo lang en ik vond de resultaten van het onderzoek een houvast, je wist wat je bedding was. Je krijgt niet alleen een profiel van je publiek, maar ook van jezelf."

De meeste geïnterviewde museummedewerkers hebben ideeën over de samenstelling van de bezoekers van het museum, waar ze werken. Uit de resultaten van publieksonderzoek kan dan blijken of hun eigen verwachtingen ten aanzien van het publiek enigszins met de werkelijkheid overeenkomen.

Margreet Anceaux van het Museum voor Land- en Volkenkunde zegt hierover: "Vaak heb ik het gevoel dat je met wat gezond verstand zelf ook wel kunt bedenken wat de publiekssamenstelling is, maar soms sla je de plank toch wel mis."

Ook Anja van 't Hoenderdaal beseft dat. "Je moet blijven uitkijken met je oordeel, want je bent natuurlijk subjectief, je moet kijken of je veronderstellingen wel kloppen", zegt ze hierover.

##### 5. Gebruik van de resultaten van publieksonderzoek bij evaluaties

De resultaten van publieksonderzoek zijn zeer bruikbaar als men wil evalueren.

Wilma van Leur van het Verzetsmuseum te Amsterdam vertelt de resultaten van publieksonderzoek te willen gebruiken om de volgende zaken te evalueren: "Wat vindt men kwalitatief van de vaste opstelling, welke delen vindt men goed, wat pikken ze op? Dit alles om je educatie op te richten. Bij wisselende tentoonstellingen kun je onderzoeken of men het een goed onderwerp vond, of de educatie functioneert, hoe rondleidingen worden ontvangen, wat er blijft hangen en wat niet."

Ook Aik Meeuse vindt dat hiervoor gegevens van publieksonderzoek hiervoor nodig zijn: "Als je wilt evalueren moet je toch gegevens hebben, met gegevens van onderzoek sta je sterker, kun je beter evalueren."

Over het algemeen doelt men op summatieve evaluatie, als men de term evaluatie gebruikt. Formatief evaluatieonderzoek komt nog nauwelijks voor in de Nederlandse musea (Voor uitleg over summatieve en formatieve evaluatie zie inleiding). Van alle geïnterviewde museummedewerkers is Jan Sas de enige die echt ervaring heeft met dergelijk onderzoek.

In een artikel in de Museumvisie (oktober 1986, nr. 3 pag. 127-128) beschrijft hij een soort tussenvorm van summatief en formatief evaluatieonderzoek, namelijk het "corrigerend evaluatieonderzoek".

Onder corrigerend evaluatieonderzoek verstaat hij: Het evalueren van een tentoonstelling onmiddellijk na de opening. Het voordeel van dit soort onderzoek is dat je geen ruimte, geld en tijd nodig hebt voor proefopstellingen en dat je toch de nodige correcties kunt aanbrengen, want de tentoonstelling zal dan nog geruime tijd staan.

In het artikel geeft hij een voorbeeld van zo'n corrigerend evaluatieonderzoek dat hij heeft uitgevoerd in het Jan Cunencentrum

in Oss in 1986, onmiddellijk na de opening van de tentoonstelling "Verover het beeld".

#### 6. Het ondersteunen van keuzes met behulp van onderzoeksresultaten

Een ander toepassingsgebied is het ondersteunen van keuzes met behulp van (statistisch) materiaal. De onderzoeksresultaten worden dan als legitimering gebruikt.

Aik Meeuse zegt hierover: "Het is goed om argumenten te verzamelen om inhoudelijke discussies te onderbouwen."

Anja van 't Hoenderdaal geeft van een dergelijke toepassing een praktisch voorbeeld: "Wij (de Educatieve Dienst) geven bezoekers soms een walkman mee waarop een aantal dingen iets duidelijker worden uitgelegd. We hebben mensen, na het gebruik van die walkmans eens een enquête laten invullen. Daaruit bleek dat die walkmans goed werkten. Dat was een legitimering naar de directie toe: Zie maar, het werkt!"

Om de resultaten van publieksonderzoek voor dit doel te kunnen gebruiken is het m.i. wel noodzakelijk dat deze resultaten niet meerduidelijk uit te leggen zijn. Margreet Anceaux van het Museum voor Land- en Volkenkunde te Rotterdam merkt hierover op: "Je merkt -ik maak me er zelf ongetwijfeld ook schuldig aan- dat je een aantal ideeën hebt over wat waarschijnlijk uit zo'n onderzoek zal gaan komen, en als je dan de cijfers voor je neus krijgt dan heb je sterk de neiging om die cijfers te gebruiken om jouw mening te onderbouwen, maar daar schiet je niets mee op."

#### 7. Het verwerven van geld van overheden en/of sponsors

"Je kunt de gegevens van publieksonderzoek gebruiken om bepaalde dingen gedaan te krijgen van politieke subsidiegevers. Bijvoorbeeld als er iets in het museum verbeterd moet worden kun je dat proberen aan te tonen met behulp van statistische gegevens", aldus Chris Will van het Museum Boymans- van Beuningen.

Ook Aik Meeuse is zich hiervan bewust: "Je kunt de gegevens gebruiken voor het aantrekken/verwerven van nieuw geld, niet alleen van overheden, maar ook van sponsors."

In het museum Boymans van Beuningen is de sponsormedewerkster dan ook een groot voorstandster van publieksonderzoek "want je kunt het imago van het museum eindelijk eens duidelijk krijgen om daarmee naar het bedrijfsleven toe te werken", aldus Chris Wil.

Eventuele sponsors zijn voornamelijk geïnteresseerd in het verkrijgen van naambekendheid en ondersteuning van hun imago. Musea kunnen de eventuele sponsors een goed bereikbaar publiek bieden, dat qua inkomen, opleiding etc. binnen de doelgroep van deze eventuele sponsors valt. Daarom is het belangrijk dat een museum zoveel mogelijk van dit soort gegevens over het publiek verzamelt. Hoe beter deze gegevens overeenstemmen met het profiel van een eventuele gebruiker/afnemer des te aantrekkelijker wordt het voor een bedrijf om tot sponsoring over te gaan. In het kort komt het erop neer dat je, om eventuele sponsors naar je toe te halen, over voldoende gegevens over het publiek moet beschikken.

## 8. Bewegwijzering/routing

Het is mogelijk om met behulp van publieksonderzoek uit te zoeken of de bewegwijzering binnen, maar ook buiten het museum functioneert. De heer Staal van het Catharijneconvent zegt hierover: "De bewegwijzering in het museum is slecht, dat weet ik dan nu en daar zijn we mee bezig. We krijgen daarbij ook hulp van mensen, die zich beroepshalve bezighouden met bewegwijzering. Dat doen we na tien jaar dus niet meer zelf, want het blijkt dat we dat gewoon niet kunnen."

Daarnaast kan publieksonderzoek informatie opleveren over de routing, die het publiek aflegt. De heer Duizer van het NINFI: "Je krijgt meer zicht op de routing, waar ze lang blijven staan."

Ook de heer Staal merkt op: "Ook waar het publiek aan voorbij loopt kom je te , dus wat de onaantrekkelijke afdelingen zijn."

## 9. Wat betreft praktische beslissingen bij de inrichting van tentoonstellingen

Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde: "Je ontdekt dingen, waarvan je zegt, verdorie, dat is stom, dat moeten we de volgende keer beter doen. Er was bijvoorbeeld een inleidende tekst bij de tentoonstelling "Jaargetijden van de mens", maar die hing pal om de hoek van de ingang, dus een heleboel mensen liepen daaraan voorbij. Ook de indeling van de entree kwam niet over. Zo zijn er een heel stel praktische dingen waar je achter komt als je systematisch onderzoek doet."

De heer Staal sluit zich hierbij aan: "Je kunt bijvoorbeeld te horen krijgen dat bij bepaalde vitrines de bordjes te laag staan of te ver in de kast om nog zonder bril te kunnen lezen."

## 10. Specifieke toepassingen

Deze paragraaf komt aan het eind van dit hoofdstuk omdat ik de lijn van mijn verhaal niet onnodig wilde vertroebelen, maar toch ook de lezer deze voorbeelden uit de praktijk niet wilde onthouden.

Chris Will van het Museum Boymans- van Beuningen: "Tijdens het afgelopen museumweekend is er onderzocht of het museum dan nieuwe mensen trekt of dat het eigenlijk een festijn is voor de vaste cliënteel."

Dan van Golberdinge van De Commanderie van St.-Jan: "Ik had het idee dat de belangstelling van scholen wat wegebde. Maar uit onderzoek bleek dat dat eigenlijk niet zo was en dat er andere redenen waren waarom de scholen niet konden komen, bijvoorbeeld door moeilijkheden in het onderwijs zelf."

Anja van 't Hoenderdaal van het Anne Frank Huis: "Aan de hand van de onderzoeksresultaten konden we beslissen dat we ons in de winter bewuster gaan richten op het Nederlandse publiek. Verder komen veel mensen alleen voor het achterhuis en worden de tentoonstellingen over het heden nauwelijks bekeken. Juist dat "heden" vinden we belangrijk. We gaan nu dus het "heden" in alle tentoonstellingsonderdelen stoppen, ze actualiseren."

Aik Meeuse van het Tropenmuseum: " Bij de tentoonstelling over Indonesië bleek de catalogus niet te verkopen. Uit onderzoek kwam naar voren dat velen niet wisten dat er überhaupt een catalogus was. Nu kun je dat makkelijk veranderen: je kunt ze neerleggen bij de tentoonstelling.

De heer van den Oord van het Rijksmuseum Vincent van Gogh: "Als je eenmaal je bedding gevonden hebt (daar heb je publieksonderzoek bij nodig) dan kun je het omkeren: het museum kan voor onderzoek dienen, want je bent een herkenbaar lichaam."

### Terugblik

In dit hoofdstuk zijn een aantal categorieën van mogelijke toepassingen van de resultaten van publieksonderzoek aan de orde gekomen. Ik heb er geen zicht op in hoeverre deze toepassingen ook in werkelijkheid worden uitgevoerd: ik kan slechts afgaan op wat er hier tijdens de interviews over is gezegd. Dit zou eventueel als onderwerp voor een volgend onderzoek kunnen dienen. Verder valt het op dat men bij marketing over het algemeen slechts aan publiekswerving/publiciteit denkt, terwijl marketing veel meer is. Een ander aspect, zoals de wijze van voorlichting in het museum valt hier eigenlijk ook onder, maar wordt door de ondervraagden als een soort aparte categorie van toepassingen benoemd. Blijkbaar is de veelomvattende betekenis van het begrip marketing nog niet bij alle museummedewerkers ingeburgerd.

## HOOFDSTUK 12

WAT IS DE HOUDING VAN DE GEINTERVIEWDEN TEN OPZICHTE VAN  
PUBLIEKSONDERZOEK?Inleiding

In dit hoofdstuk wil ik nagaan of de geïnterviewde museummedewerkers positief, neutraal dan wel negatief ten opzichte van publieksonderzoek staan. Dit is echter niet zo eenvoudig na te gaan. Ten eerste zijn er meer gradaties in de houding van de geïnterviewden aan te brengen dan een simpel positief/neutraal/negatief.

Ten tweede kan ik slechts afgaan op hetgeen er tijdens de interviews is gezegd en kan ik niet nagaan in hoeverre dat wat men gezegd heeft ook in de praktijk tot uiting komt.

Toch wil ik een poging wagen om een indeling te maken in de houding van de geïnterviewden. Ik wil dit doen aan de hand van hetgeen men concreet over dit onderwerp gezegd heeft. Daarnaast zal ik tussen de regels proberen door te lezen om te kijken of er dingen gezegd zijn, die impliciet iets duidelijk maken over de houding van de geïnterviewde museummedewerkers ten opzichte van publieksonderzoek.

Daarna wil ik nagaan of er per museum een soort algemene consensus heerst over publieksonderzoek, omdat je niet voetstoots kunt aannemen dat de mening van een geïnterviewde representatief is voor hoe de andere museummedewerkers binnen hetzelfde museum denken over publieksonderzoek.

1. Wat hebben de geïnterviewden nu concreet gezegd over hun houding ten opzichte van publieksonderzoek?

Dertien van de zestien geïnterviewden zeggen positief ten opzichte van publieksonderzoek te staan. In deze uitspraken wil ik nuances aanbrengen aan de hand van de andere dingen die men gezegd of gedaan heeft (of men bijvoorbeeld zelf het initiatief neemt tot publieksonderzoek, of er concrete plannen zijn voor publieksonderzoek in de nabije toekomst, of men veel tijd in publieksonderzoek steekt, etc.).

De dertien personen zijn: De heer Staal van het Rijksmuseum het Catharijneconvent, Jan Sas van het Maritiem Museum, Chris Will van het Museum Boymans-van Beuningen, Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde, De heer Duizer van het NINT, Pieter van der Heijden van het Rijksmuseum, mevrouw van de Kieft van het Amsterdams Historisch Museum, Anja van 't Hoenderdaal van het Anne Frank Huis, Aik Meeuse van het Tropenmuseum, De heer van den Dord van het Rijksmuseum Vincent van Gogh, De heer Bloemhof van het Natuurmuseum, Wilma van Leur van het Verzetsmuseum en mevrouw van Leeuwen van het Mauritshuis.

Hieronder zal ik hen ~~een~~ voor ~~een~~ behandelen.

De heer Staal van het Rijksmuseum het Catharijneconvent zegt dat hij erg veel waarde toekent aan publieksonderzoek.

Ten tijde van het interview was hij in onderhandeling met een onderzoeksbureau over een in de nabije toekomst te houden publieksonderzoek.

Hij plaatst wel de kanttekening dat het moeilijk is dat er soms resultaten uit een onderzoek komen waar je niets mee kunt doen. Hij geeft hier een voorbeeld van: Het schijnt dat er nogal wat vooroordelen heersen ten opzichte van religieuze kunst (De collectie van het museum bestaat uit religieuze kunst). "Dat is iets wat je als museummedewerker nauwelijks kunt veranderen."

Jan Sas van het Maritiem Museum zegt over publieksonderzoek: "Om in te zoomen op het kennishniveau van de bezoeker is het doen van onderzoek noodzakelijk."

Tevens doet hij regelmatig -op eigen initiatief- zelfstandig onderzoek in het Maritiem Museum. Zijn hele houding, wat hij zegt, wat hij doet maakt duidelijk dat publieksonderzoek iets is dat volledig in (zijn) museumbeleid is opgenomen.

Chris Will van het Museum Boymans-van Beuningen vertelde dat hij de mening van E. Beenker (Hoofd van de afdeling Communicatie, met wie hij nauw samenwerkt), dat publieksonderzoek niet nodig is, niet deelt. Samen met de sponsormedewerkster heeft hij het initiatief genomen tot een publieksonderzoek dat waarschijnlijk in de nabije toekomst zal gaan plaatsvinden.

Ger van Wengen van het Rijksmuseum voor Volkenkunde gaat in op het verschil tussen onderzoek naar de publiekssamenstelling en gedragsonderzoek. Onder gedragsonderzoek verstaat hij: "Onderzoek naar hoe mensen met een tentoonstelling omgaan, wat ze van een tentoonstelling opsteken, hoe men een tentoonstelling ervaart, hoe ze er doorheen lopen, waar hun aandacht op valt en waarop niet en hoe dat komt.

Deze vorm van onderzoek vindt hij veel nuttiger dan onderzoek naar de publiekssamenstelling "omdat de een na de ander dergelijk onderzoek doet en er iedere keer weer feilloos hetzelfde uitkomt."

Hij benadert niet zelf studenten, maar daar krijgt hij ook eigenlijk de kans niet voor: vrijwel ieder jaar bieden zich kandidaten aan. Over een student, die zich recentelijk aanmelde om onderzoek in het Rijksmuseum voor Volkenkunde te doen zegt hij: "Als hij onderzoek wil doen, laat hem dan in godsnaam zijn gang gaan, want wij hebben er misschien ook iets aan."

In het Rijksmuseum zijn in verhouding veel publieksonderzoeken gedaan. Pieter van der Heijden steekt er veel tijd in: gesprekken voeren met de onderzoekers, zich grondig verdiepen in het onderzoeksrapport, evaluatiegesprekken organiseren, etc. Hij vindt dat je eigenlijk alle middelen (teksten, dia's, etc. maar ook het tentoonstellen zelf) zou moeten testen.

Onderzoek naar de publiekssamenstelling hoort volgens hem in het "basisonderzoekspakket": "Een dergelijk onderzoek moet je een keer op poten zetten en het herhalen is dan niet zo moeilijk meer. Ik snap niet waarom musea daar niet in slagen!"

Hij maakt echter twee kanttekeningen. Ten eerste vindt hij dat resultaten van publieksonderzoek vaak niet praktisch toepasbaar zijn, "maar je neemt het wel mee in je "basiskennis"."

Ten tweede vindt hij het jammer dat bepaalde vragen zo vaak herhaald worden: "De vrijetijdsbesteding is volgens mij in Amsterdam niet veel anders dan in Haarlem. Dat weet het C.B.S. (Centraal Bureau voor de Statistiek) allemaal wel, je moet het alleen af en toe periodiek controleren"



De heer Duizer van het NINT vindt publieksonderzoek "heel erg nodig, omdat je je juist als museum toch wat agressiever in de markt moet opstellen." Het NINT heeft niet zozeer een conserverende taak, er is geen collectie, geen depot: "Wij hebben geen oude dingen, op enkele uitzonderingen na. Wij kunnen ons dus juist heel erg richten op de publieksgerichte taak." In de zeer nabije toekomst gaat men in het NINT een soort permanente enquête houden. Dit gebeurt op initiatief van de heer Duizer. Over een onderzoek binnen het onderwijs, dat binnenkort door H.E.A.O.-studenten uitgevoerd zal worden zegt hij: "Hierop zal ik mijn beleid met betrekking tot het onderwijs bepalen." Hij hecht blijkbaar zoveel waarde aan publieksonderzoek, dat hij zijn beleid erop wil baseren.

Mevrouw van de Kieft van het Amsterdams Historisch Museum zegt ook positief over publieksonderzoek te zijn. "Marktonderzoek is buitengewoon nuttig", vertelt ze, maar "het heeft niet de hoogste prioriteit, want we zitten zeer krap met geld". Ook zij vraagt zich af of het wel zoveel zin heeft om onderzoek naar de publiekssamenstelling te doen. "Er zijn al zoveel van dat soort onderzoeken gedaan, dat ik me afvraag of de uitkomst erg verschilt met ons museum, maar toch zou ik het wel willen."

Anja van 't Hoenderdaal van het Anne Frank Huis staat zeer positief ten opzichte van publieksonderzoek. In het Anne Frank Huis maakt men dan ook grondig gebruik van de resultaten van publieksonderzoek. Over een onderzoek dat in 1984 uitgevoerd is vertelt Anja van 't Hoenderdaal: "Als we het onderzoek van '84 niet hadden gehad, dan hadden de vernieuwingsplannen er heel anders uitgezien."

Samen met haar collega's van de Educatieve Dienst doet zij regelmatig zelf kleine onderzoekjes. Ze zegt hierover: "In de toekomst wil ik voor vrijwel ieder schoolproject een voorkennisonderzoekje doen." Er kan gezegd worden dat publieksonderzoek in het Anne Frank Huis behoorlijk ingeburgerd is en dat men veelvuldig gebruik maakt van de resultaten die publieksonderzoek opleveren.

Ook Aik Meeuse van het Tropenmuseum is zeer positief over publieksonderzoek. In het Tropenmuseum wordt ieder jaar een publieksonderzoek gedaan door studenten. Aik Meeuse neemt, indien niemand zich aanmeldt, zelf het initiatief tot het werven van studenten. Hij steekt zeer veel tijd in publieksonderzoek: gesprekken met de onderzoekers, het organiseren van evaluatiegesprekken, het voorbereiden van de onderzoeksrapporten, die elk staflid van het museum krijgt, etc.. De onderzoeksresultaten worden ook gebruikt. Hij vertelt bijvoorbeeld dat hij, toen hij in het Tropenmuseum begon, in 1986, zijn publiciteitsplan heeft gebaseerd op een onderzoek naar de naambekendheid van het Tropenmuseum.

De heer van den Oord van het Rijksmuseum Vincent van Gogh zegt over het publieksonderzoek dat daar in 1975 werd gedaan: "Het onderzoek was op ons initiatief. Ik vond het werkbaar om te wie er kwamen. (...) Als het uit jezelf komt om onderzoek te doen, ben je eerder geneigd de zaken serieus te nemen en daar iets mee te doen." Dit klinkt allemaal zeer enthousiast, maar na het onderzoek van 1975 is er in het Rijksmuseum Vincent van Gogh

geen onderzoek meer geweest.

Wilma van Leur van het Verzetsmuseum vindt dat publieksonderzoek nuttig kan zijn "mits het gericht gebeurt."

Er is in het Verzetsmuseum tot nu toe één onderzoek gedaan, dat is uitgevoerd door een H.E.A.O.-studente. Hoewel Wilma van Leur wel wensen heeft met betrekking tot publieksonderzoek zijn er geen concrete plannen voor de toekomst op dit gebied. Dit wordt o.a. veroorzaakt door het feit dat men in het Verzetsmuseum niet zoveel mankracht heeft. Ze zegt hier verder nog over: "Een bureau kunnen we niet betalen en zelf studenten zoeken die onderzoek willen doen is te veel gedoe."

De heer Bloemhof van het Natuurmuseum staat ook positief ten opzichte van publieksonderzoek. Het onderzoek van 1988 dat uitgevoerd is door H.E.A.O.-studenten vond plaats op verzoek van het museum. Voor de toekomst heeft hij veel plannen op gebied van publieksonderzoek, maar deze zijn nog niet in concrete stappen omgezet. Het is niet helemaal duidelijk of er in de toekomst in het Natuurmuseum een "traditie" van publieksonderzoek zal ontstaan.

In het Mauritshuis heeft er de laatste dertig jaar geen publieksonderzoek plaats gevonden. Toch denkt mevrouw de Leeuw positief over publieksonderzoek. Zij voegt er aan toe: "In de beperkte zin dan. De samenstelling is het belangrijkste, de waardering wil ik ook wel, maar ik hoef niet te onderzoeken of ze na de tentoonstelling wanneer Rembrandt leefde, dat is niet interessant." Ook vindt zij onderzoek nu nog niet noodzakelijk: "Dat moet als je geprivatiseerd bent, en zo ver is het gelukkig nog niet!"

Tot zover de dertien museummedewerkers, die zeggen positief ten opzichte van publieksonderzoek te staan. De drie geïnterviewde museummedewerkers die nu nog overblijven zeggen neutraal tot negatief ten opzichte van publieksonderzoek te staan.

Margreet Anceaux van het Museum voor Land- en Volkenkunde zegt het volgende over publieksonderzoek: "Ik sta er een beetje neutraal tegenover. Van een aantal dingen heb ik het gevoel dat je dat met wat gezond verstand ook wel kunt bedenken." Toch geeft ze toe: "Maar soms sla je de plank mis, het is zeker nuttig om dat onderbouwd te zien." Ze vertelt verder: "De belangwekkendheid van onderzoek hangt er toch vanaf of je bereid bent je programma bij te stellen en dat is hier nog even twijfelachtig." Toch is zij ingegaan op een aanbod van het I.E.S.O., een commercieel onderzoeksbureau. Dit bureau heeft onderzoek gedaan naar de naambekendheid van een aantal culturele en recreatieve instellingen. Het Museum voor Land- en Volkenkunde zat daar ook bij. Voor een bepaald bedrag kon men dan de verwerking van de gegevens en de daaraan te verbinden conclusies kopen. Men had hier blijkbaar wel geld voor over, want het rapport is door het museum aangekocht.

Dan van Golberdinge van de Commanderie van St. Jan klinkt niet bepaald positief over publieksonderzoek: "Je kunt er niet echt iets praktisch mee doen, dat heb je met de meeste onderzoeken op dat gebied, die zijn voorspelbaar. De bezoekers zijn voornamelijk

mensen met een hogere opleiding, hogere salarissen. Er zitten niet veel uit de arbeidersklasse bij. Dat weet je gewoon wel. (...) Het is goed dat er een tijdlang onderzoek gedaan is, maar als je er twintig hebt gezien dan blijken ze allemaal hetzelfde te zijn, dus waarom zou je de eenentwintigste doen?" Hij ziet blijkbaar weinig heil in onderzoek naar de publiekssamenstelling. Helemaal ongeïnteresseerd is hij echter niet. Kwalitatief onderzoek vindt hij wel weer interessant, maar het herhalen van dit soort onderzoek vindt hij ook ietwat overdreven. Hij zegt er het volgende over: "Je kunt beter kwalitatief onderzoek doen, bijvoorbeeld een onderzoek over teksten, wat bij het Rijksmuseum gedaan is. Dan moeten we onze teksten daar op aanpassen. (...) Dat is dan nu uitgevonden, dan hoeft het niet meer onderzocht te worden."

Ondanks het feit dat er in het Stedelijk Museum veel publieksonderzoek heeft plaatsgevonden laat Maarten Bertheux zich nogal negatief uit over publieksonderzoek: "Tijdens de periode dat ik hier werk zijn er geen publieksonderzoeken geweest, met andere woorden: ik vind het niet belangrijk. Ik bedoel dat een beetje ironisch, natuurlijk is het belangrijk, maar een aantal uitkomsten van publieksonderzoek vertoont een aantal constanten." Ook hij doelt hierbij op onderzoek naar de publiekssamenstelling. Hij gaat verder: "Wat je praktisch met publieksonderzoek zou kunnen doen dat is mij ook niet 100% duidelijk." Blijkbaar is publieksonderzoek iets dat niet zo leeft voor hem. Opvallend is dat hij niet op de hoogte was van het laatste publieksonderzoek, dat gedaan is in het Stedelijk Museum voordat hij er werkte ("Wat Amsterdam betreft", A. Cavallaro & L. Puts, 1986). Ondanks dit alles vertelde hij dat hij aan het onderhandelen was met een onderzoeksbureau. Over wat er precies onderzocht moest worden en met wie hij aan het onderhandelen was wilde hij zich niet verder uitlaten. In dit geval is het zeer moeilijk te peilen wat de geïnterviewde nu precies van publieksonderzoek vindt, omdat hij nogal wat tegenstrijdige dingen heeft gezegd.

## 2. De mening van de collega's van de geïnterviewde museummedewerkers

Tijdens het afnemen van de interviews is ook aan de orde gekomen wat de collega's van de geïnterviewde museummedewerkers over publieksonderzoek vinden. Het blijkt dat er weinig musea zijn, waar iedereen dezelfde mening heeft over publieksonderzoek. Een algemene consensus op dit gebied is eerder uitzondering dan regel.

Het Anne Frank Huis is zo'n uitzondering. Volgens Anja van 't Hoenderdaal denken alle museummedewerkers positief over publieksonderzoek. Ze zegt hierover: "Publieksonderzoek is niet alleen een zaak van de Educatieve Dienst. Het Anne Frank Huis is geen museum met ouderwetse afdelingen."

In musea met een kleine staf is men het meestal redelijk eens over publieksonderzoek. Dit is bijvoorbeeld het geval bij het Verzetsmuseum, waar de staf uit slechts twee personen bestaat, bij het Natuurmuseum en het Mauritshuis. Bij grotere musea, waar de publieksgerichte en de schappelijke afdelingen meestal meer gescheiden zijn dan bij musea met een

kleine staf, komt het vaak voor dat de mensen met publieksgerichte taken er een andere mening op na houden dan de meer schappelijk gerichte conservatoren. De laatsten vinden publieksonderzoek niet zo nodig, of het interesseert ze niet zo veel. De heer Duizer van het NINT vertelt hierover: "Er zijn ook mensen, die zeggen dat publieksonderzoek niet nodig is en dat het publiek toch wel komt als er goede prestaties geleverd worden." Tijdens het interviewen is er echter geen enkel geval aan de orde gekomen waar er sprake was van echte "tegenstanders".

In het Rijksmuseum voor Volkenkunde denkt ook niet iedereen hetzelfde over publieksonderzoek. Ger van Wengen zegt hierover: "Publieksonderzoek is toch iets dat bij de conservatoren niet zo leeft als bij mij, want ik ben meer met publiek bezig. Zij hebben meer iets van: "ach, wat leuk, dat dat gedaan is en nu gaan we weer over tot de orde van de dag."

Ook Aik Meeuse heeft dergelijke ervaringen: "Het rare is, dat iedereen vindt dat het nodig is, ze vinden het prachtig, dat ik het op me neem. Maar er komt toch weinig respons. Soms moet ik ze echt naar evaluatiegesprekken toe trekken, terwijl zij toch de meest belanghebbenden kunnen zijn."

### Terugblik

De meeste geïnterviewden zeggen positief te staan ten opzichte van publieksonderzoek. Maar wat iemand in theorie vindt hoeft niet altijd in de praktijk tot uiting te komen. Het is dus ook niet zo, dat als men zegt waarde te hechten aan onderzoek dat dat dan automatisch betekent dat publieksonderzoek een eigen plaats heeft gekregen in de musea waar deze mensen werkzaam zijn. Dit is bij slechts weinig musea het geval.

Het is opmerkelijk dat een aantal geïnterviewden aangeeft niet meer zo geïnteresseerd te zijn in onderzoek naar de publieks-samenstelling, omdat zij menen dat dit soort onderzoek over het algemeen toch steeds dezelfde uitkomsten oplevert.

Algehele consensus over publieksonderzoek is uitzonderlijk, maar komt vaker voor in musea met een kleine staf dan in de grotere musea, waar de publieksgerichte en de schappelijke afdelingen meer gescheiden zijn. Over het algemeen kun je stellen dat de mensen, die op de publieksgerichte afdelingen werken positiever ten opzichte van publieksonderzoek staan dan de meer-schappelijk gerichte conservatoren.

HOOFDSTUK 13  
CONCLUSIES

In de inleiding werd al vermeld dat er allerlei aanwijzingen zijn, die aannemelijk maken dat publieksonderzoek niet bepaald ingeburgerd is in de Nederlandse musea. Laten we eens kijken of hetgeen uit dit onderzoek naar voren komt dit bevestigt dan wel tegenspreekt:

-Over het algemeen valt het op dat de meeste museummedewerkers nauwelijks actief zijn in het lezen van onderzoeksrapporten van publieksonderzoek dat niet in het eigen museum is gedaan. Dat is jammer, want het is mogelijk dat er onderzoek gedaan is dat ook voor het eigen museum interessant is, dat er een situatie heerst, die vergelijkbaar is met die in het eigen museum. Ook het gevaar van het herhalen van onderzoek dreigt als men niet van elkaar weet wat er op onderzoeksgebied gebeurt. Ik denk hierbij bijvoorbeeld aan onderzoek naar beteksting, audiovisuals, etc., zaken waar elk museum mee te maken heeft.

Het nauwelijks lezen van elkaars onderzoeksrapporten is niet alleen te wijten aan desinteresse, maar wordt ook veroorzaakt door het feit, dat men niet weet welke publieksonderzoeken er gedaan worden/zijn bij andere musea, tenzij men mensen kent die werkzaam zijn in het betreffende museum (Zie hoofdstuk 2 Wat voor ervaring hebben de geïnterviewden opgedaan met publieksonderzoek dat buiten het eigen museum gedaan is?).

- Er zijn drie museummedewerkers geïnterviewd, die werkzaam zijn in musea, die niet op de lijst van Harry Ganzeboom voorkomen en waarvan dus aangenomen kon worden dat daar geen publieksonderzoek heeft plaatsgevonden. Tijdens het interviewen bleek echter dat er in twee van deze drie musea wel degelijk publieksonderzoek is gedaan. Dit zou kunnen betekenen dat de lijst van Harry Ganzeboom niet helemaal volledig is (Zie hoofdstuk 3 Als er geen publieksonderzoek heeft plaatsgevonden, wat zijn daar dan de redenen voor?)

- Tevens bleek tijdens het interviewen, dat er in een aantal musea meer publieksonderzoek gedaan is, dan staat aangegeven op deze inventarisatie. Hierdoor is één museum (Commanderie van St. Jan) in categorie B terechtgekomen, terwijl later bleek dat dit museum eigenlijk in categorie A had gehoord (Zie onderzoeksopzet). Voor mijn onderzoek heeft dit gelukkig nauwelijks consequenties: Uit categorie A zijn er dus eigenlijk zeven (in plaats van zes) en uit categorie B zes (in plaats van zeven) musea gekozen.

- Het komt slechts bij twee musea voor (en hier komt binnenkort één bij), dat er publieksonderzoek "in huis" wordt gedaan. Publieksonderzoek "in huis" wil zeggen dat de museummedewerkers zelfstandig onderzoek doen zonder hulp van derden. Een probleem van het zelfstandig opzetten en uitvoeren van onderzoek is, naast het feit dat de benodigde kennis aanwezig moet zijn, de hoeveelheid mankracht die zo iets vraagt, met name in de uitvoerende fase. Verder blijkt uit de problemen, die het laten

uitdelen van enquêteformulieren door suppoosten opleverden, dat voor "goed enquêteren" wel enige scholing vereist is. Daar staat tegenover dat je alles in eigen hand houdt (Zie hoofdstuk 4 Wie zijn de uitvoerders van publieksonderzoek?)

- De meeste publieksonderzoeken worden uitgevoerd door studenten. Dit zijn voornamelijk studenten van de H.E.A.O., de Universiteit (sociale schappen) of de Reinwardt Academie. In vrijwel alle gevallen boden de studenten zich zelf aan. Een aantal geïnterviewden is zeer tevreden over het werken met studenten. Deze mensen zijn over het algemeen zeer betrokken bij publieksonderzoek en steken veel tijd in de begeleiding ervan. Een ander deel van de geïnterviewden is geneigd publieksonderzoek, gedaan door studenten minder serieus te nemen en klaagt over de kwaliteit van de vraagstelling van de onderzoeken en over het feit dat de onderzoeksperiode meestal ingepast moet worden in het lesprogramma.

- Het voordeel van het laten uitvoeren van onderzoek door studenten is dat het goedkoop is (Zie hoofdstuk 4 Wie zijn de uitvoerders van publieksonderzoek?)

- Over het laten uitvoeren van publieksonderzoek door een onderzoeksbureau of betaalde onderzoekers oordelen de geïnterviewden zonder uitzondering positief. De keuze voor een bureau wordt meestal bepaald door het feit dat men iemand van het betreffende onderzoeksbureau/de onderzoekers kent of al eerdere ervaring met dat bureau/deze onderzoekers heeft. Nadeel van het uitbesteden van publieksonderzoek aan een bureau is dat het een vrij kostbare zaak is (Zie hoofdstuk 4 Wie zijn de uitvoerders van publieksonderzoek?).

- Over het algemeen zijn de contactpersonen (binnen het museum en/of tussen museum en onderzoekers) mensen, die functies vervullen binnen de publieksgerichte afdelingen van het museum. Het komt echter maar in heel weinig musea voor dat de verantwoordelijkheid voor publieksonderzoek is vastgelegd in een functieomschrijving. Dit wijst erop dat publieksonderzoek nauwelijks geïntegreerd is in het museumbeleid (Zie hoofdstuk 5 Wie zijn contactpersoon binnen het museum en tussen het museum en de onderzoekers?).

- Voordat een publieksonderzoek plaats vindt komt het soms aan de orde tijdens een (staf)vergadering, soms ook niet. Na afloop, als het onderzoeksrapport gereed is, wordt het vrijwel altijd gemeld in een (staf)vergadering, maar vaak ook niet meer dan dat. Er zijn nauwelijks musea, waar er sprake is van een enigszins "vaste procedure van intern overleg" voor het geval er publieksonderzoek plaatsvindt.

- Als er onderzoek gedaan wordt door betaalde onderzoekers is er altijd sprake van intensief overleg tussen museum en onderzoekers, waarbij de museummedewerkers kunnen zeggen wat ze onderzocht willen zien en hoe zij vinden dat dat aangepakt moet worden. In het geval er publieksonderzoek door studenten wordt gedaan lijkt het niet altijd even vanzelfsprekend te zijn dat de museummedewerkers kunnen aangeven wat men onderzocht wil zien en hoe dat dient te gebeuren. Het resultaat hiervan kan zijn dat men langs elkaar heen werkt en de museummedewerkers niet meer zo geneigd zijn het onderzoek serieus te nemen (Zie hoofdstuk 6 Is

er sprake van overleg tussen de museummedewerkers onderling en tussen museum en onderzoekers?).

- De financiële situatie op het gebied van publieksonderzoek is niet bepaald rooskleurig te noemen. Vaste budgetten zijn zeldzaam en niet voldoende om onderzoek uit te besteden. Het is waarschijnlijk niet toevallig dat in de twee musea, waar er wel sprake is van een vast budget voor publieksonderzoek tevens de verantwoordelijkheid voor publieksonderzoek in functieomschrijvingen is vastgelegd.

(on)Kosten voor publieksonderzoek gaan over het algemeen af van geld dat voor andere zaken gereserveerd is. Deze financiële situatie geeft m.i. een indicatie van het belang dat de verschillende musea hechten aan het doen van onderzoek. Publieksonderzoek heeft nog steeds geen eigen plaats binnen het museumbeleid en dat werkt natuurlijk door in het geld dat ervoor beschikbaar is of je kunt beter zeggen: het geld dat er niet voor beschikbaar is (Zie hoofdstuk 7 Hoe zit het met de financiële kant van publieksonderzoek?).

- De geïnterviewden blijken veel wensen op gebied van publieksonderzoek te hebben als je ze vraagt een verlanglijstje te maken en daarbij zaken als geld, tijd en mankracht even buiten beschouwing te laten. Ondanks het feit dat er maar weinig van deze wensen in concrete onderzoeksplannen omgezet worden, blijkt toch dat men in de helft van de musea, waar iemand geïnterviewd is, concrete onderzoeksplannen heeft. In een aantal musea heeft men zelfs besloten in de toekomst regelmatig publieksonderzoek te gaan doen (Zie hoofdstuk 8 Wat voor wensen heeft men op het gebied van publieksonderzoek en hoofdstuk 9 Zijn er concrete plannen voor de nabije toekomst?).

- Een aantal geïnterviewden geeft aan niet te kunnen beoordelen of een publieksonderzoek methodologisch <sup>wetenschappelijk</sup> goed in elkaar zit (Zie hoofdstuk 10 Welke eisen stelt men aan publieksonderzoek?).

- Sommige geïnterviewden hebben een zeer uitgesproken mening over wat je met de resultaten van publieksonderzoek kunt doen en zijn in staat onmiddellijk een opsomming te geven van mogelijke toepassingen. Anderen hebben er niet zulke duidelijke ideeën over en vragen zich af of je überhaupt wel iets met de resultaten van publieksonderzoek kunt doen. Al met al kwam er toch een breed scala van mogelijke toepassingen van de resultaten van publieksonderzoek naar voren. Ik heb helaas weinig zicht op wat er nu werkelijk in de praktijk wordt toegepast. Dit zou eigenlijk nog eens onderzocht moeten worden.

- Het is opvallend dat men bij marketing over het algemeen slechts aan publiekswerving/publiciteit denkt, terwijl marketing veel meer is. Blijkbaar is de veelomvattende betekenis van het begrip marketing nog niet bij alle museummedewerkers ingeburgerd.

- Formatief evaluatieonderzoek wordt nauwelijks toegepast (Zie hoofdstuk 11 Wat denkt men met de resultaten van publieksonderzoek te kunnen doen?).

- De meeste geïnterviewden zeggen positief ten opzichte van publieksonderzoek te staan. In de praktijk komt dit echter niet

tot uiting: er zijn maar weinig musea, waar publieksonderzoek een eigen plaats heeft gevonden binnen de organisatiestructuur van het museum.

- Een aantal van de geïnterviewden geeft aan niet meer zo geïnteresseerd te zijn in onderzoek naar de publiekssamenstelling, omdat zij menen dat dit soort onderzoek eigenlijk steeds dezelfde gegevens oplevert. Hun interesse gaat steeds meer uit naar andere vormen van onderzoek, zoals evaluatie- en gedragsonderzoek.

- Het is eerder uitzondering dan regel dat er binnen één museum een algehele consensus bestaat over publieksonderzoek. Er is meestal een verschil tussen de opvattingen van de mensen die op de publieksgerichte afdelingen werken en de meer wetenschappelijk gerichte conservatoren. De eerste groep staat veel welwillender tegenover publieksonderzoek dan de laatste, die er eerder onverschillig tegenover staat (Zie hoofdstuk 12 Wat is de houding van de geïnterviewden ten opzichte van publieksonderzoek?).

De bovengenoemde zaken lijken te bevestigen wat er in het begin van dit hoofdstuk geopperd werd: publieksonderzoek heeft nog nauwelijks een eigen plaats binnen de musea en het museumbeleid. Toch zijn er een aantal ontwikkelingen gaande, die wijzen op een verandering van het onderzoekklimaat: In het Tropenmuseum is in 1986 Aik Meeuse aangenomen als "Hoofd Afdeling Voorlichting en Publiciteit". In zijn functieomschrijving staat dat hij o.a. verantwoordelijk is voor het initiëren en het coördineren van publieksonderzoek. Er wordt daar elk jaar een publieksonderzoek gedaan door een student. Als zich niemand aanmeldt om onderzoek te doen gaat Aik Meeuse zelf op zoek naar een student, die onderzoek wil doen. Ook hanteert men daar zowel intern (binnen het museum) als extern (tussen museum en onderzoekers) een "vaste procedure" van overleg in het geval er publieksonderzoek plaats vindt.

Iets dergelijks is ook het geval in het Maritiem Museum te Rotterdam, waar iemand is aangesteld voor het zelfstandig doen van onderzoek en in wiens functieomschrijving dat ook is opgenomen. Er wordt daar dan ook veel en regelmatig aan publieksonderzoek gedaan. Ook het NINT gaat zich structureel met publieksonderzoek bezig houden: er zal in de toekomst een soort permanente enquête gehouden worden waarbij er elke maand twee dagen geënquêteerd wordt (op een doordeweekse dag en op een dag in het weekend) zodat men alle reacties op eventuele veranderingen zeer nauwlettend in het oog kan houden. Daarnaast zal er ieder jaar een student van de H.E.A.O. te Amsterdam komen om onderzoek te doen naar één van de publieksgroepen van het museum. Elk jaar wordt een andere doelgroep nader bekeken.

De Educatieve Dienst van het Anne Frank Huis doet sinds een aantal jaren eveneens regelmatig zelfstandig kleine publieksonderzoekjes en zal dat ook in de toekomst blijven doen.

Het "nieuwe" in de boven beschreven situaties is het feit dat publieksonderzoek hier een eigen plaats aan het krijgen is binnen het museumbeleid. Het is in plaats van een randverschijnsel aan het veranderen in iets dat past in de organisatiestructuur van het museum. Of deze ontwikkeling zich door zal zetten, zich zal gaan verdiepen en verbreden is iets dat de toekomst uit zal moeten wijzen.



## HOOFDSTUK 14

### AANBEVELINGEN

Ik zou het mezelf wel al te gemakkelijk maken door te stellen dat de Nederlandse musea maar meer tijd en geld moeten uittrekken voor het doen van publieksonderzoek. Daarmee zou ik totaal voorbijgaan aan het feit, dat er zo weinig tijd en nog minder geld beschikbaar is. Daarnaast ontbreekt het bij museummedewerkers nog vaak aan inzicht in wat men met de resultaten van publieksonderzoek zou kunnen doen.

Om de resultaten van publieksonderzoek ten volle te kunnen benutten, om te stimuleren dat publieksonderzoek zich van een randverschijnsel kan ontwikkelen tot een effectief beleidsinstrument wil ik de volgende aanbevelingen doen:

- Er zou een databank op het gebied van publieksonderzoek moeten komen, waarin alle onderzoeksrapporten (mits het betrokken museum daar toestemming voor geeft) opgeslagen zijn naast literatuur met betrekking tot publieksonderzoek en de toepassing daarvan. Deze databank zou bijvoorbeeld opgenomen kunnen worden in de bibliotheek van de Boekmanstichting of die van de Reinwardt Academie en moet vrij toegankelijk zijn voor iedereen. Misschien een idee voor een eindexamenproject voor de Reinwardt Academie?

- Om ervoor te zorgen dat museummedewerkers op de hoogte zijn van de onderzoeken, die zijn uitgevoerd zou men in de Museumvisie een klein rubriekje kunnen opnemen, waarin "pas verschenen" onderzoeksrapporten vermeld worden.

- Als er publieksonderzoek door studenten gedaan wordt komt het voor dat museummedewerkers niet echt de kans krijgen om aan te geven wat zij onderzocht willen zien en hoe zij vinden dat dat moet gebeuren. Met als resultaat dat er vragen blijven liggen, die voor hen eigenlijk interessanter zijn dan hetgeen er onderzocht wordt en dat is jammer. Museummedewerkers moeten dus- wat het uiten van hun wensen betreft- wat meer op hun strepen staan en (mede)bepalen wat en hoe er precies onderzocht moet worden. Dit is trouwens niet alleen hun verantwoordelijkheid, maar ook die van de studenten en de begeleidende docenten.

- De verantwoordelijkheid voor het begeleiden, initiëren, coördineren of het zelfstandig uitvoeren van publieksonderzoek moet vastgelegd worden in de functieomschrijving van een bepaald persoon of personen.

- Een klein aantal geïnterviewden gaf aan niet te kunnen beoordelen of een onderzoek aan de methodologisch/<sup>wetenschappelijke</sup> eisen voldoet. Het lijkt me verstandig als zij ervoor zorgen meer informatie te krijgen over het doen van publieks-onderzoek. Als men publieksonderzoek uitbesteedt is het niet nodig dat men in staat is zelfstandig een publieksonderzoek uit te voeren, maar- om niet volkomen afhankelijk te zijn- is het prettig als men enigzins kan beoordelen of een onderzoek goed in elkaar steekt of niet.

- Museummedewerkers moeten in overweging nemen een (kleine) post "publieksonderzoek" op de begroting te zetten.

- Om ervoor te zorgen dat alle medewerkers van een museum kennis (kunnen) nemen van de onderzoeksresultaten en bij het onderzoek betrokken worden, dient er een enigzins "vaste procedure van overleg" ingesteld te worden voor het geval er publieksonderzoek plaatsvindt ingesteld. Hierbij stel ik mij bijvoorbeeld het volgende voor:

- vooraf overleg tussen de museummedewerkers onderling over wat men zoal onderzocht wenst te zien
- na afloop moet iedere museummedewerker een exemplaar krijgen van het onderzoeksrapport. Het zou ideaal -maar niet noodzakelijk- zijn als degene, die contactpersoon is tijdens het publieksonderzoek, deze zou vergezellen van een briefje, waarop staat welke delen met name voor de betrokken persoon van belang zijn
- vervolgens dient het onderzoeksrapport tijdens een evaluatiegesprek uitgebreid aan de orde te komen, om te overleggen wat men met de onderzoeksresultaten kan en wil doen. Het onderzoeksrapport moet niet alleen besproken worden als het onderzoek "interessant" lijkt, maar ook als het dat op het eerste gezicht niet zo schijnt te zijn. Je kunt immers nooit .

- Het zou niet onverstandig zijn om ook voor het overleg tussen museum en onderzoeker(s) een soort "vaste procedure van overleg" in te stellen.

- Er zou een publicatie moeten komen, die uitgebreid alle mogelijke toepassingen van de resultaten van publieksonderzoek behandelt, met veel duidelijke voorbeelden uit de praktijk.

- Zoals in het vorige hoofdstuk al werd vermeld: een aantal geïnterviewden geeft aan niet meer zo geïnteresseerd te zijn in onderzoek naar de publiekssamenstelling. Misschien is de tijd rijp om andere vormen van onderzoek, bijvoorbeeld de summatieve- en formatieve evaluatie, gedragsonderzoek en -zoals Jan Sas het noemt- corrigerend evaluatieonderzoek te (her)introduceren. Er zou een publicatie moeten komen, waarin alle soorten van publieksonderzoek duidelijk uitgelegd worden. In deze publicatie moeten ook veel praktijkvoorbeelden opgenomen worden.

- Omdat er zo weinig geld beschikbaar is om publieksonderzoek uit te besteden kunnen museummedewerkers overwegen om zelf eens een- niet al te ingewikkeld- onderzoekje te doen. Er zal dan behoefte zijn aan een publicatie over hoe je een onderzoekje opzet en uitvoert en misschien zelfs wel aan een korte cursus hierover. Verder zou het prettig zijn als de museummedewerkers, die daadwerkelijk een onderzoekje gaan doen om hulp kunnen vragen aan een speciaal daarvoor aangestelde persoon, die kan helpen bij het maken van de onderzoeksopzet en de verwerking: een soort "onderzoekscounselant".

#### Suggesties voor verder onderzoek:

- De geïnterviewden noemden een groot aantal mogelijke toepassingen van de resultaten van publieksonderzoek. Het lijkt me interessant om te onderzoeken welke hiervan daadwerkelijk in

de praktijk uitgevoerd worden.

- Voor dit onderzoek heb ik ook drie mensen geïnterviewd, die werkzaam zijn in musea, die niet voorkomen op de inventarisatie van Harry Ganzeboom (Deze lijst is samengesteld in het kader van een onderzoek naar het publiek van de Nederlandse musea dat hij samen met Folkert Haanstra in opdracht van het ministerie van W.V.C. heeft uitgevoerd) en waarvan dus kon worden aangenomen, dat daar geen publieksonderzoek heeft plaatsgevonden. Het bleek echter, dat er in twee van deze drie musea wel degelijk onderzoek is gedaan. Tevens bleek er in een aantal musea meer publieksonderzoek te zijn gedaan dan in deze inventarisatie vermeld staat. Dit zou erop kunnen wijzen, dat er in Nederland meer publieksonderzoek gedaan is dan men op dit moment denkt. Het lijkt me nuttig (in verband met een eventuele databank) dit verder te onderzoeken.

GERAADPLEEGDE LITERATUUR

Cor Blok, "Het museum nieuwe stijl is een open huis in de regio", Museumjournaal (1977) nr.1 p.1-6.

Pablo Colette, Musea in Nederland en marketing (Groningen 1983)

Paul DiMaggio, M. Useem, P. Brown, Audience Studies of the Performing Arts and Museums: a critical review (Cambridge, Massachusetts 1978).

J. van den Doel en A. Hoogerwerf (red.), Gelijkheid en ongelijkheid in Nederland, analyse en beleid (Alphen aan den Rijn 1975).

Drs. Thea J. van Eijnsbergen, Verkenkend onderzoek onder de musea in Nederland (Den Haag 1972).

Joost Elfers en Mike Schuyt (red.), Groot museumboek (Amsterdam 1989).

H. Garzeboom en F. Haanstra, Museum en publiek, een onderzoek naar ontwikkelingen in publiek en publieksbenadering in de Nederlandse musea door middel van heranalyse van bestaande publieksgegevens en heronderzoek van educatieve medewerkers (Rijswijk 1989).

B. Graf, "Besucherbezogene Museumsforschung zwischen Anspruch und Wirklichkeit", Museumskunde 50 (1985) nr.3 p.157-162.

Bert Holman, Opvattingen over het educatieve werk van musea, een analyse van een twintigtal interviews (Amsterdam 1980).

Joanna E. Jarret, "Learning from developmental testing of exhibits", Curator 29/4 (1986) p.295-306.

Wim Knulst, "Museumbezoek, een curiositeit in de cultuurparticipatie?", Museumjournaal (1980) nr.3 p.106-107.

Michel Meissen, "Publieksonderzoek in de museumwereld", Dokboek Boekmanstichting (1973-1974) nr.4 p.7-10.

P. van Mensch, "Musea en onderzoek", Museumvisie 8 (1984) nr.3 p.69-71.

Bert van Mourik, Krijgen is de kunst (1984).

Henk Mourits, "British Museum of Natural History: trendsetter voor gebruik A.V.-media", Museumvisie 9 (1985) nr.2 p.49-51.

Drs. F. van Puffelen, Marketing in de culturele sector (Den Haag 1982).

Ineke Ravestijn, Evaluation research in museums, Reinwardtcahier (Leiden 1987).

Dr. A.B. Ringeling, De instrumenten van het beleid (Alphen aan den Rijn 1983).

Gerrit Jan de Rook, "Het museum en zijn publiek", Museumjournaal (1980) nr.3 p.112-113.

A. Seret, Museum open (Enkhuizen 1978).

P.G. Swanborn, Aspecten van sociologisch onderzoek (Boom, Meppel en Amsterdam 1983).

J. Vaessen, Op zoek naar legitimiteit, een analyse en interpretatie van de Nederlandse museumdiscussie 1974-1979 (Tilburg 1979).

G.D. van Wengen, Educatief werk in musea (Groningen 1975).

BIJLAGES

## BIJLAGE 1

LIJST MET NAMEN VAN DE GEINTERVIEWDEN EN HUN FUNCTIES

## Categorie A

1. JAN SAS Maritiem Museum Prins Hendrik Rotterdam  
Hoofd Educatie
2. PIETER VAN DER HEIJDEN Rijksmuseum Amsterdam  
Wetenschappelijk medewerker Educatieve Afdeling
3. DHR STAAL Rijksmuseum Het Catharijneconvent  
Hoofd Afdeling Presentatie
4. GER VAN WENGEN Rijksmuseum voor Volkenkunde Leiden  
Hoofd Educatieve Dienst
5. MAARTEN BERTHEUX Stedelijk Museum Amsterdam  
Hoofd Communicatie Afdeling
6. AIK MEEUSE Tropenmuseum Amsterdam  
Hoofd Afdeling Voorlichting en Publiciteit

## Categorie B

7. MEVR. VAN DE KIEFT, Amsterdams Historisch Museum Amsterdam  
Coördinatrice Educatieve Dienst
8. DAN VAN GOLBERDINGE Commanderie van St. Jan Nijmegen  
Hoofd Educatieve Dienst
9. DHR C. WILL Museum Boymans -van Beuningen Rotterdam  
Educatie conservator Afdeling Oude Kunst, tevens P.R. -medewerker
10. MARGREET ANCEAUX, Museum voor Land- en Volkenkunde Rotterdam  
Stafmedewerker Public Relations
11. DHR BLOEMHOF Natuurmuseum Enschede  
Educatief medewerker
12. DHR DUIZER NINT Amsterdam  
Hoofd Publieksdienst
13. DHR VAN DEN OORD Rijksmuseum Vincent van Gogh Amsterdam  
Hoofd Afdeling Voorlichting

## Categorie C

14. ANJA VAN 'T HOENDERDAAL Anne Frank Huis Amsterdam  
Educatief medewerkster
15. MEVR VAN LEEUWEN Mauritshuis Den Haag  
Conservator tevens educatief medewerkster
16. WILMA VAN LEUR Verzetsmuseum Amsterdam  
Educator

## BIJLAGE 2

LIJST VAN PUBLIEKSONDERZOEK DAT GEDAAN IS IN DE MUSEA WAAR DE  
GEINTERVIEWDEN WERKZAAM ZIJN

| Wijze van noteren: |   |  |
|--------------------|---|--|
| jaartal            | tentoonstelling   | uitvoerenden   |
| 1.                 | Amsterdams Historisch Museum  |  |
| 1972               |   | T. Bierlaagh e.a.  |
| 1973               | "Amsterdam die kleine stad"   | H. Duin e.a.   |
| 1973               | "Amsterdam die grote stad"  | A. Hallie e.a.   |
| 1975               | "Amsterdam onder stoom I"   | W. Hagedoren e.a.  |
| 1974               | "Amsterdam onder stoom II"  | K. Slooten e.a.  |
| 2.                 | Anne Frank Huis   |  |
| 1985               | "leven in een vrij land"  | NIPO   |
| 1987               | "SHOAH bekeken"   | Stichting Centrum<br>van Onderwijsonder-<br>zoek, Anne Frank-<br>stichting |
| 1989               | "Walkmanonderzoek"  | Anne Frankstichting  |
| 1989               | "Anti-semitisme"  | Anne Frankstichting  |
| 3.                 | Commanderie van Sint Jan  |  |
| 1983               | "Moderne kunst, wat doe je ermee?"  | Dan van Golberdinge  |
| 1986               | "De Educatieve afdeling en het<br>onderwijs"  | Y. Rensink   |
| 1987               | "Museum in de markt"  | I. Willems   |
| 4.                 | Maritiem Museum Prins Hendrik   |  |
| 1981               |   | Gem. Bureau voor On-<br>derzoek en Statis-<br>tiek                         |
| 1985               | "onderzoek naar het kennisnivo<br>van leerlingen van diverse op-<br>leidingen op maritiem gebied" | Jan Sas  |
| 1985               | "onderzoek naar het kennisnivo<br>van bezoekers van Museumschip<br>de Buffel"                     | Jan Sas  |
| 1986               | "Openingsweek"  | Jan Sas  |
| 1986-              | "onderzoek aan de hand van<br>klachtenformulieren"  | Jan Sas  |
| 1988               | "museumweekend"   | Jan Sas  |
| 1987               | "museumweekend"   | Jan Sas  |
| 1988               | "tentoonstelling Ver Huell  | Jan Sas  |
| 1989               | "tentoonstelling 'Schipbreuk',<br>een 'titelonderzoek' "  | Jan Sas  |
| 1989               | "'s nachts varen de boten   | Jan Sas  |
| 5.                 | Mauritshuis   |  |
|                    | geen  |  |



6. Museum Boymans-van Beuringen  
 1971  
 1975  
 1976 "Symbolisme in Europa"  
 1983 "Symbolisme in Europa"  
 1979 "De fiets"  
 1983 "De fiets"  
 1979 "Goden en Farao's"  
 1983 "Goden en Farao's"  
 1981 "Oude ingang"  
 1981 "Nieuwe ingang"
7. Museum voor Land- en Volkenkunde  
 1968  
 1979 "Spoor der Irokezen"  
 1981  
 1981 "Turks kind"  
 1982 "Turks kind"  
 1983 "Islam, een levenswijze"  
 1988 "In geuren en kleuren"
8. Natuurmuseum  
 1977  
 1988
9. NINT Technologisch Museum  
 1987
10. Rijksmuseum  
 1970 "Rembrandttentoonstelling"  
 1975  
 1976 "Queuen voor de Nachtwacht"  
 1979 "Tot lering en vermaak"  
 1979 "Het vaderlands gevoel"  
 1984 "'t Wandelpapier"  
 1987 "Kunst voor de beeldenstorm"  
 1988 "Meesters van het landschap"
11. Rijksmuseum Het Catharijneconvent  
 1981  
 1984
- Intomart  
 L.A. Welters  
 Gem. Bureau Onderzoek en Statistiek  
 R. van der Meijden & J.W. van der Ploeg  
 Gem. Bureau Onderzoek & Statistiek  
 R. van der Meijden & J.W. van der Ploeg  
 Dienst Gem. Musea Rotterdam  
 R. van der Meijden & J.W. van der Ploeg  
 P. Das  
 P. Das
- P. Kruithof  
 Veldkamp (bureau)  
 P. Das  
 P. Das (Gemeent. bureau voor onderzoek en statistiek)  
 J. Mohrs  
 J. Mohrs.  
 Ton Wagemakers
- P.W.J. Bettenhausen  
 H.E.A.O.
- Stichting voor Marktonderzoek
- C.R.M.  
 Rijksuniversiteit Groningen  
 O. Valkman  
 I. Smit & E. Temme  
 A. Visser & E. Temme  
 J. Sas & L. Derks  
 A. Cavallaro, L. Derks & L. Puts  
 E. Puts e.a.
- E. Wesselingh  
 (M.E.A.O student)  
 Ch. A. Borremans  
 (H.E.A.O student)

- 1987 R. van Son  
(vrijwilliger)
- 1987 "Kunstschatten uit Freiburg"  
(vrijwilliger met  
medewerking van de  
museummedewerkers)
12. Rijksmuseum Vincent van Gogh  
1975 Intomart
13. Rijksmuseum voor Volkenkunde  
1982 "Tentoonstelling poppen"  
1983 "Indianen van Mexico"  
1983 "Vier eeuwen Nederland-Japan"  
1987 "Kijken naar Jaargetijden"  
1988 "Jaargetijden van de mens"  
E. Blokzijl e.a.  
R. Gerritsen & I.  
Ravestijn  
Reinwardtstudenten;  
I. Ravestijn  
L. Vervoorn  
J. van Gemerde e.a.
14. Stedelijk Museum  
1970 "April"  
1975 "April"  
1970 "Augustus"  
1975 "Augustus"  
1970 "De brug & stuwijng"  
1975 "De brug & stuwijng"  
1975  
1979  
1980  
1982  
1985 "La Grande Parade"  
1986 "Wat Amsterdam betreft"  
Intomart  
L.A. Welters  
Intomart  
L.A. Welters  
Intomart  
L.A. Welters  
Rijksuniversiteit  
Groningen  
H. de Roij  
Dijkman & Oppenhui-  
zen  
Intomart Qualitatief  
E. van Megen e.a.  
A. Cavallaro & L.  
Puts
15. Tropenmuseum  
1963 C. Varkevisser & E.  
van der Zee  
1973 "Museumbezoekers en de derde  
wereld"  
1976 "Thailandtentoonstelling"  
1986 "Afdeling Zuidoost Azië"  
1986 "Totem, goden, helden en hei-  
ligen"  
1987 "Totem, goden, helden en hei-  
ligen"  
1988 "Budaya Indonesia"  
C. Doerbecker  
D. Boukema  
D. Damen & M.  
Jantzen  
S. Hulsman  
C. Maris-Molen  
E. Stoop
16. Verzetsmuseum  
1989 N. van Berkel  
(H.E.A.O studente)

Jan Sas, Maritiem Museum Prins Hendrik

Aan de Leuvehaven in Rotterdam -waar anders- dicht bij het beroemde beeld van Zadkine staat het moderne Maritiem Museum (berekend op rolstoelen) en ligt het museumschip. In steeds wisselende opstellingen toont het museum met de modernste middelen zijn collectie -waarin beroemde museumstukken- op thema's uit de historie of de actualiteit.

Computerspulletjes, beeldplaten en videofilms worden niet geschuwd. Daarnaast is er het Vademecum, de vaste presentatie van het museum, waar overzichtelijk een aantal elementaire zaken wordt behandeld: schip en vaarweg, bemanning en voortstuwing, navigatie en scheepsbouw. In de hal ziet men welke schepen de laatste vierentwintig uur de haven zijn binnengelopen en op de tweede verdieping kan men zelf door de periscoop kijken. Vlak voor het museum ligt het ramtorenschip "Buffel" afgemeerd. Hier kan men een kijkje nemen in de bemanningsverblijven, de kombuis en de commandantskamer.

### Interview

Wat kun je met de resultaten van publieksonderzoek doen?

Het ligt eraan wat je ermee beoogt. Allereerst vraag ik me altijd af: wat wil ik bereiken met dit onderzoek? Eén van de dingen, die ik soms wil weten is wat de bezoekers al weten over een bepaald onderwerp. Daarnaast stel ik vaak vragen over motivatie en verwachtingen. Waarom is een tentoonstelling voor publiek interessant en wat vindt men dat er op een tentoonstelling te zien zou moeten zijn? Verder vraag ik, als ik tijdens een tentoonstelling een onderzoek doe, wel eens naar de mate van satisfactie. Dat doe ik met behulp van vragen als: "Vond u het een interessante tentoonstelling en waarom is het dan interessant?"

Een andere vraag, die ik regelmatig stel is: "Komt u nog een keer terug, en zo ja, waarom?"

Onze P.R.-afdeling wil altijd weten welke mensen het museum bezocht hebben. Ze zijn het meest geïnteresseerd in de demografische gegevens.

Het afgelopen museumweekend heb ik ook onderzoek gedaan. We waren namelijk heel benieuwd of we tijdens zo'n weekend nieuwe mensen trekken of dat het eigenlijk een festijn is voor onze vaste bezoekers.

Vragen over faciliteiten, bijvoorbeeld vragen over de koffieshop, de parkeergelegenheid en meer van dat soort dingen stel ik meestal niet. Ik vraag wel weer hoe mensen naar het museum toe zijn gekomen, of ze met het openbaar vervoer komen of niet.

Wat kun je daadwerkelijk met die gegevens doen?

Je moet daar een marketingbeleid op enten.

Je denkt aan werving?

Ja, ook, kijk, als ik soep maak en die wil ik verkopen, dan moet ik ten eerste weten of mijn soep goed is en ten tweede moet ik dan proberen die soep aan de man te brengen. Zo geldt dat ook voor een museum.

Ik heb laatst bijvoorbeeld een onderzoekje gedaan voor een tentoonstelling van Ver Huell. Daarin zat de vraag: "Weet u wat een

Na afloop zeker, van tevoren niet. Dat beperkt zich soms tot dat ik het aankondig.

Na afloop komt er een rapportje?

Ja, soms wel en soms beperkt het zich alleen maar tot de percentages. Dan is het zonde om het verder uit te werken.

Lezen de anderen de rapportjes?

Ja, het wordt wel gelezen, ja hoor, men is er hier behoorlijk in geïnteresseerd, omdat men het toch ziet als een soort thermometer om te peilen of wat wij doen een beetje aanslaat.

Onze P.R.-afdeling vraagt er ook heel expliciet om.

Hoe heeft u voor het eerst kennisgemaakt met publieksonderzoek?

Tijdens mijn studie sociale psychologie. Ik ben ook afgestudeerd op een publieksonderzoek dat gedaan is in het Rijksmuseum.

Leest u ook rapporten van onderzoeken die in andere musea zijn gedaan?

Ja, soms vraag ik ze aan. Er is een club in Utrecht, ik weet niet of de naam Elbert Temme je iets zegt, maar daar ben ik bij afgestudeerd. En van de andere studenten, die bij hem gestudeerd hebben, krijg ik ook altijd de rapporten van onderzoek dat zij gedaan hebben, bijvoorbeeld van Lucas Derks.

Hoe zit het financieel?

Er is een vast budget van tienduizend gulden per jaar. Dat is veel te weinig, je kunt er geen extern onderzoek voor laten doen. Dat zou u wel graag willen?

Ja, eigenlijk wel, maar dat kost te veel, dat is absoluut niet haalbaar.

Heeft u wensen op het gebied van publieksonderzoek?

Ja, ik zou graag onderzoek doen naar de ervaringen van bezoekers in musea.

Legt u dat eens uit.

Nou, wat gebeurt er met een bezoeker als hij door het museum gaat, wat zijn er voor indrukken, wat is het effect van al die visuele prikkels. Het I.P.M. (Instituut voor Psychologisch Markt-onderzoek) heeft samen met de Erasmus Universiteit iets ontwikkeld waardoor men oogbewegingen kan meten. Wat het I.P.M. dus doet, en wat ook bij zintuigfysiologie in Eindhoven gebeurt, is het meten van oogbewegingen met een computer. Uitzoeken wat aandacht krijgt en wat niet. Ik ben overigens meer geïnteresseerd in bewegende zaken. Een gemiddeld bezoek duurt anderhalf uur en wat gebeurt er allemaal met die bezoeker, als hij binnen komt, als hij moet betalen of niet, als hij binnenstapt is er dan een oriëntatie of niet? Daarnaast heeft hij misschien trek in koffie met appelgebak, een ander komt weer specifiek voor de tentoonstelling, nou, hoe kijken mensen dan, wat gebeurt er dan? Daar moet je veel mensen voor onderzoeken, denk ik, om dat allemaal te kunnen achterhalen.

U bedoelt een soort sociologisch/psychologisch onderzoek?

Ja, ik weet niet of je het zo moet noemen. Ja, in ieder geval met behulp van experimenten, want als je het hebt over publieksonderzoek, dan is het afnemen van een vragenlijst eigenlijk een ontzettend amateuristische methode. Er zijn natuurlijk hele goede methoden om ervoor te zorgen dat de vragenlijsten behoorlijk representatief zijn, maar daadwerkelijk iets onderzoeken, nagaan of mensen ergens iets van hebben opgestoken, dat doe je natuurlijk het beste door een groep mensen door je museum heen te jagen, en een andere groep niet en die dan dezelfde vragen te stellen.

Je zou er allerlei onderzoeksmethoden voor moeten gebruiken: vragenlijsten, observaties, kwantitatief onderzoek etc.

aquarel is?" Het bleek dat de meeste mensen dat wel wisten, dus we hebben geen informatie in de tentoonstelling opgenomen over wat een aquarel is. In plaats daarvan hebben we iets verteld over de Molukse opstand, een onderwerp dat ook in de tentoonstelling aan de orde kwam, omdat uit datzelfde onderzoekje bleek dat men daar over het algemeen niet veel over wist. Nou, als je het dan hebt over proberen in te zoemen op de attitude van de bezoekers, het kennisniveau als men binnenkomt, daarvoor is dit soort onderzoek best noodzakelijk.

Iets anders is: verwacht men hier scheepsmodellen te zien, of verwacht men -het is een modern gebouw- computers e.d.?

Verwacht men dat hier bepaalde dingen te zien zullen zijn en als dat niet het geval is, wat gebeurd er dan?

Dat soort dingen onderzoek je om je aan te kunnen passen aan het publiek?

Precies, ja. Ik heb ook wel eens een onderzoek gedaan, dat was nog voor de opening, naar het documentatiesysteem. We hebben hier namelijk een documentatiesysteem en dat moest door het publiek bediend kunnen worden. Ik doe dan een vorm van formatief evaluatieonderzoek, terwijl het ontwikkeld wordt, dan kan het meteen aangepast worden. Formatief evaluatieonderzoek doen wij hier verhoudingsgewijs veel te weinig, omdat daar nauwelijks tijd voor is in de praktijk. Dat soort onderzoek is heel moeilijk te plannen, want tentoonstellingen zijn eigenlijk altijd pas op het laatste moment klaar.

U doet zelf onderzoek in huis?

We doen de publieksonderzoeken allemaal zelf. Ik coördineer ze en zet ze op.

U komt steeds met ideeën voor onderzoek?

Ja, ik besluit gewoon dat er een onderzoek moet komen, het zit in mijn functiepakket. Ik kondig aan dat ik onderzoek ga doen en dan gebeurt het.

Wie voeren de onderzoeken uit?

De uitvoering gebeurt eigenlijk op twee manieren. De ene is de we enquêtes laten uitdelen door zaalwachters, daar ben ik niet tevreden mee. Je hebt te maken met een te grote wisseling van mensen. Het komt ook voor dat de respons dan zeer laag is. Bij het onderzoek tijdens de tentoonstelling " 's Nachts varen de boten" zijn door de suppoosten 390 bezoekers gevraagd om mee te doen aan het onderzoek. 181 weigerden, dat is een verschrikkelijk hoog aantal. 209 namen het formulier mee en uiteindelijk kregen we 100 ingevulde formulieren terug. Dus er zijn 400 mensen benaderd en er hebben er maar 100 meegewerkt. Het afgelopen museumweekend heb ik onderzoek gedaan en toen heb ik zelf de vragenlijsten uitgedeeld. Dan haal ik een respons van 95-98%.

Het is wel zo dat men er bij statistisch onderzoek van uitgaat dat er mensen weigeren mee te werken, maar door de grote hoeveelheid probeert men toch te komen tot een behoorlijk representatief beeld. Maar zo'n onderzoek waarbij nogal wat mensen weigeren, ja, dan blijkt dat niet alleen te zijn omdat men geen zin heeft om het formulier in te vullen, maar ook omdat men een negatieve boodschap heeft en dan liever niet meewerkt aan een publieksonderzoek. Als je er dan niet even met die mensen over praat, dan zeggen ze nee. Als je daarentegen zegt: "Juist als u het niet leuk vindt moet u meedoen, daar hebben we wat aan, we willen graag uw mening weten, dan krijg je wel een hele hoge respons.

Gaat publieksonderzoek naar de stafvergadering?

Zou u dat kunnen uitvoeren?

Ik heb er wel een aanzet toe gedaan. Ik wacht erop dat het wordt opgepakt. Ik denk dat dit ~~een~~ van de essentiële zaken is waar het bij publieksonderzoek om gaat: Wat gebeurt er nou met al die mensen?

Zijn er nog meer dingen die u zou willen onderzoeken?

Nee, eigenlijk niet, alleen het bovenstaande. Als ik daar achter zou kunnen komen, dan zou ik heel tevreden zijn.

Wat voor voorwaarden stelt u aan publieksonderzoek?

Dat mensen eerlijke antwoorden geven. Ik probeer dat er altijd wel uit te halen. Verder moeten de wetenschappelijke/technische zaken goed zijn, maar dat spreekt vanzelf.

Zijn er concrete plannen voor de toekomst?

Er komt een onderzoek bij de tentoonstelling die nu staat ("Ver Huell"). Er is vooraf een onderzoek geweest en nu komt er een onderzoek achteraf: weten de bezoekers er nu meer van?

Verder toets ik de waardering.

Ik wil ook nog uitzoeken welke computerspelletjes de mensen leuk vinden, of ze te moeilijk of te makkelijk zijn. Verder wil ik uitzoeken hoe vaak mensen met die spelletjes spelen.

Zodat je ze kunt aanpassen?

Ja.

Vindt iedereen hier onderzoek interessant?

Nee, zeker niet. Algemeen gezien zijn er mensen, die zeggen: "Als je goed kijkt heb je helemaal geen publieksonderzoek nodig.

Hoe zit dat binnen jullie staf?

Er is niemand die dat zegt, maar er is wel een schaal. Er zijn mensen, die zeggen.: "ach, wat leuk dat hij het doet!"

Ik zou best stagiaires willen hebben voor onderzoek. Maar dat ligt niet zo gemakkelijk, de aanvoer is uiterst klein. Ik ben niet actief bezig met werven, maar als er studenten zijn, die onderzoek zouden willen doen, laat ze bellen, graag.

Pieter van der Heijden, Rijksmuseum

In 1808 nam koning Lodewijk Napoleon het initiatief tot de oprichting van een Koninklijk Museum, met de bedoeling te komen tot "ene verzameling van schilderijen, teekeningen, verschillende werken van beeldhouwkunst en ciselure, gesneden steenen, oudheden, kunstzaken en zeldzaamheden van allerlei soort."

Nadat de museumcollectie eerst was ondergebracht in een deel van het Paleis op de Dam en vervolgens in het Trippenhuis, werd aan het eind van de 19e eeuw het huidige Rijksmuseum gebouwd, naar een ontwerp van de architect P.J.H. Cuypers. Het Rijksmuseum is vooral beroemd om zijn 17e eeuwse schilders: Rembrandt, Vermeer, Frans Hals, Jan Steen, Ruysdael en anderen, doch dit is maar ~~een~~ facet van de zeer uitgebreide collectie. Er is een afdeling beeldhouwkunst en kunstnijverheid met o.a. beeldhouwwerk, zilver, meubelen en glas van Europese kunstenaars, een uitgebreide verzameling Delfts aardewerk en Saksisch en Nederlands porcelein. De afdeling Nederlandse geschiedenis geeft een beeld van de historie van Nederland en van de Nederlandse expansie overzee. In het Prentenkabinet wordt in wisselende tentoonstellingen een deel van de enorme verzameling tekeningen en prenten getoond. Verder is er een grote afdeling Aziatische kunst en een indrukwekkende studieverzameling. De bibliotheek bevat werken met betrekking tot kunstgeschiedenis in het algemeen, schilder- en beeldhouwkunst, kunstnijverheid, bouwkunst, topografie, musea en tentoonstellingen.

### Het interview

Mijn voorganger deed al aan publieksonderzoek, ik kwam als het ware in een traditie van onderzoek terecht toen ik hier kwam werken.

Leest u wel eens rapporten van publieksonderzoek dat in andere musea is gedaan?

Ja, ik heb een paar rapporten van publieksonderzoek gelezen, maar er zijn er niet zoveel. Verder lees ik wel eens rapporten van sociaal/psychologisch onderzoek.

Wordt er in de stafvergadering over publieksonderzoek gepraat?

Ja, er wordt in de stafvergadering over gepraat, de resultaten worden geëvalueerd en besproken. Iedereen krijgt de onderzoeksrapporten. Mijn collega's staan er ook wel positief tegenover, ze zijn nu een beetje doordrongen van het nut van publieksonderzoek. Ze lezen de onderzoeksrapporten ook wel.

Het profiel van het publiek wordt nooit echt helemaal duidelijk, want het blijft een beschrijving, een momentopname. De algemene bezoeker bestaat niet. Het is wel belangrijk structureel te blijven onderzoeken, kwantitatief onderzoek hoort in het basispakket. Dat hoeft niet elke keer grootschalig, maar je moet wel de vinger aan de pols houden.

Het is belangrijk dat een eventuele contactpersoon is geïnteresseerd in onderzoek. Zijn functie maakt eigenlijk niet zoveel uit. Het ligt aan het soort van onderzoek dat er plaatsvindt, als het te maken heeft met publiciteit dan moet de P.R.-man het doen, een

kwalitatief onderzoek hoort weer meer bij de Educatieve Dienst. Bij de meest recente onderzoeken ben ik steeds de contactpersoon geweest.

Bij het laatste onderzoek wilde ik weten hoe de tentoonstelling over kwam, of de educatie functioneerde. Toen zeiden de onderzoekers dat zo'n vraag niet meetbaar is. Je kunt hoogstens uitzoeken wie van wat gebruik maakt. Ze braken mijn vraag in kleine stukjes, die wel operationaliseerbaar waren en stelden van tevoren criteria vast waarbij iets wel of niet als succes gold. De onderzoekers waren leerlingen van E. Temme en we hadden goede ervaringen met ze in het verleden. Ze kenden het museum goed, dat scheelde een heleboel uitleg, ze waren heel deskundig. Ze kwamen ook niet met dingen aan als: maak het museum vijf gulden goedkoper. Ze hadden feeling voor wat wel en niet zinnig is voor een museum.

We hebben zelf om het onderzoek gevraagd. De onderzoekers zijn ook betaald.

Vooraf zijn er langdurige, intensieve vergaderingen geweest met de onderzoekers.

Achteraf was er ook overleg, de aanbevelingen kwamen in samenwerking met ons tot stand. Het kostte veel tijd, maar het resulteerde in een zeer degelijk onderzoek.

Wat kun je doen met de resultaten van publieksonderzoek?

Je kunt er niet echt veel praktische dingen mee doen. Sommige dingen zijn wel handig om te weten. Je neemt het als een soort bagage mee, bij alle dingen die je erna doet.

Wat zou je graag willen onderzoeken?

Het gebruik van audiovisuele middelen, hoe de bezoeker ermee om gaat. Wat betreft teksten wil ik wel alle ideeën die ik erover heb uitgetest zien.

Voorop staat de algemene, generaliserende kant van een publieksonderzoek, ad hoc onderzoek zegt wel iets over bijvoorbeeld een tentoonstelling, maar bij een volgende tentoonstelling is er weer een nieuwe situatie.

Kwantitatief onderzoek hoort er gewoon bij, maar er zijn een heleboel kwalitatieve onderzoeken die ik heel interessant zou vinden.

Je kunt veel zaken, zoals video's, teksten etc., wel testen, maar je doet het toch nooit goed. Ze horen er te zijn, als ze ontbreken is het niet goed, krijg je ook geklaag.

Is er teveel tekst, dan leest men er maar een fractie van, is er te weinig tekst dan wil iedereen meer. Het is heel moeilijk om nou precies te weten te komen hoe je het moet doen. Toch moet je blijven onderzoeken want het kan nog steeds beter.

Ik weet nu al dat algemene tekstborden geen zin hebben, je moet ze ophangen, maar het is net als met audiovisuele middelen op een beurs: je moet ze ophangen, maar niemand kijkt ernaar. Het is heel moeilijk uit te zoeken wat mensen lezen en hoelang.

Je zoekt naar bevestiging van wat je al wist of een afwijkend beeld.

Ik zit hier al tien jaar, alle onderzoeken die hier zijn gedaan heb ik goed bestudeerd. Dan bouw je toch een bepaalde feeling op, maar het blijft hypothetisch.

Eigenlijk zou je alle middelen moeten testen, daarmee bedoel ik ook het tentoonstellen op zich. Het is ook belangrijk om te blijven onderzoeken wie er komen, wat voor mensen dat zijn, ook voor andere musea. Ik snap niet waarom musea daar niet in slagen, dat soort gegevens moet je echt eerst hebben voor je kwalitatief on-



derzoek doet. Je moet toch weten op wie het van toepassing is. Goede onderzoeken zijn belangrijk.

Eigenlijk zou je fundamenteeler onderzoek moeten doen, maar dat is niet iets dat vanuit musea gedaan kan worden. Onderzoek naar wat er gebeurt als iemand met iets geconfronteerd wordt, dat is de essentie van een museum, de confrontatie van een bezoeker met een object. Van het proces dat zich daarbij afspeelt weten we bijna niets. Waarom is de Efteling bijvoorbeeld leuker dan een museum? Als je dat weet heb je tenminste de keus om te bepalen of jouw museum ook zo leuk moet zijn. Het zou ideaal zijn als het publieksonderzoek in Nederland in een dergelijk kader zou gaan vallen, we gaan toch naar een museale samenleving toe, ja toch? Confrontatie-onderzoek kan geen prioriteit zijn van een museum, dat is iets voor de wetenschappelijke wereld. Als ieder onderzoek een klein beetje hierop gericht is, komen we steeds meer te weten.

Het is jammer dat bij publieksonderzoek zoveel vragen herhaald worden. Bijvoorbeeld de vrijetijdsbesteding in Amsterdam is niet zoveel anders dan die in Haarlem, dat weet het C.B.S. (Centraal Bureau voor de Statistiek) allemaal wel. Je moet het alleen af en toe periodiek controleren. Je hoeft niet in elke stad weer opnieuw dergelijk onderzoek te doen.

Welke voorwaarden stelt u aan publieksonderzoek?

De onderzoekers mogen de normale gang van zaken in het museum niet al te veel verstoren. Ze moeten werken vanuit een optiek van mogelijke verbeteringen, niet van mogelijke markementen. Wetenschappelijk gezien moet het in orde zijn, wat betreft opvattingen moeten de onderzoekers niet op een eilandje zitten.

De onderzoeksresultaten moeten het liefst generaliseerbaar zijn naar andere situaties. We streven ernaar om onderzoek flink groot aan te pakken, dan wordt de generaliseerbaarheid groter en kunnen andere musea er ook wat aan hebben. Je wilt natuurlijk ook goede sier maken, vakinhoudelijk gezien wat bijdragen.

De toekomst op gebied van onderzoek ziet er somber uit, er is nauwelijks geld, dus er komt voorlopig geen onderzoek, in ieder geval niet van kwalitatieve aard. Ik vind het wel heel belangrijk dat er kwantitatief onderzoek naar het publiek van het Rijksmuseum komt, ik zal kosten nog moeite besparen om dat gedaan te krijgen. Er moet binnenkort waarschijnlijk meer geld in P.R.-activiteiten gaan en onderzoek is nooit een vaste post op de begroting geweest. We vinden het heel belangrijk, maar we zetten het onderaan op ons lijstje, zo gaat dat. Het blijft schipperen, het is of/of.

Ik zou graag willen dat studenten zich zouden aanmelden. Ik heb wel eens geprobeerd ze actief te werven, maar vroeger lukte dat beter. De Reinwardt Academie doet alleen onderzoek in Leiden, voor psychologie studenten is een museum niet echt interessant, hoewel ze vroeger maar al te blij waren met een onderzoek in een non-profit instelling.

## De heer Staal, Rijksmuseum Het Catharijneconvent

Het museum is gevestigd in het Catharijneconvent, het laat-middeleeuwse klooster van de Utrechtse johannieters. Dit werd door de stad Utrecht in de jaren zeventig gerestaureerd en voor museumgebruik ingericht. In het museum zijn de kerkelijke verzamelingen samengebracht van het Aartsbisschoppelijk Museum te Utrecht, het Bisschoppelijk Museum te Haarlem, het Oud-Katholiek Museum te Utrecht en de Stichting voor Protestantse Kerkelijke Kunst. Deze samenvoeging heeft een omvangrijke historische collectie doen ontstaan die vele facetten van de geschiedenis van de christelijke cultuur in Nederland belicht. In chronologische volgorde wordt de bezoeker getoond en verteld hoe de Nederlandse gebieden zijn gekerstend, hoe de godsdienst er in de middeleeuwen uitzag, wat de gevolgen van de reformatie en de contra-reformatie waren, welke rol de Franse revolutie in het godsdienstig leven heeft gespeeld en hoe het leven van de katholieken en protestanten er in de 19e en 20e eeuw uitzag. Het museum bezit schilderijen van middeleeuwse meesters, middeleeuwse beeldhouwkunst, 17e-eeuwse schilderkunst, een grote verzameling middeleeuwse kerkelijke gewaden, goud en zilver afkomstig uit de katholieke en protestantse eredienst en een grote hoeveelheid handschriften en vroege drukken. Al deze stukken staan opgesteld in hun historische context. Er worden regelmatig tentoonstellingen ingericht rond bepaalde thema's.

### Het interview

Het meeste recente onderzoek heeft plaatsgevonden in 1987.

Er is toen o.a. naar de publiekssamenstelling gekeken.

Het probleem bij dit soort onderzoeken is dat je de mensen na afloop van een museumbezoek ondervraagt. We hebben dat ook wel eens gedaan bij binnenkomst, want je merkt dat mensen niet zo'n behoefte hebben aan een uitgebreid gesprek na afloop van een museumbezoek. Je moet het enerzijds vriendelijk en doeltreffend doen, maar anderzijds mag het ook niet te lang gaan duren.

Er is tot nog toe geen enkel publieksonderzoek uitgevoerd door een bureau.

De aanleiding om de onderzoeken te doen was dat er iemand beschikbaar was, die het wilde doen.

Stagiaires?

Ja, of iets dergelijks.

Wat we te weten wilden komen was de samenstelling van het publiek. Daarnaast wilden we weten hoe men wist van het bestaan van het museum. Dit laatste om te kijken wat het rendement was van een aantal publiciteitsactiviteiten. Niet dat we dat nu weten, hoor!

Het komt er niet genoeg uit, omdat het niet professioneel wordt gedaan. We zijn nu bezig met een bureau. Het enige dat hier een beetje professioneel is aangepakt zijn de onderzoeken van H.E.A.O.-studenten, die wisten in ieder geval iets van statistieken.

Je weet wat meer als toen je eraan begon, maar dat ik er nou effectief mee kan gaan werken, dat is niet zo.

Ik was, als hoofd van de afdeling Presentatie, de contactpersoon tussen museum en onderzoekers. Hoe het allemaal precies is gegaan weet ik niet meer van ieder onderzoek hoor!

Waren er vooraf gesprekken?

Ja, er is van tevoren besproken hoe het aangepakt moest worden, hoe je tot de selectie van de te ondervragen mensen komt.

Wat kun je met de resultaten van publieksonderzoek doen?

Het nut van wat we tot nu toe gedaan hebben, is dat we inzicht kregen in een aantal effecten van ons handelen. Bij een tentoonstelling hoort bijvoorbeeld een affiche, dat verspreidt je, dat kost allemaal geld. Maar is het nou effectief? Als bijna alle geïnterviewden zeggen dat ze niet door het affiche van het bestaan van de tentoonstelling weten, kun je je afvragen of je je deze kosten niet beter kunt besparen.

Ik doe veel met free publicity.

Ik wilde weten waar de bezoekers vandaan komen. Daar heb ik wel ideeën over en die worden dan bevestigd. Het profiel van de bezoeker ken ik wel zo ongeveer. Wat ik niet te weten ben gekomen, en wat nu voorligt bij het komende onderzoek is: wie het museum niet bezoekt. Waarom komen mensen niet naar het museum? Is dat een bewuste keus, is het een gebrek van ons dat we bepaalde kanalen helemaal niet gebruiken? Of heersen er veel vooroordelen ten opzichte van religieuze kunst? Dat kan heel goed, want religie ligt niet zo lekker op het moment. Het uitstellen van bezoek is ook interessant. Het blijkt dat mensen vaak al veel langer van plan zijn het museum eens te bezoeken, maar dat het er niet van komt. Hoe kun je daar meer vat op krijgen? Dat heeft natuurlijk met marketing te maken.

Waar zou je het nog meer voor kunnen gebruiken?

Ook t.a.v. de andere dingen, die je doet kun je opmerkingen verwachten. De bewegwijzering is bijvoorbeeld slecht, dat weet ik, daar zijn we nu mee bezig, we krijgen daarbij ook hulp van mensen, die zich beroepshalve bezig houden met bewegwijzering. Dat doen we na tien jaar dus niet meer zelf, want het blijkt dat we dat gewoon niet kunnen. Dat soort elementen uit je bedrijfsvoering daar kun je veel over te weten komen. Ik zou ook van het publiek willen weten hoe ze tegen het museumwinkeltje aankijken. Ik denk niet goed, maar het heeft niet zoveel zin om dat uit te zoeken, omdat ik het nu toch niet veranderen kan.

Ook ten aanzien van de opstelling kun je vragen stellen, je kunt dan bijvoorbeeld te horen krijgen, dat bij een bepaalde vitrine de bordjes te laag staan, of te ver in de kast om nog met een bril te kunnen lezen.

Ook waar mensen aan voorbij lopen, dus de onaantrekkelijke afdelingen, daar zou ik best wat over willen weten.

Ik heb niet een concreet verlanglijstje, maar je komt, als je met bepaalde onderdelen bezig bent, natuurlijk de hele dag dat publiek tegen. Soms denk ik dan wel eens: daar zou ik meer over willen weten.

Ook zou ik willen weten hoelang mensen over de tijdelijke tentoonstellingen doen, dat soort observaties zou ik graag vaker zien. Ik denk dat je daar veel van kunt opsteken.

Wat was uw eerste kennismaking met publieksonderzoek?

Dat weet ik niet meer.

Ik ben hier in 1978 begonnen, en op een gegeven moment krijg je een stuk reflectie over wat je gedaan hebt. Het jaar daarvoor heb je alleen maar ingericht, er is dan geen publiek.

Verder moeten er soms keuzes gemaakt worden, waarbij het niet per

definitie zo is dat er één de juiste is. Ik zou zoiets dan toch graag ondersteund zien met wat statistisch materiaal.

Leest u wel eens andere rapporten?

Een enkele keer krijg ik wel eens wat onder ogen. Dat is echt een enkele keer. Als ik iets op mijn bureau krijg lees ik het meestal wel, soms krijg je wel eens iets van een collega, niet vaak. Ik weet ook niet meer welke rapporten ik gelezen heb.

Komt publieksonderzoek ook tijdens de stafvergadering aan de orde?

Ja, dat is wel de bedoeling, het is niet altijd gebeurd. Soms wordt de vraag om publieksonderzoek geventileerd in de stafvergadering. Een andere keer wordt er weer niets over gezegd, komt het helemaal niet aan de orde. De bedoeling is wel, en volgens mij is dat ook altijd gebeurd, dat de samenvatting van de uitkomsten in de stafvergadering besproken worden.

Lezen de collega's ook de rapporten van onderzoek dat hier heeft plaatsgevonden?

Ik zou het niet zeker weten, in principe is de hele zaak openbaar. Iedereen kan alles lezen. Toch lijkt het weleens of men zoiets heeft van: "dat is niet direct mijn pakkie an". Zij leggen gewoon prioriteiten anders.

Bent u positief over publieksonderzoek?

Ik ken er erg veel waarde aan toe. Wat dat betreft, het woord marketing is al gevallen, maar een museum is gewoon een produkt.

Wat vinden uw collega's van publieksonderzoek?

Ze staan er wel positief tegenover, als je het ze zou vragen, dan hebben ze er wel een hoge pet van op. Ze lezen ook de samenvatting. Wat betreft het komende onderzoek, daar is men algemeen van overtuigd dat het een goed idee is.

De moeilijkheid is dat er dingen uit onderzoek komen, waar je niets mee kunt doen. Dat is een beetje frustrerend. Nou en dan ga je maar weer over tot de orde van de dag. Hoe komt de keus van een bureau tot stand?

Dat is gewoon een persoonlijke relatie en die kwam met het idee om hier een onderzoek te doen. De referentie, want je trekt zoiets toch na, was goed. Op zich hecht ik er wel aan dat je de mensen kent. Het is veel ingewikkelder om een aantal bureaus een offerte te laten doen. Want eigenlijk heb je daar geen verstand van, anders zul je er weer iemand bij moeten halen zie zegt: "Dit ziet er beter uit dan dat!" Bouw het maar liever op, zodat je het zelf nog kunt volgen. Ik ben er namelijk bang voor dat als je zo veel know-how van andere disciplines in huis krijgt, dat je het niet meer kunt volgen, en dat je dan in feite gestuurd wordt naar iets waarvan je niet door hebt dat je daarheen gestuurd wordt. Je moet het zelf kunnen volgen en snappen.

Wie zou contactpersoon moeten zijn?

Ik, als hoofd van de afdeling presentatie. Al het publiekswerk valt binnen onze afdeling. Educatie zit erin, evenals recreatie. Wij zijn het meest geschikt om onderzoek te begeleiden.

Welke voorwaarden stelt u aan publieksonderzoek?

De techniek, de statistiek moet in orde zijn, maar dat kan ik niet echt zelf beoordelen. Ik weet dat de onderzoeken, die hier hebben plaatsgevonden daar niet aan beantwoordden: het aantal mensen dat ondervraagd werd was vaak te klein. Er zitten vast nog meer van dat soort fouten in. Ook de wijze waarop je een vraag stelt is van belang, dat weet ik.

Zijn er concrete plannen voor de toekomst?

Er zit dus een groot onderzoek aan te komen. De belangrijkste

vraag van dat onderzoek zal zijn: waarom komen mensen hier niet en hoe zit het met onze naambekendheid, want die valt ons eigenlijk wel tegen. We hebben er geen cijfers van maar ik hoor te vaak: "Het Catharijneconvent, wat is dat?" Als dat onderzoek in de stad/regio Utrecht gedaan wordt ben ik al tevreden, voor mij hoeft het niet in Friesland gedaan te worden.

Verder wil ik weten hoe het zit met de bewegwijzering in de stad.

Hoe zit het financieel?

Er is geen vast budget, de vroegere onderzoeken werden dus alleen maar door stagiaires gedaan.

Worden er wel onkosten vergoed?

Nou, dat regel ik niet, dat regelt algemene zaken. Onderzoek was tot nu toe steeds gratis, we betaalden hoogstens kopieerkosten.

Wat we nu dus gaan doen, met zo'n bureau, dat moet je wel op de begroting zetten.

We hebben het op de begroting opgevoerd, onze begroting is een W.V.C.-begroting. Dat is goedgekeurd, dus dat bedrag is ervoor beschikbaar.

Ik wilde ook wel eens weten wat nou precies de relatie was tussen het weer en museumbezoek. We hebben dus een tijd lang alle weerberichten gespaard uit de kranten. Die relatie bestaat dus echt. Je krijgt bevestiging van wat je al dacht: bij mooi weer komen er nauwelijks bezoekers. Pas na drie dagen komen ze weer. Ijzel en sneeuw zijn ook rampzalig. Droog en niet echt warm is het beste weer voor een museum. Bij buitenlanders maakt het trouwens niets uit. Ik zou trouwens ook wel eens onderzoek willen doen bij de buitenlandse bezoekers.

Ger van Wengen, Rijksmuseum voor Volkenkunde

Het museum, dat zich het oudste volkenkundig museum van Europa mag noemen, werd gesticht in 1837. Het is gehuisvest in het voormalige academisch ziekenhuis, dat in de jaren 1933-1937 werd verbouwd. Het museum bezit zeer grote volkenkundige en oudheidkundige collecties van alle beschavingsgebieden ter wereld, waaronder sculpturen en maskers uit Midden- en West-Afrika, volkenkundige collecties uit Syrië, Iran, Afghanistan, Japan en Indonesië, boeddhistische kunst, een oudheidkundige verzameling uit Latijns-Amerika -waaronder de "Leyden Plate": de oudste gedateerde Maya-inscriptie - en kleine collecties voorwerpen van verschillende Indianengroepen en van de Inuit (Eskimo's) uit het Arctische gebied. Het museum bezit tevens een der belangrijkste collecties Japanse prenten van Europa. Het museum heeft ook een bibliotheek.

### Het interview

We hebben hier een aantal publieksonderzoeken gehad. Niet zo lang geleden is er bijvoorbeeld een uitgebreid onderzoek gedaan, door iemand die nu de P.R. bij ons doet, Lieke Vervoorn. Dat was een onderzoek naar aanleiding van de tentoonstelling "Jaargetijden van de mens", onze jubileumtentoonstelling in 1987. We bestonden toen 150 jaar.

Daarna is er nog een onderzoekje geweest van een studente culturele antropologie. Die heeft een onderzoekje gedaan naar het gebruik van wat wij, in navolging van het Rijksmuseum in Amsterdam, de kijkwijzer noemen. We hebben toen bij de tentoonstelling over de Japanse schilder Keiga ook een kijkwijzer gemaakt en toen heeft zij geprobeerd na te gaan hoe het publiek dat vond, hoe men er mee werkte. Maar dat was maar een klein onderzoekje.

We gaan wat meer op het onderzoek van Lieke Vervoorn in. Was het een aanbod van haar?

Het is eigenlijk een beetje van beiden, zij wou graag iets in het museum doen. Toen hebben wij gezegd: "nou, dan zou het leuk zijn als je onderzoek wilt doen naar de tentoonstelling, die op dit moment staat.

Wat voor onderzoek was het precies?

Ze ging na hoe de bezoekers gebruik maakten van die tentoonstelling, hoe men liep, of alles bekeken werd of men lang stil stond bij bepaalde opstellingen. We wilden eigenlijk ook weten waar de zwaartepunten van de tentoonstelling lagen. Het was eigenlijk een soort evaluatie van wat er gebeurde op die tentoonstelling. Lieke had het uit kunnen werken met hele concrete aanbevelingen, maar je kunt ze er natuurlijk zelf ook wel uithalen als je het onderzoek grondig leest. Dan kom je toch wel tot een aantal conclusies.

Het belangrijkste van onderzoek -ik sta er dus heel positief tegenover- is dat je dingen ontdekt waarvan je zegt: "verdomme, dat is stom, dat moeten we de volgende keer anders doen.

Er was bijvoorbeeld een inleidende tekst, maar die hing pal om de hoek van de ingang, dus een heleboel mensen liepen daaraan

voorbij. Daar kwam Lieke achter, dat was heel nuttig. Dat is dus iets dat je voortaan niet meer doet.

Je moet zorgen dat ze zo'n tekst allemaal, bijna allemaal lezen. Je moet gelijk als je in de zaal komt zien dat het een belangrijke tekst is. Anders ontgaat je de hele context. Ook de indeling van de entree kwam niet over. Daar werden dezelfde aspecten behandeld als in de tentoonstelling, maar dan gericht op Nederland. Dat begrepen de meeste mensen niet. En de tekst die dat duidelijk moest maken was tegen de wand geplakt, waar het nauwelijks opgemerkt werd. Zo waren er een heel stel praktische dingen, waar we achter kwamen.

Ik denk, dat als je systematisch zo'n publieksonderzoek doet, althans zoals Lieke dat gedaan heeft, je een heleboel dingen te weten komt, waar je de volgende keer op moet letten.

Dat was dus wat betreft het bezoekersgedrag. Je kunt ook andere vormen van publieksonderzoek doen, bijvoorbeeld de publiekssamenstelling nagaan, dat is meer sociologisch onderzoek. Dat onderzoek van Lieke was meer gedragsonderzoek: hoe gaan mensen met een tentoonstelling om, wat steken ze ervan op, hoe ervaren ze het, hoe lopen ze er door heen, waar valt hun aandacht op, waarop niet en hoe komt dat?

Dat soort onderzoek vind ik nuttiger dan sociologisch onderzoek. Omdat we dat langzamerhand wel weten, de een na de ander doet dergelijk onderzoek en iedere keer komt er feilloos hetzelfde verhaal uit.

Wat is het nut van onderzoek?

Wat betreft gedragsonderzoek, zoals ik boven al zei, om gewoonweg voor je eigen museum te weten hoe men reageert op een tentoonstelling en om er achter te komen waar je vooral aan moet denken, dat is vreselijk nuttig. De sociologische onderzoeken kun je weer gebruiken om uit te zoeken hoe je je P.R. opzet. Ik weet nu bijvoorbeeld (daarvoor moet je wel een aantal keren onderzoek gedaan hebben) welke mensen hier komen. Ik mis bepaalde groepen en als je weet welke groepen dat zijn kun je erover na gaan denken hoe je die binnen kunt halen.

Je kunt het ook voor eventuele sponsors gebruiken, het gaat die mensen om de naambekendheid, maar het vinden van sponsors wordt steeds moeilijker, de spoeling is dun geworden. Ik denk dat de bedrijven het een beetje aan het afbouwen zijn.

Wat was uw eerste kennismaking met publieksonderzoek?

Dat is al lang geleden, ik zit hier al 32 jaar. In het begin was er nog geen publieksonderzoek, maar ik denk dat ik er nu al zo'n 15 à 20 jaar mee geconfronteerd wordt. Een goede collega van mij, Gerard van der Hoek, deed het eerste publieksonderzoek in Nederland. Dat rapport heette: "Bezoekers nader bekeken" en het onderzoek vond plaats in het Haags Gemeentemuseum.

Er is hier veel aan publieksonderzoek gedaan?

Ineke (Ravestijn, Reinwardt Academie) heeft hier o.a. veel onderzoek gedaan met haar studenten. Het komt toch wel regelmatig voor dat mensen hier een publieksonderzoek doen.

U heeft nog nooit een onderzoeksbureau ingeschakeld?

Nee, daar hebben we geen geld voor. Bij Intomart betaal je je suf. Tienduizend gulden is niets!

Leest u wel eens andere rapporten?

Ja, ik heb bijvoorbeeld rapporten gelezen van onderzoek dat gedaan is in het Tropenmuseum en het Haags Gemeentemuseum. Verder niet zo verschrikkelijk veel eigenlijk, want je moet zoveel lezen voor dit vak. Maar ik vind het wel heel interessant. Ik heb

laatst een leuk onderzoekje gelezen over Engelse teksten. Het is goed dat er onderzoek gedaan wordt, want je komt toch steeds een stukje verder.

Ik ben zeer geïnteresseerd in de onderzoeken van Chen Screven, waarmee ik in de C.E.C.A. (International Committee for Education and Cultural Action) gezeten heb. Hij is hoogleraar psychologie in de U.S.A. en hij doet daar veel evaluatieonderzoek. Hij houdt zich bezig met vragen als: "hoe reageert het publiek op tentoonstellingen, hoe op bepaalde teksten, op bepaalde opstellingen?"

U bent altijd contactpersoon geweest?

Nou, ik heb veel contact met de mensen van de Reinwardt Academie, dus daarom komen studenten meestal eerst bij mij terecht. Ik sluis ze wel weer door als dat nodig is. Lieke zou ook heel goed contactpersoon kunnen zijn.

Er is niet één officiële contactpersoon aangewezen door het museum, het is meer een kwestie van persoonlijke contacten.

Om terug te komen op het onderzoek van Lieke, waren er vooraf gesprekken?

Dat proberen we dus wel, om zo goed mogelijk aan te geven wat wij graag willen weten, maar dat zou wel wat systematischer kunnen. Het is nog niet volledig in het circuit opgenomen, het is nog een beetje aan de incidentele kant. Er is niet iemand die er achter heen zit, het is meer dat men ons benadert, je hebt daarnaast zoveel andere dingen te doen.

Gaat onderzoek naar de stafvergadering?

Tijdens het onderzoek van Lieke hebben we er een hele stafvergadering aan gewijd, om dat met de stafleden door te praten. Toen het rapport eenmaal klaar was hebben de stafleden allemaal een exemplaar gehad. Iedereen, dat zeg ik met een vraagteken, heeft dat doorgelezen, maar dat weet je nooit zeker. Het is toch iets dat bij wetenschappelijke conservatoren niet zo leeft als bij mij, want ik ben veel meer met het publiek bezig. Zij vinden het leuk dat er onderzoek gedaan is en gaan dan weer over tot de orde van de dag. Ze denken in een wat ander patroon. Maar het is wel binnen de staf besproken. In ieder geval heel uitgebreid met de man die de tentoonstelling gemaakt heeft.

Hoe denken uw collega's over publieksonderzoek?

Ik ben positief, zeer, de staf is wat indifferenter. Niet zo van: "God, dat moeten we ieder jaar hebben". Het gaat meer van: "Nou, als ze dat nou willen, okee hoor en misschien hebben we er nog wat aan". Ach, die hebben een andere instelling, ze staan er wat anders tegenover.

Wat zou u nog graag onderzoeken?

Ik zou graag nog wat meer diepteonderzoek doen naar bepaalde facetten van de manier waarop bezoekers op tentoonstellingen reageren, in de lijn van Screven: hoe reageert men op tentoonstellingen, op teksten, op een combinatie van tekst en voorwerpen etc. Om dergelijk onderzoek te doen heb je vrij gespecialiseerde kennis nodig en die hebben wij niet in huis. Dat is duidelijk een wens van mij. Een andere wens, ook in de lijn van Screven, is het doen van formatief evaluatieonderzoek. Summatief evaluatieonderzoek hebben we hier al gedaan en nu zou ik graag formatief onderzoek doen, dus mensen van tevoren eens vragen: "Snapt u deze tekst?". Zodat je van tevoren allerlei aanpassingen kunt maken.

Zijn er concrete plannen voor de toekomst?

Er zal binnenkort een onderzoek gedaan worden door een jongen die culturele antropologie studeert. Hij heeft contact gehad met



Lieke.

Als hij onderzoek wil doen, laat hem in godsnaam zijn gang gaan,  
want misschien hebben wij er ook nog iets aan.

## Maarten Bertheux, Stedelijk Museum

Het Stedelijk Museum werd in de jaren 1893-1895 gebouwd naar een ontwerp van de stadsarchitect, A.W. Weissman. Het bezit thans dank zij schenkingen en aankopen een omvangrijke collectie moderne kunst van 1850 tot heden, waaronder schilder- en beeldhouwkunst, tekeningen en grafiek, toegepaste kunst en industriële vormgeving, affiches en objecten. Werken van o.a. Cézanne, Monet, Picasso, Matisse, Léger, Malewitsch, Mondriaan, Chagall en Dubuffet worden permanent geëxposeerd. Daarnaast zijn de meer recente stromingen uit de Europese en Amerikaanse kunst ruim vertegenwoordigd, o.a. de Cobra-schilders, het nouveau réalisme, pop art, colourfield painting en minimal art.

Naast deze grote collectie moderne kunst uit eigen bezit worden er doorlopend bijzondere exposities, overzichtstentoonstellingen en manifestaties georganiseerd.

De uitgebreide bibliotheek bevat boeken, catalogi en tijdschriften betreffende moderne kunst. Het restaurant beschikt over een terras met uitzicht op de beeldentuin van het museum.

### Het interview

Hebben er in het Stedelijk Museum veel publieksonderszoeken plaatsgevonden?

Nou, er zijn er in ieder geval een stuk of drie geweest.

Er is in ieder geval onderzoek gedaan tijdens de tentoonstelling "La Grande Parade"

Daar is toch al een vervolgonderzoek op geweest ("Wat Amsterdam betreft", A. Cavallaro & E.T. Puts, 1986)?

Daar is me niets van bekend. Ik ken alleen het onderzoek dat tijdens de tentoonstelling "La Grande Parade" is gedaan.

Was u daarbij de contactpersoon tussen museum en onderzoekers?

Nee, dat was mijn voorganger.

Ik weet wel een beetje hoe het gegaan is.

Tijdens de periode dat u hier werkt zijn is er geen publieksonderzoek gedaan?

Nee, met andere woorden: ik vind het niet belangrijk en het is ook vrij kostbaar om zo iets te doen. Je moet een goed moment kiezen. Nu is er bijvoorbeeld een tentoonstelling (Malewitsch), die enigzins vergelijkbaar is met "La Grande Parade", in die zin dat het een groot publiek zal trekken, dat niet het reguliere Stedelijk Museumpubliek is. Er komt een grote categorie mensen, die maar één of twee keer per jaar het museum bezoeken en op basis daarvan denk ik dat je deze tentoonstelling redelijk kunt vergelijken met "La Grande Parade".

Bij "La Grande Parade" kwamen er ook gemiddeld 3000 mensen per dag.

Er is dus waarschijnlijk sprake van een publieksofbouw, die min of meer vergelijkbaar is.

U zei net dat u publieksonderzoek niet zo interessant vindt?

Ik bedoel dat een beetje ironisch, natuurlijk is het belangrijk, maar een aantal uitkomsten van publieksonderzoek bij musea vertoont een aantal constanten: ongeveer 40% komt meer dan drie keer per jaar, 40% heeft een hogere opleiding dan H.B.O..

Het publiek hier bestaat uit ongeveer 30% Amsterdammers, die regelmatig komen en voor 15% uit buitenlanders, zo zijn er altijd een aantal constanten.

De vraag met publieksonderzoek is natuurlijk steeds: "wat wil je bereiken?" en: "wat is de bedoeling van de kennis, die je verkrijgt?"

Wat kun je doen met de resultaten van publieksonderzoek?

Ja, dat is me ook niet 100% duidelijk. Er bleek uit het onderzoek dat gedaan werd tijdens de tentoonstelling "La Grande Parade", dat een grote groep mensen voor de eerste keer het museum bezocht. Ik denk dat dat een gevolg is van de publiciteitscampagne, die sprak blijkbaar ook mensen aan, die niet regelmatig een museum bezoeken.

Het mooiste zou zijn als je een vervolgvraag zou kunnen stellen: "Komt u misschien nog een keer?". Om dat na te gaan moet je hun telefoonnummers vragen en na zes maanden checken of ze inderdaad nog een keer terug zijn gekomen. Je moet dingen ook controleren, dan pas heeft onderzoek zin. (ik vertel hem dat uit het onderzoek "Wat Amsterdam betreft" is gebleken dat de groep mensen die voor de eerste keer het museum bezochten tijdens "La Grande Parade" over het algemeen niet terugkwamen)

Dat verwachtte ik ook eigenlijk wel!

Je moet allerlei dingen onderzoeken: wat je presenteert, hoe je presenteert, hoe je collectie hangt etc.

Wat is het nut van publieksonderzoek?

Eigenlijk is het belangrijk dat je publieksonderzoek doet om de kennis, die je van het publiek denkt te hebben gaat verifiëren.

Daarnaast kun je met behulp van publieksonderzoek uitzoeken of je het geld voor de publiciteit goed hebt besteed.

Wat zou u willen onderzoeken?

Ik wil weten wat de directe aanleiding voor bezoekers is geweest om naar een tentoonstelling te komen. Verder wil ik weten wat de waardering is voor het museum en in hoeverre die waardering meespeelt in de beslissing om nog een keer het museum te bezoeken.

Dat soort dingen vind ik belangrijker dan te weten of iemand nog een kop koffie heeft gedronken of een catalogus heeft gekocht.

Lees je wel eens andere onderzoeksrapporten?

Ik heb alleen het onderzoeksrapport van "La Grande Parade" gelezen, die andere rapporten heb ik misschien wel gezien, maar niet gelezen.

Wordt publieksonderzoek besproken in de stafvergadering?

Ik neem aan dat als er publieksonderzoek gaat plaatsvinden, dat de coördinatie dan via mijn afdeling zal verlopen, in de zin dat wij de vragen, die gesteld gaan worden, voorbereiden. Daarna kan dat dan voorgelegd worden aan de directie zodat die het bij kan sturen. Je hebt een gesprek met de mensen, die het onderzoek uitvoeren en daarna zal de daadwerkelijke enquête plaatsvinden. Als het onderzoek klaar is, zullen meerdere mensen in het museum er geïnteresseerd in zijn.

Wat was de directe aanleiding voor het onderzoek tijdens "La Grande Parade"?

Waarschijnlijk was dat een praktische reden. Misschien omdat er zoveel bezoekers verwacht werden, dat is namelijk makkelijk enquêteren.

Op wiens initiatief vond het onderzoek tijdens "La Grande Parade" plaats?

Dat weet ik niet, het is goed mogelijk dat het aanbod van buiten

kwam. Er is wel een tendens dat het museum een beetje aan marketing gaat doen, want je investeert veel geld in zo'n tentoonstelling, veel meer dan bij een gewone tentoonstelling en daar neem je een zeker risico mee. Je gaat een kleine toeslag vragen en dan is het belangrijk om te weten wie er bereid zijn die toeslag te betalen

Als je het publiek kent, zou je je daar dan, qua niveau, oriënteren?

Nee, nee, dat speelt geen rol.

We adverteren wel weer gericht, bijvoorbeeld niet in de Telegraaf, die mensen komen toch niet en het is duur.

We richten ons meer op de mensen die het N.R.C., de H.P., de Volkskrant etc. lezen.

Hoe zit het financieel met publieksonderzoek?

Er is geen vast budget voor, daarom gebeurt het ook nauwelijks.

De afgelopen twee jaar hebben we veel moeten bezuinigen en onderzoek heeft niet de hoogste prioriteit.

Zijn er concrete plannen voor de toekomst?

We zijn met twee clubs aan het praten over publieksonderzoek, dat is nog in de informatieve fase. We willen een onderzoek tijdens de "Malewitsch-tentoonstelling". Met ongeveer dezelfde vraagstelling als het onderzoek dat tijdens "La Grande Parade" is gedaan. Dit om na te gaan of er veranderingen zijn.

Hoe wordt een onderzoeker gekozen?

Dat wordt deels bepaald door de financiën.

(Ik vraag wie die "clubs" dan zijn en of het om betaalde of onbetaalde onderzoekers gaat, maar hij wil hier niets over los laten.)

## Aik Meeuse, Tropenmuseum

Het Tropenmuseum is een onderdeel van het Koninklijk Instituut voor de Tropen. De geschiedenis van het museum gaat terug tot 1864, toen in Haarlem een Koloniaal Museum werd gesticht. De etnografische verzameling van dit museum verhuisde in 1910 naar Amsterdam, waar een instituut was opgericht met het doel een zo volledig mogelijke verzameling bijeen te brengen van voorwerpen die een beeld gaven van de koloniale samenleving.

Niet alleen kunstvoorwerpen werden verzameld, maar vooral ook gebruiksvoorwerpen uit het dagelijks leven. Nadat Indonesië onafhankelijk was geworden, ging het museum zich richten op het gebied van de tropen in het algemeen.

Na een ingrijpende verbouwing in 1979 werd het museum geheel opnieuw ingericht tot een presentatiecentrum waarin alle aspecten van het leven van mensen in de tropen en subtropen aan de orde komen. Afrika, Latijns-Amerika, de Islamitische wereld, Zuid-Azië en Zuidoost-Azië bestrijken elk een afdeling. Er staan dorpen, stadswijken, tempels, plattelandshuizen, winkels en markten. Met geluiden, foto's, film en video wordt de sfeer van de tropen natuurgetrouw opgeroepen. Naast permanente en wisselende tentoonstellingen geeft het Tropenmuseum ook via een bibliotheek en een apart kindermuseum informatie over de tropen, de mensen die er wonen en hun cultuur.

### Het interview

Er wordt hier regelmatig publieksonderzoek gedaan?

Ja, het is de bedoeling dat we elk jaar een groot publieksonderzoek gaan doen. Het Tropenmuseum kent behalve zijn twaalf vaste exposities ieder jaar een grote wisseltentoonstelling en bij elke wisseltentoonstelling willen we een onderzoek doen. Het idee is dat deze onderzoeken allen volgens ongeveer hetzelfde stramien gedaan moeten worden, zodat we door de jaren heen vergelijkingen kunnen gaan trekken. Zo'n onderzoek wordt gedaan door een student, omdat ik niet genoeg tijd heb om een onderzoek uit te voeren en omdat het goed past in afstudeerprojecten van verschillende studierichtingen. Er zijn tot nu toe steeds aanbiedingen van studenten geweest. Ik stond laatst op het punt de universiteit te gaan bellen omdat er weer iemand nodig was, en toen stuurde iemand gelukkig uit zichzelf een brief.

Er komt dan eerst een kennismakingsgesprek, maar het feit, dat iemand zichzelf aanbiedt vind ik al een pré, het geeft aan dat iemand geïnteresseerd is.

Eerst vertel ik wat de bedoeling is van het onderzoek, wat wij ermee willen bereiken. Dat wij alleen begeleiding geven voor zover het gaat om faciliteiten en dat we de vragen doorspreken, maar dat als het gaat om begeleiden van het wetenschappelijk/technische gedeelte ze bij de universiteit moeten zijn. En dat kan de universiteit gelukkig ook bieden.

Samen met één van de conservatoren en iemand van de Educatieve Dienst, met zijn drieën dus, komen we twee keer bij elkaar. Eén keer om de vragen af te spreken, die we te weten willen komen. Zo'n student schrijft dat uit in vraagvorm en dan bespreken we

dat weer. Er wordt dan ook besproken of we de methode van onderzoek goed vinden. Het onderzoek wordt uitgevoerd en dan vindt er eerst met mij alleen een gesprek plaats, vaak voordat het definitieve rapport wordt geschreven. Ik krijg inzage in het concept en kan dan nog adviezen geven. Als het rapport dan definitief er ligt dan volgt er een waarderingsgesprek op de universiteit en er volgt bij ons een evaluatiegesprek met de onderzoeker, om erover te praten wat voor lessen wij eruit kunnen leren voor de volgende tentoonstelling en of wij de aanbevelingen goed vinden etc.

Wat kun je met onderzoek doen?

Dat is heel verschillend, je kunt er enquêtes van derden mee beantwoorden, om maar de meest lullige reden te noemen. Die zijn soms belangrijk. Een voorbeeld: De Amsterdamse Kamer van Koophandel van de gemeente Amsterdam was een inventarisatie aan het maken van verschillende bedrijven en instellingen in de stad en de uitstraling daarvan naar de rest van het land. Je kunt ze dan gegevens geven doordat je zo'n onderzoek hebt liggen. Naar derden toe, zeker naar subsidiënten of potentiële subsidiënten maakt het een goede indruk als je dat meteen kunt ophoesten. Dat is ~~een~~.

Ten tweede kun je de gegevens gebruiken voor het aantrekken/verwerven van nieuw geld. Hierbij denk ik niet alleen aan overheden, maar ook aan sponsors. Sponsors willen ook weten wat voor bezoek er komt, welke opleiding het publiek heeft, waar ze vandaan komen etc. Ten derde kun je publieksonderzoek gebruiken bij het plannen van je publiciteit. Als je ziet dat de helft van het publiek van buiten Amsterdam komt, van buiten Noord-Holland -we hebben dus aantrekkingskracht voor het hele land- dan is het voor mij dus belangrijk om in nationale en regionale kranten buiten Noord-Holland te adverteren als je een advertentiebudget hebt.

Op grond van bezoekersgegevens -hoe weet u dat de tentoonstelling er is?- kan ik afleiden dat ik niet meer zo veel energie moet steken in sommige publiekswervende activiteiten. Je krijgt aanduidingen of je je budget verantwoord besteed. Dat zijn praktische dingen.

Een belangrijk gegeven was: bent u hier vaker geweest? Tot onze verbazing kwam eruit dat 30% voor het eerst kwam en 70% dus niet, waarvan van die 70% weer 40% voor de vierde of de vijfde keer kwam. Ons bezoekersaantal is dus voor een groot deel afhankelijk van de vaste bezoeker.

En dan ga je anders denken. Iemand die vijf keer komt, komt natuurlijk omdat hij geïnteresseerd is, maar ook omdat we afwisseling bieden. We denken er nu over of we wel zoveel energie moeten blijven stoppen in de wisselende tentoonstellingen, terwijl de vaste tentoonstelling maar jaar in jaar uit hetzelfde blijft. Op grond van zo'n uitkomst zeggen we: we moeten misschien onze accenten gaan verleggen en meer afwisseling gaan brengen in de vaste exposities.

Dat waren de praktisch/organisatorische kanten. Een ander voorbeeld: bij het onderzoek tijdens de tentoonstelling over Indonesië bleek dat de catalogus totaal niet liep. Dat bevreesde ons, dus daar werd een vraag over gesteld. Bij aanvang van het onderzoek stond de tentoonstelling al twee maanden. Dat wachten doen we wel vaker, zodat we eerst wat spontane indrukken krijgen. Het bleek dat een hoop mensen hem helemaal niet gezien hadden,

dat ze niet wisten dat hij bestond. Daar schrokken we wel van. Maar dat is een element dat je makkelijk kunt veranderen. Dus toen hebben we aan het begin en aan het eind van de tentoonstelling catalogi gelegd. Dat heeft wel niet echt tot schrikbarende veranderingen geleid. Ik denk dat je ook altijd rekening moet houden met de zogenaamde "social desirable"-antwoorden (Mensen zijn geneigd een goede indruk te willen maken en met de antwoorden, die ze geven, een bepaalde situatie ietwat rooskleuriger af te schilderen). Mensen zeggen niet zo snel: "dat interesseert me geen barst." Inhoudelijk gezien zijn er ook gevolgen, bijvoorbeeld het feit dat de bezoekers van ons verwachten dat we namaaksituaties hebben en geluiden etc., dat er een sfeer wordt overgebracht. Dat betekent dat je ook bij komende tentoonstellingen goed in de gaten moet houden dat er een bepaalde sfeer uitstraalt van zo'n tentoonstelling.

Er zijn hier intern mensen die zeggen: "We moeten oppassen, anders wordt het veel te veel decor, we zijn een museum, dat kan niet samen." Die willen dat bij onderzoek ook onderzocht wordt wat de bezoekers daar nou van vinden "want er zijn vast bezoekers, die dat niet op prijs stellen.". Dus het is ook argumenten verzamelen om inhoudelijke discussies te onderbouwen.

Hoe worden de resultaten doorgespeeld?

Ik krijg het definitieve onderzoek, dat lees ik door, met in mijn achterhoofd: welke opmerkingen zijn voor wie relevant in het museum, dat schrijf ik op en daarna laat ik het onderzoek vermenigvuldigen en dat stuur ik naar iedereen toe, waarbij voor iedereen de belangrijkste delen aangekruist zijn, zo van: zie pagina x. Je moet het ze gemakkelijk maken, anders lezen ze het niet. De conservatoren krijgen ze zowieso, de Educatieve Dienst ook, evenals de directie, voor de rest in huis krijgen die mensen een exemplaar, voor wie er relevante informatie in staat. Ze worden allemaal uitgenodigd op dat evaluatiegesprek met de onderzoeker. Het is dus een extra vergadering buiten de stafvergadering om, waarvan de samenstelling kan wisselen. Hij bestaat altijd uit mensen, die gef interesseerd zijn en waarvan gedacht wordt dat ze er wat mee kunnen doen. Daarna gaat iedereen zijns weegs en dan gebeurt het regelmatig dat we prachtige dingen hebben afgesproken en dat het daar toch niet van komt, dat kan, maar er gebeuren dingen ook wel. Uit een onderzoek bleek bijvoorbeeld dat je nooit met witte teksten op zwart borden moet werken, omdat de letters dan gaan dansen. De vormgever had dat weer gepland voor de volgende tentoonstelling. Godzijdank hebben we dan dat onderzoek en dan kun je zeggen: "het is misschien wel esthetisch verantwoord, maar niemand leest het meer en daar is een tekstbord toch voor bedoeld. Dat is toen aangepast.

Wie komt met het idee voor onderzoek?

Dat zit in mijn takenpakket, staat in mijn functieomschrijving.

Ik ben er verantwoordelijk voor, moet het coördineren. Omdat mijn functie gezien wordt als een brug tussen de mensen in het museum en de mensen daarbuiten. Er wordt onder andere van mij verwacht dat ik trends in de gaten houdt bij het publiek en dat vertaalt naar het museumbeleid toe. Een van die onderdelen is heel concreet publieksonderzoek.

Toen ik hier begon in 1986 ben ik als eerste begonnen een publiciteitsplan te maken op grond van een onderzoek in Amsterdam en regio naar de naambekendheid en de waardering voor het museum. Dus behalve dat jaarlijks terugkomende onderzoek, doe ik soms vanuit een heel specifieke vraag een specifiek onderzoek.

Musea stoppen heel veel energie in het maken van tentoonstellingen, voornamelijk de conservatoren en de educatoren. Als het product klaar is rol je, als je niet oppast, direct in het volgende proces. Iedereen zegt dan: "wat gek, dat we dat nooit evalueren, dat we daar niet over praten." Dat geeft al aan dat de behoefte er wel is. En als je wilt evalueren moet je toch gegevens hebben. Met gegevens sta je sterker, kun je beter en diepgaander evalueren.

Wordt het in de stafvergadering besproken als er een publieksonderzoek komt?

In feite is goedgekeurd dat ik één keer per jaar een groot onderzoek bij een wisseltentoonstelling doe.

Is er een vast budget?

Ja, er is een klein vast budget van zeshonderd gulden. Daarvan kan ik de onderzoeker het geld geven, dat hij/zij nodig heeft om de gegevens in de computer te laten verwerken. We kunnen geen arbeidsloon betalen, daarom zijn we afhankelijk van studenten, maar daar zijn we heel tevreden mee.

Hoe maakte u kennis met publieksonderzoek?

Dat was toen ik hier kwam werken.

Leest u wel eens rapporten van onderzoeken, die gedaan zijn in andere musea?

Ja, ik heb de onderzoeksrapporten gelezen van het onderzoek "Nederland museumland" en van de stichting museumjaarkaart, maar verder, ach laat ik eerlijk wezen, het komt er niet van.

U klinkt zeer positief over publieksonderzoek, wat denken uw collega's ervan?

Het rare is dat iedereen vindt dat het nodig is, ze vinden het prachtig dat ik dat op me neem, dat er een rapport komt, en toch komt er weinig respons op. Ik moet mensen soms naar zo'n evaluatiegesprek toe trekken, terwijl zij toch de meest belanghebbende kunnen zijn en de opkomst daar vind ik vaak teleurstellend. Evenals het feit dat mensen toch heel moeilijk af te brengen zijn van hun eigen ideeën, mensen laten vaak dingen niet doordringen om daarna hun eigen visie te veranderen (om terecht of onterechte redenen). Voor mezelf vraag ik me dan wel eens af: "is het al die moeite wel waard?" Maar ik geloof er wel in hoor.

Toen ik hier kwam was dat ook voor het eerst dat die functie er was.

De bezoekersaantallen waren elk jaar 125.000/130.000, ongeacht welke tentoonstelling er stond. Toen de subsidie ging verminderen, dat is eigenlijk de feitelijke aanleiding geweest voor het onderzoek, zei de directie: "wat nu?" We moesten opeens meer eigen inkomsten creëren. En hoe krijg je meer eigen inkomsten? Door ervoor te zorgen dat je een goed imago hebt, want dat werkt naar het publiek toe, maar het werkt ook naar subsidiënten en sponsors toe. Nou, en hoe krijg je een goed imago? Door op de tam-tam te slaan. Daarom is die nieuwe taakomschrijving gemaakt. En als je publiek in huis moet halen, moet je wel weten welk publiek er nu komt en welk publiek niet, dus onderzoek hoorde van het begin af aan tot mijn taak. Tot nu toe boden de studenten zichzelf steeds aan. Dat zijn er geen tien per maand, maar steeds komt er net op tijd eentje zich aanmelden, als een geschenk uit de hemel.

Wat zou je graag willen onderzoeken?

Er is zat, dat ik wil onderzoeken, bijvoorbeeld onderzoek bij het publiek, dat niet komt. Wat zijn de redenen, dat ze op een drui-



lerige zondagmiddag niet naar het Tropenmuseum komen, wat weerhoudt ze? Als ze ons kennen, waarvan dan? Dus eigenlijk een imago-onderzoek. Op grond daarvan kun je je presentatie naar buiten toe weer bijstellen. Dat zeg ik vanuit mijn hoek. De conservatoren hebben waarschijnlijk andere wensen. Deze onderzoeken richten zich op nederlandstaligen. Ik zou ook wel eens willen weten welke en hoeveel buitenlanders er naar het museum toe komen.

In Duitsland blijken we zeer bekend. Ik snap eigenlijk niet waarom we zo aantrekkelijk zijn voor de Duitsers, kortom ik zou wel meer van de buitenlanders willen weten. Eigenlijk wil je alles onderzoeken.

Ook wil ik graag onderzoeken, maar dat moet je denk ik inbedden in een groter geheel, anders is het te opvallend, wat het publiek vindt van de service van het museum. En dan denk ik met name aan de kwaliteit van de toiletten en dat soort praktische dingen, waar ik veel kritiek op heb, en ik weet niet in hoeverre dit meewerkt aan de waardering van het museum. Ik wil betere faciliteiten. Er is wel een gewillig oor voor, maar als ik harde gegevens heb uit onderzoek zou ik krachtiger staan.

## Mevrouw van de Kieft, Amsterdams Historisch Museum

In 1975 verhuisde het Amsterdams Historisch Museum van de Waag, waar het vanaf 1926 was gehuisvest, naar het voormalige Burgerweeshuis. Deze 17e- en 18e-eeuwse gebouwen werden voor dit doel grondig gerestaureerd. Rondom de voormalige meisjesbinnenplaats wordt een overzicht gegeven van de geschiedenis van Amsterdam in al haar facetten. Enkele onderwerpen waaraan aandacht wordt besteed zijn: de Oostzeehandel, de graanprijzen, de stapelmarkt, het patriciaat, het gewone volk, de gilden, de godsdienstige tolerantie en intolerantie, de sociale instellingen, de emancipatie van de arbeidende klasse, de stadsuitbreidingen en de suburbanisatie in de nieuwe tijd. Deze onderwerpen worden met behulp van teksten, films en diavoorstellingen nader toegelicht. Enkele onderdelen van de uitgebreide collectie zijn: de archeologische vondsten die werden opgegraven bij de aanleg van de metro, groepsportretten van de Amsterdamse schutterij en van regenten der sociale instellingen, in Amsterdam vervaardigde speelkaarten, een verzameling 19e-eeuwse schilderijen en een collectie tekeningen uit de 16e tot de 19e eeuw. In het tentoonstellingsgebouw aan de jongensbinnenplaats worden regelmatig wisselende exposities gehouden, waarin onderwerpen uit de Amsterdamse geschiedenis worden uitgediept. De bibliotheek is samengevoegd met een prentenkabinet; tekeningen, prenten en boeken kunnen hier worden bekeken en ingezien.

### Het interview

Er zijn twee onderzoeken geweest voor we naar het huidige gebouw gingen. Verder heeft in 1980 een stagiaire naar de naambekendheid van het museum geënquêteerd en nu doen studenten van de Reinwardt Academie een onderzoek. De uitslag hiervan is nog niet bekend. Ze hebben een week lang bezoekers geïnterviewd over wat ze hier kwamen doen, of ze toevallig of met een speciale bedoeling hier kwamen.

Ik zou graag willen dat er vaker publieksonderzoek komt, bijvoorbeeld bij tijdelijke tentoonstellingen, zoals dat onderzoek in het Rijksmuseum bij de tentoonstelling "beeldenstorm" en "meesters van het landschap", dat vond ik erg leuk. In onze ogen is onderzoek doen een vak apart, naast deskundigheid kost het ook veel tijd. Dat zijn zaken, die wij intern niet hebben, dat betekent dus dat je het uit moet besteden. Dat is te duur, dat geld is er niet.

Het onderzoek van de Reinwardtstudenten werd ons aangeboden. Ze vroegen of ze hier hun stageproject mochten doen en dat kon.

Was er vooraf overleg over de probleemstelling?

Nee, zij hebben de opzet gemaakt over wat zij wilden weten, die opzet hebben ze laten zien en daar hebben wij het een en ander in gewijzigd. Het idee was goed, alleen niet alle vragen leken ons even goed. Daar hebben we wat in gecorrigeerd.

Was u de contactpersoon?

Dit keer wel, maar dat zouden ook andere mensen kunnen zijn, bijvoorbeeld iemand van de werving, of iemand van Voorlichting of Publiciteit, het ligt eraan wat voor onderzoek het is. Daar is

niet één persoon voor.

Er wordt bij een onderzoek ook over gepraat in de stafvergadering. In dit geval heb ik het alleen overlegd met de adjunct-directeur, of ze het er mee eens was. We hebben de vragen doorgenomen. Verder heb ik het afgehandeld, maar als er een serieus aanbod komt hetzij van de universiteit, hetzij van de Reinwardt Academie, hetzij van een commercieel bureau, dan zal het zeker in de staf worden besproken.

Nu gebeurde dat niet, want dit was meer een soort stage. Natuurlijk hoop je dat je er ook iets aan hebt, maar we hebben onze medewerking verleent omdat het een stage-aanvraag was. Ze kwamen wel met een goed voorstel, we konden het wel bijsturen.

Wie leest het onderzoeksrapport?

Dat is dus een beetje stel dat, want dat gebeurt niet, maar ik denk wel dat het als volgt zou gaan. Het is wel afhankelijk van het soort onderzoek, of het meer op werving of educatie gericht is. In het educatieve geval zou het als eerste naar mij toe gaan. In het andere geval zou het misschien weer naar Vincent van Veen toe gaan of naar Huub van Glerem. Die zou het in de staf brengen, zo van: "het rapport is er". Het zou in de bibliotheek bewaard worden. Als het een interessant rapport is zou het als agenda-punt terugkomen, zo van: wat is er uitgekomen, wat vinden we ervan, wat doen we ermee, wat kunnen we ervan leren?

Hoe heeft u voor het eerst kennis gemaakt met publieksonderzoek?

Toen ik 1978 hier kwam werken.

Leest u wel eens rapporten van onderzoek dat in andere musea wordt gedaan?

Ja, het rapport van het Kohnstamm Instituut over educatief werk heb ik gelezen, daar komt een vervolg op en dat zal ik ook zeker lezen. Verder moet ik zeggen dat het een beetje is wat op mijn pad komt. De onderzoeksrapporten van het Rijksmuseum heb ik allebei opgevraagd en gelezen. Maar het is niet zo dat ik wekelijks publieksonderzoeken lees.

Praat u erover met collega's?

Nou, van het onderzoek in het Rijksmuseum heb ik een samenvatting verteld in de stafvergadering omdat ik dacht het voor ons ook interessant was. Dat vond de rest ook.

Wat kun je met de resultaten van publieksonderzoek doen?

Ik denk dat het heel goed zou zijn om je beleid bij te stellen op verschillende terreinen. Je kunt bijvoorbeeld tijdelijke tentoonstellingen heel goed evalueren. Kijken of de bedoeling over is gekomen. Het resultaat zou kunnen zijn dat je zegt: "het is gelukt, we gaan zo verder of als blijkt dat iets niet aansloot bij wat het publiek verwachtte dan kun je daar over praten en het hopelijk een volgende keer bijstellen.

Voor de educatie en de publieksbegeleiding geldt hetzelfde.

Ik denk dat het vooral is om te toetsen of wat je doet op tentoonstellings- of activiteitengebied wel aanslaat of dat je daar verandering in moet aanbrengen. Je moet dan telkens wel een scheiding aanbrengen tussen de permanente opstelling en de tijdelijke activiteiten.

Marktonderzoek vind ik ook buitengewoon nuttig.

Het is heel nuttig als je erover nadenkt wie je eigenlijk wilt bereiken. Als je bepaalde groepen wilt bereiken, wat zijn dan hun wensen, hoe kunnen we daarop inspelen zonder dat het ten koste gaat van de kwaliteit die je zou willen of dat het te veel tijd kost? Het kan zijn dat veel meer mensen een rondleiding willen hebben, nou, dat kunnen we waarschijnlijk niet waarmaken. Daar

hebben we het personeel niet voor. Maar het is handig als je weet wat de achtergronden zijn, welke voorkennis men heeft. Je kunt daar op inspelen bij tijdelijke tentoonstellingen en de educatieve begeleiding bij de vaste opstelling.

Het onderzoek van de Reinwardt Academie wordt gebaseerd op enquêtes die in één week zijn verzameld en ik weet niet of dat wel representatief is. Ik vrees dat dat niet zo is voor het hele jaar. Je moet het vaker doen en aselect de mensen kiezen. Het zal geen onderzoek zijn waar we jaren op kunnen teren. Daarvoor moet het grondiger en dan moet je het echt in handen geven van deskundigen.

Wat zou u graag willen onderzoeken?

Er komt binnenkort een tentoonstelling over homosexualiteit, we willen eigenlijk laten zien dat dat niet eng of raar is. Ik zou dan graag willen onderzoeken of dat dan doorwerkt, of dat overkomt. Ook wil ik graag onderzoek om te kijken of de groepsbegeleiding goed loopt, of het aansluit, of mensen er tevreden over zijn. En überhaupt wil ik meer weten over de publieksbegeleiding, over de dingen die wij maken, de projecten, de rondleidingen etc. of dat voldoet aan de wensen. Verder wil ik een grondiger onderzoek naar de publiekssamenstelling, hoewel ik me afvraag - er zijn veel van dat soort onderzoeken gedaan - of dat wel zoveel scheelt met onze publiekssamenstelling. Maar ik zou het wel graag willen weten. Je moet dergelijk onderzoek dan ook herhalen.

Hoe zit het financieel?

Er is geen vast budget, het zou van een ander budget afgaan.

Welke voorwaarden stelt u aan publieksonderzoek?

Wetenschappelijk gezien moet het goed in elkaar zitten, het moet goed worden gedaan, door mensen met deskundigheid. Het moet representatief zijn. Het moet in samenwerking met het museum gebeuren, wij moeten zeggen wat we willen weten.

Zijn er concrete plannen voor de toekomst?

Nee. We gaan er van uit dat -als je het goed wilt doen- je er geld in moet steken en dat geld is er niet. We zitten al zo knap met andere dingen, er moet al geld van buiten bij. Publieksonderzoek heeft dus niet de hoogste prioriteit. Als er geld zou zijn, kwam er heus wel publieksonderzoek, geld is het struikelblok.

Hoe denken uw collega's over publieksonderzoek?

Ik ben denk ik degene, die er de meeste belangstelling voor heeft. Het is geen onderwerp dat regelmatig terugkomt. Ik weet niet precies hoe de anderen er over denken. Ik ben positief over onderzoek en ik denk dat dat ook wel algemeen is.

## Dan van Golberdinge, Commanderie van Sint Jan

In 1974 werd het museum ondergebracht in het herbouwde complex van het voormalige klooster van de orde van St.-Jan. Het accent van de museumcollectie ligt op de stedelijke kunst en historie vanaf de latere middeleeuwen. De verzameling bestaat o.a. uit schilderijen, topografische prenten, gildevoorwerpen, middeleeuws aardewerk, munten en penningen. Een afdeling is gewijd aan het Valkhof, met bouwfragmenten en afbeeldingen van deze romaanse burcht; een andere afdeling bevat voorwerpen afkomstig van de ambachtsgilden van de 15e tot de 18e eeuw. Men vindt er verder vele bodemvondsten -vooral aardewerk en glas-, laat-middeleeuwse kunstwerken uit de stadskerken en kunstnijverheid van de Nijmeegse zilversmeden, brons- en tinnegieters. Sinds 1960 wordt gewerkt aan de opbouw van een verzameling moderne schilder- en beeldhouwkunst die aansluit op de in de jaren vijftig aangekochte "magisch realisten"; het accent ligt hierbij op de grafische kunst.

Naast de vaste tentoonstelling zijn er in de Commanderie maandelijks wisselende exposities over verschillende onderwerpen te zien.

### Het interview

Hoe heeft u kennis gemaakt met publieksonderzoek?

Dat weet ik niet meer precies, het is al een heel oud verschijnsel. Ik ben ooit eens naar een cursus geweest over publieksonderzoek, die duurde twee dagen en was georganiseerd door de Nederlandse Museumvereniging. Dat is al flink lang geleden.

Leest u wel een rapporten van publieksonderzoek dat gedaan is bij andere musea?

Ja, ik heb wel eens een rapport gelezen van een onderzoek dat door de provincie gedaan is, aan dat onderzoek heb ik ook meegewerkt. Het was een onderzoek naar de behoefte aan kunst. Verder heb ik nog wat andere rapporten gelezen.

Wat betreft het laatste onderzoek, dat was voornamelijk gericht op de Educatieve Dienst, we wilden weten of we het goed deden. Er kwamen twee studenten, die zich aanboden. In diezelfde tijd hadden wij zoiets van: we willen wel eens een onderzoek. Toen hebben we contact gehad met een bureau dat bemiddelde tussen studenten en opdrachtgevers, maar dat leverde niets op en even later kwamen deze twee studentes zich aanbieden, dat kwam mooi uit!

Zij boden zich dan wel aan, maar wij bepaalden wat er onderzocht moest worden.

Zijn er vooraf gesprekken geweest met de onderzoekers?

Ja, ze kwamen ons eerst allemaal ondervragen over o.a. de personeelsopbouw, het budget, de vraag hoe wij het wilden hebben.

Zij moesten dan een model vinden om dat onderzoek aan op te hangen. Na afloop kregen we een rapportje toegestuurd en daarna is er nog een soort overleg geweest. De aanbevelingen hebben de studenten zelf verzonnen.

Het was goed dat we dat onderzoek niet zelf hebben gedaan, want

die studentes durfden zich toch meer uit te spreken. Ik had zelf bijvoorbeeld het idee dat de belangstelling van de scholen wat wegebde, dus gingen de studentes aan die scholen vragen waarom ze minder vaak kwamen en toen bleek dat het niet aan ons lag, maar aan problemen binnen het onderwijs zelf. Men had bijvoorbeeld geen geld of er waren interne moeilijkheden.

Wat kon u doen met de resultaten van het onderzoek?

Niet echt iets praktisch, dat heb je met de meeste onderzoeken op dit gebied niet, die zijn voorspelbaar. Dat weet je zelf ook wel, het zijn altijd de mensen met een hogere opleiding, met hogere salarissen die naar musea gaan. Over het algemeen vormen zij de hoofdmoot van het publiek. Er zitten niet veel bezoekers uit de arbeidersklasse bij, dat weet je gewoon wel.

Je krijgt dus een beetje een beeld van welk type bezoeker je trekt, maar alles wat er uit komt is zo voorspelbaar, je neemt het later hoogstens als een soort geestelijke bagage mee. Je kunt er verder niet veel mee doen, het is niet zo dat je erna anders te werk gaat. Je weet het dan, nou thats it!

Wie hebben er in het museum nog meer het rapport gelezen?

Ik heb er geen reacties op gehad, ze hebben het misschien wel ingekeken, maar eigenlijk denk ik niet, dat ze het gelezen hebben. Ik weet het eigenlijk niet, ik denk het niet.

We hebben het onderzoeksrapport wel besproken in de bestuursvergadering, daar zijn trouwens alle rapporten behandeld. Dat is alweer lang geleden, het staat me niet bij dat er iets mee gebeurd is.

Zijn er dingen, die u wel wilt onderzoeken?

Nou, voordat het laatste onderzoek er was wilde ik het graag, maar als je de onderzoeksresultaten dan ziet, denk je: "ja, dit had ik ook zelf kunnen bedenken." Maar dan heb je er in ieder geval van geleerd dat je er niet al te veel naast zat, het is een soort bevestiging van wat je al wist. Ik heb niet de indruk, dat je er erg veel mee opschiet.

Wat voor onderzoek vindt u wel nuttig?

Moeilijke vraag om te beantwoorden, nee, ik kan niets bedenken.

Wat vindt u eigenlijk van onderzoek?

Vroeger werden er veel onderzoeken gedaan. Nu gaat Ganzeboom ze met elkaar vergelijken, dat vinden we wel weer interessant, maar ach, je weet het eigenlijk al wel, het is zo moeilijk om een vraag te stellen, waar je al niet eigenlijk een antwoord inbouwt van tevoren. Uit het onderzoek van Folkert Haanstra van het Kohnstamm Instituut, dat ging over een educatieve tentoonstelling in het Centraal Museum in Utrecht, bleek ook dat het zo moeilijk was om uit te testen wat mensen opsteken van een tentoonstelling. Ze hadden ~~een~~ groep ondervraagd, die wel naar de tentoonstelling was geweest en ~~een~~ groep, die de tentoonstelling niet had gezien. Alleen al door het stellen van een vraag trad er een leereffect op.

Ik denk dat sommige dingen gewoon moeilijk onderzoekbaar zijn. Je kunt wel dingen in een laboratorium uitzoeken, maar bij vage gebieden als kunst, cultuur en musea is dat heel andere koek.

Het is goed, dat er een tijd lang onderzoek is gedaan, maar als je er twintig hebt gezien en ze blijken allemaal hetzelfde te zijn, waarom zou je het eenentwintigste dan nog gaan doen?

Ik heb gemerkt dat de dingen, die ik op mijn gevoel doe meestal ook wel raak zijn, want eigenlijk ben je zelf ook publiek.

Je weet bij sommige tentoonstellingen wel dat er niet veel mensen naar zullen komen kijken, maar toch is het je taak die tentoon-

stelling dan te maken. Soms is er een onderwerp dat gewoon niet zo goed ligt.

Marktonderzoek, om te zien wat mensen leuk vinden, dat doe je bij een commercieel bedrijf, niet bij een museum.

Je wilt natuurlijk ook weer geen leeg museum hebben, dus hou je toch wel rekening met het publiek, maar daarbij ga je toch meer af op je eigen bevindingen. Daar heb je geen onderzoek voor nodig.

We zijn altijd aangewezen op enigszins amateuristische onderzoeken. Een universiteit is niet echt amateuristisch te noemen, maar het onderzoek wordt wel gedaan door mensen, die aan het begin van hun carrière staan, die er daarna werk in willen krijgen.

Hoe zit het financieel?

Er is geen eens een onkostenvergoeding beschikbaar, het staat niet op de begroting, we hebben er geen stuiver voor.

Was u de contactpersoon?

Ja, dat was ik bij alle onderzoeken. Dingen, die niet zo direct onder historie of onder kunst vallen komen nogal eens terecht bij de Educatieve Afdeling. De conservator moderne kunst houdt zich er zowieso niet mee bezig, die houdt zich alleen maar met zijn eigen kunst bezig, de directeur heeft het weer heel druk, dus komt het bij mij terecht.

Wat vinden uw collega's van publieksonderzoek?

De directeur is geïnteresseerd, het bestuur is dat ook. Naar aanleiding van een beslissing die genomen is tijdens een bestuursvergadering zijn we trouwens gaan zoeken naar een onderzoeken.

Wat vindt u van het herhalen van onderzoek?

Nee, dat kunnen we zelf wel bekijken, want het blijkt steeds weer: je eigen opvattingen worden bevestigd door zo'n onderzoek. Aan cijfers heb je niet zoveel, je kunt beter kwalitatief onderzoek doen en per tentoonstelling uitzoeken wat goed werkt.

Ik denk bijvoorbeeld aan een onderzoek dat in het Rijksmuseum is gedaan over teksten. Er zaten vragen in als: "Lezen mensen teksten, hoelang besteden ze eraan?" Dat onderzoeksrapport heb ik wel gelezen. Dan moeten we onze teksten daarop aanpassen, dat lijkt me wel nuttig ja. Dat is dan nu uitgevonden, dan hoeft het niet meer onderzocht te worden.

Welke voorwaarden stelt u aan publieksonderzoek?

Wil een onderzoek iets voorstellen, dan moet het onopvallend gebeuren, je moet ook geen onderzoek doen tijdens een tentoonstelling waarvan je denkt: "dat is maar een tussendoortje", want daar heb je ook niet veel aan. Verder zou je onderzoek eigenlijk over een heel jaar moeten uitsmeren.

Zijn er concrete plannen voor de toekomst?

Nee, er komen geen onderzoeken. We meten zelf de bezoekersaantallen per tentoonstelling, dan zie je welke tentoonstelling goed loopt.

Chris Will, Museum Boymans-van Beuningen

Het museum dankt zijn naam aan twee kunstverzamelaars die zeer belangrijk zijn geweest voor de geschiedenis van het museum. In 1847 legateerde F.J.O. Boymans zijn hele verzameling aan de stad Rotterdam. Dit betekende het ontstaan van het museum. In 1958 werd de beroemde verzameling van D.G. van Beuningen door het museum aangekocht. Sinds de opening van het museum is de collectie voortdurend verrijkt met talrijke schenkingen en aankopen.

Vijf afdelingen binnen het museum nemen even zoveel collecties voor hun rekening. De oude schilder- en beeldhouwkunst strekt zich uit van de 14e eeuw tot de 19e eeuw. Hierin zijn bekende meesters als Pieter Bruegel, Jeroen Bosch, Rembrandt en Rubens te bewonderen. Door de eeuwen heen tot nu loopt de veelzijdige collectie kunstnijverheid, waaronder majolica, tin, glas en zilver. In het prentenkabinet worden de tekeningen beheerd van kunstenaars als Leonardo da Vinci, Rembrandt en Albrecht Dürer en een grote collectie prenten en grafiek bevat o.a. werk van Goya. De afdeling moderne kunst toont werken vanaf het eind van de 19e eeuw (Monet, Van Gogh) tot aan de nieuwste stromingen in de hedendaagse kunst. In 1972 werd het museum uitgebreid met een nieuwe vleugel die vooral in gebruik is voor de talrijke tentoonstellingen.

### Het interview

U houdt zich op dit moment bezig met een publieksonderzoek dat binnenkort zal gaan plaatsvinden?

Ja, maar dat bevindt zich echt in een beginstadium.

U was ook betrokken bij eerdere onderzoeken?

Nee, want daarvoor werk ik hier nog te kort.

In Rotterdam heb je vier gemeentelijke musea: Het Maritiem Museum, het Museum voor Land- en Volkenkunde, het Historisch Museum en het Museum Boymans-van Beuningen. Deze vier musea hebben een soort overkoepelend orgaan, de Dienst Gemeentelijke Musea. Deze dienst heeft in het verleden al een paar keer publieksonderzoek verricht, de laatste keer dat dat hier gebeurde was in 1981.

U bent de huidige contactpersoon?

Ja.

Wat was de aanleiding voor het komende onderzoek?

Eigenlijk waren dat er meerdere, we willen het onderzoek dan ook breed opzetten. We zouden heel graag willen weten of we vaste klanten hebben en waar die mensen dan op af komen. Ons museum bestaat namelijk uit vier grote collecties. Er is een grote verzameling moderne kunst, een collectie oude kunst. Verder is er een grote afdeling kunstnijverheid en design, alsmede een prentenkabinet, dat niet zo bekend is, maar wel de op één na grootste van Nederland is. Daar willen we graag inzicht in hebben en aan de hand daarvan zou het imago van het museum naar het publiek toe bij gesteld kunnen worden. De vorige directeur, Beeren, heeft er eigenlijk een museum voor moderne kunst van gemaakt en bij een



heel grote publieksgroep staat het museum alleen als zodanig bekend.

Van dat beeld willen we niet af, maar we willen wel dat de rest ook enige bekendheid krijgt.

Dus in de huidige bekendheid van die andere collecties willen we wel eens inzicht krijgen. Tegelijkertijd willen we proberen uit te zoeken welke kranten men leest, welke t.v.-programma's men bekijkt etc., zodat we onze publiciteit op de een of andere manier kunnen richten.

Wat voor soort onderzoek komt er dan?

Daar zijn we nog niet helemaal uit, want als je al je vragen erin op wilt nemen wordt het een enorm onderzoek. We hebben er nog niet echt een beslissing over genomen. Het is zelfs nog niet helemaal zeker of het doorgaat, we hebben namelijk geen geld om het uit te laten voeren door een bureau. We willen het onderzoek dus doen met behulp van studenten. (Tijdens een later gesprek vertelt hij dat het onderzoek toch door gaat, ze zijn al met een onderzoeksbureau aan het onderhandelen.)

Wiens idee was het om publieksonderzoek te doen?

We hebben sinds kort een sponsor-medewerkster en die zou heel graag het image van het museum eens op papier willen hebben, om daar, naar het bedrijfsleven toe, mee te kunnen werken.

Dus zij kwam er mee en u sloot zich erbij aan?

Ja.

Wat vinden uw collega's van publieksonderzoek?

Daar zijn de meningen over verdeeld, want het hoofd van deze afdeling, de Heer Beenker, vindt het eigenlijk niet zo nodig.

Ik ben dan de rechterhand van Beenker, maar ik deel zijn mening niet. Ik wil ook wel eens inzicht krijgen in hoe de publiekssamenstelling is en waar ze voor komen.

Gaat zoiets naar de stafvergadering, moet het aangevraagd worden? Nee, hoor, wat dat betreft opereren de afdelingen hier vrij zelfstandig. Er wordt wel een mededeling naar de directie gedaan, dat we met zoiets aan de slag gaan en die vinden dat al gauw goed.

Waarschijnlijk gaat er eerst nog een voorstel naar de afdelingen of de stafvergadering om te vragen wat de andere collega's ervan vinden en of ze nog meer dingen zouden willen weten.

Hoe heeft u voor het eerst kennisgemaakt met publieksonderzoek?

Tijdens mijn studie kunstgeschiedenis. Bij vakdidactiek kwam o.a. een onderzoek van Folkert Haanstra naar voren. Ik heb ook wel eens een enquête ingevuld in het Van Abbe Museum, dat was voor het onderzoek "Ooghoogte". Later heb ik het onderzoeksrapport daar van opgevraagd. We willen ons onderzoek een beetje analoog aan dat onderzoek doen.

Heeft u nog meer onderzoeksrapporten gelezen?

Ja, een aantal van het Centraal Museum, maar echt recente onderzoeken heb ik niet gelezen.

Zijn jullie het enigzins eens over publieksonderzoek?

Er zijn mensen, die het niet zo van belang vinden, maar die zullen er niet echt tegen zijn. Ik denk dat de meerderheid het wel goed vindt als het zou gebeuren.

Wat zou je met publieksonderzoek kunnen doen?

Je kunt het gebruiken om de publiciteit te verbeteren en de dienstverlening naar het publiek toe, maar in de eerste plaats, en dat hangt eigenlijk ook met de publiciteit samen, voor het beter bekend maken van de naam van het museum.

Ook voor eventuele sponsors zou het belangrijk kunnen zijn. Niet de hoeveelheden, maar de samenstelling. Ik denk ook dat de

politiek erin geïnteresseerd is, de directie zeker. Je kunt bijvoorbeeld proberen aan te tonen met behulp van onderzoeksresultaten dat er iets verbeterd moet worden en dat je daar geld voor wilt hebben. We hebben er geen idee van welke afdelingen men bezoekt en hoelang, of ze gebruik maken van het restaurant of de boekwinkel etc.

Heeft u verder nog wensen op het gebied van onderzoek?

Ja, ik wil weten wat het publiek vindt van de informatievoorziening in het museum, en dan niet algemeen, maar specifiek per afdeling. Daar zijn in het verleden natuurlijk al onderzoeken naar gedaan, maar ik weet niet of het voor ons een brandvraag is.

Ik kan me voorstellen dat degene, die de winkel exploiteert weer in hele andere zaken geïnteresseerd is. Het is de vraag wat we mee gaan nemen in dat grote onderzoek. Dat van het Van Abbe Museum was vrij breed opgezet, maar of dat voor ons haalbaar is?

Als een bureau niet haalbaar is, hoe pakken jullie het dan aan?

Ik denk dat het met een groep studenten moet, die moeten het uit voeren in de vorm van een stage-opdracht. Ze moeten in overleg met ons het onderzoek gaan opzetten en zij moeten ook de daadwerkelijke interviews gaan afnemen.

Er moet vooraf wel overleg komen over wat wij precies willen weten. Het mooiste zou zijn als het onderzoek verspreid over een jaar zou kunnen plaatsvinden, bijvoorbeeld op drie verschillende tijdstippen.

Als je met studenten werkt wordt dat wat moeilijk, zij zijn natuurlijk aan een bepaalde tijd gebonden.

Hoe zit het financieel?

Er is geen vast budget. Het gaat af van het geld van de afdeling communicatie. Het is niet begroot. Eigenlijk zou dat wel moeten, eens in de zoveel tijd.

Welke voorwaarden stelt u aan onderzoek?

De vraagstelling moet niet meerduidelijk uit te leggen zijn, dus heel goed doordacht zijn. Het onderzoek moet een bepaalde kwaliteit en niveau hebben. Ik denk dat onderzoek ook pas zin heeft als je het meerdere keren herhaald.

Het moet ook niet vervelend worden voor het publiek, het onderzoek mag niet te lang duren.

Margreet Anceaux, Museum voor Land- en Volkenkunde

Het Museum voor Land- en Volkenkunde is gevestigd in het uit 1850 stammende voormalige clubgebouw van de Koninklijke Nederlandsche Yachtclub. Het museum belicht de "wortels" van niet-westerse culturen, zoals tradities, religies, sociale organisaties, levensbeschouwingen en ontwikkelingen daarvan tot op heden door middel van wisselende thematische opstellingen van keuzes uit de museumcollectie.

### Het interview

Er zijn een aantal publieksonderzoeken bij jullie gedaan?

Ja, maar dat is al geruime tijd geleden.

Dat was voor jullie in het nieuwe museum trokken?

We zijn van 1983 tot 1986 dicht geweest wegens een verbouwing. We hebben ook het beleid met ingang van 1986 herzien.

We zijn momenteel met een onderzoek bezig, dat wordt uitgevoerd door een stagiaire van de Erasmusuniversiteit en die doet dat omdat ze bezig is met een organisatieonderzoek. Haar eigen belangstelling is om te kijken hoe de uitkomsten van publieksonderzoek verwerkt worden in het beleid van een museum. Daar gaat een publieksonderzoek aan vooraf en dat loopt op dit moment. Daar kan ik nu nog geen opzienbarende uitspraken uit citeren.

Het was een aanbieding van de studente. Haar studiebegeleider is min of meer aan het museum verbonden. Zo zijn we bij elkaar gekomen en dan ga je natuurlijk praten van: "hoe kun je zo'n gecompliceerd onderzoek opzetten". Het moest voor ons namelijk ook een praktisch nut hebben in de vorm van een uitkomst van een publieksonderzoek, terwijl het voor haar een organisatieonderzoek moest worden. Ze is wel naar ons toegekomen, dat wel ja.

Wie is die begeleider?

Dat is ~~een~~ van de leden van de commissie van advies. Die commissie van advies is een ingewikkeld orgaan van burgers en mensen uit het gemeentebestuur van Rotterdam. Zo'n commissie is bedoeld om de wethouder van advies te dienen over het reilen en zeilen van het museum. Het is dus een soort commissie van toezicht.

Was er vooraf overleg?

Jazeker, de studente stelt haar enquête bij, als er een wisseling van tentoonstelling plaatsvindt en we hebben iedere keer nauw overleg over hoe de nieuwe vraagstelling luidt.

Wat kun je met de resultaten van publieksonderzoek doen?

We hebben twee problemen. Eén probleem is, dat we veel publiciteit krijgen in tijdschriften, kranten, op radio en t.v., maar dat het aantal bezoekers navenant is. We zijn benieuwd waar hem dat in zit, waar mensen nou eigenlijk op reageren en wat ze in het algemeen denken voordat ze een tentoonstelling gezien hebben, wat hun beeld van het museum is. Daarnaast ben ik vooral geïnteresseerd in waar het spaarzame geld en de spaarzame tijd van de P.R. nu het beste ingezet kan worden.

Dus nagaan of mensen komen naar aanleiding van een advertentie of

een redactioneel artikel, een affiche of een folder etc.

En daar hoop ik dan conclusies aan te verbinden.

De vraag is wel of je iets wilt doen met de resultaten van een publieksonderzoek. Er blijkt wel wat uit en dat is op zich interessant, maar de belangwekkendheid hangt toch af van het feit of je bereid bent je programma bij te stellen en dat is hier nog even twijfelachtig.

Wat zou u graag willen onderzoeken?

Daarvoor verwijs ik naar het vorige antwoord, dat zijn de meest hete hangijzers. Dus: welke media zijn het meest effectief en wat beweegt mensen -inhoudelijk- om te komen.

U bent wel positief over publieksonderzoek?

Ik ben een beetje neutraal, van een aantal dingen heb ik het gevoel dat je dat toch met gezond verstand en wat vingerwerk ook wel kunt bedenken of dat je dat zelf ook wel waar kunt nemen als je door het gebouw loopt als er publiek is. Maar soms sla je de plank toch wel mis, het is zeker nuttig om dat onderhouden te zien.

Wat was uw eerste kennismaking met publieksonderzoek?

Toen ik hier kwam werken in 1979.

Leest u wel eens rapporten van onderzoek dat in andere musea is gedaan?

Ja, van andere volkenkundige musea, bijvoorbeeld van het Tropenmuseum, het Rijksmuseum voor Volkenkunde in Leiden, maar ook van andere instellingen hier in Rotterdam, collegamusea of instellingen als de schouwburg e.d.

Wordt er tijdens de stafvergadering over publieksonderzoek gesproken?

Ja.

Wat vinden uw collega's van publieksonderzoek?

Dat hangt een beetje van de presentatie af, je merkt (ik maar me daar zelf ongetwijfeld ook schuldig aan) dat je een aantal ideeën hebt over wat waarschijnlijk uit zo'n onderzoek gaat komen en als je dan de cijfers voor je neus krijgt dan heb je sterk de neiging om die cijfers te gebruiken om jouw mening te onderbouwen. Daar schiet je niets mee op, natuurlijk. Het meisje dat het onderzoek doet is verbaal gelukkig nogal een stevige tante, dus die komt zelf wel met haar conclusies, zonder daar al te veel ruimte bij over te laten voor vrije interpretaties, terecht!

Maar het is een beetje een probleem bij publieksonderzoeken, dat mensen zich toch niet laten overtuigen als er uit het onderzoek iets anders komt dan wat zij denken.

De rest staat er ook neutraal tegenover.

Er zijn hier de laatste tien jaar geen publieksonderzoeken gedaan, hoe komt dat?

Wat toen sterk speelde was de overgang naar meer sociaal bewogen verhalen en toen is er dus gemeten of het publiek daar op af zou komen, hoe mensen dat oppikten, wat men van de nieuwe presentatie vond. We hebben drie publieksonderzoeken gehad: "Islam", "Turks kind" en "de indianen van Noord-Amerika". We hebben daarvan één onderzoek zelf gedaan. De onderzoeksopzet was gemaakt door een bureau en zij namen ook de verwerking van de gegevens voor hun rekening. Het enquêteren werd door de suppoosten gedaan omdat het anders te duur werd. Dat was geen onverdeelde succes destijds, nee!

We hebben nu opnieuw door suppoosten laten enquêteren, maar ik moet zeggen dat we sinds de heropening veel met dienstweigerers werken en die hebben een andere opleiding gehad dan de suppoos-

ten oude stijl, dat waren voornamelijk afgekeurde lagere ambtenaren. Ik denk dat er zeker een presentatie van het rapport aan hen zal plaatsvinden en dan weet "het hele bedrijf" ervan.

Wie gaat er verder dat rapport lezen?

Zeker de hele staf, het zal ongetwijfeld besproken worden.

U bent op dit moment de contactpersoon?

Ja. Maar dat is een willekeurige keus, het had ook Paul Faber (Coördinator Publieksdienst) kunnen zijn. Het maakt niet zoveel uit of het nou iemand is van de P.R. of van de publieksdienst, je houdt je er alle twee zo nauw mee bezig dat dat niet echt wat uitmaakt.

Het onderzoek is uitgebreid in de stafvergadering besproken.

Hoe zit het financieel?

Er is geen onkostenvergoeding beschikbaar. We willen proberen voor het huidige onderzoek een kleine subsidie van de gemeente te krijgen, maar dat moet nog opgestart worden. Er is dus geen vast budget, er moet een aparte subsidie voor publieksonderzoek aangevraagd worden. We hebben dat niet over op onze begroting.

Welke voorwaarden stelt u aan publieksonderzoek?

Moeilijke vraag. Tot op heden was alles gericht op vragen als: hoe komen bezoekers binnen en wat vinden ze ervan en dat zijn voor ons natuurlijk ook de meest relevante zaken. Daar let ik ook het meest op. Ik heb in onderzoekstechnieken wel enig inzicht, maar echt veel verstand heb ik er niet van. Maar dat zit wel goed met het huidige onderzoek.

Zijn er concrete plannen voor de toekomst?

Nee, er zijn geen concrete plannen. We hebben wel een aanbieding gehad van het bureau I.E.S.O., dat is een landelijk bureau, dat onderzoek naar de naambekendheid heeft gedaan bij een aantal culturele/recreatieve instellingen. Daar zitten wij ook bij. Voor een vaststaand bedrag kunnen we de verwerking van de gegevens en de daaraan te verbinden conclusies kopen en dat zijn we wel van plan. We vinden die landelijke bekendheid namelijk heel interessant. Verdere plannen zijn er zeker niet.

## De heer Bloemhof, Natuurmuseum

In het Natuurmuseum is een permanente expositie te bezichtigen van planten, dieren, gesteenten, fossielen en mineralen, in hoofdzaak afkomstig uit Twente en omgeving. Aan de hand van werkende apparatuur, kaarten, foto's, schaalmodellen en diorama's wordt uitvoerige informatie over de collecties gegeven. Zo is er in de mineralenzaal -behalve een overzicht van de bekende edelstenen, sierstenen, ertsen en andere mineralen en hun toepassingen,- een geigerteller te zien, die door de bezoekers kan worden bediend. In de fossielenzaal met fossielen uit Twente en omgeving wordt ook een diaserie vertoond over de geschiedenis van het leven op aarde. Voorts is er een zaal over ongewervelde dieren, een geologiezaal, een plantenhoek, een zaal over de voortplanting en een walviszaal. Het vivarium bevat aquaria met inheemse en tropische vissen, zoogdieren, reptielen en amfibieën; de zoogdierenzaal toont dieren uit Twente en omgeving in diorama's, de vogelzaal toont diorama's van Nederlandse landschappen. Het museum bezit tevens een bibliotheek, een instructieve tuin met een bijenhuisje en een volkssterrenwacht. Er worden regelmatig wisselende tentoonstellingen gehouden.

## Het interview

Laatst is er een publieksonderzoek gehouden in het Natuurmuseum door een groepje studenten van de H.E.A.O. Er was niet ~~een~~ contactpersoon, maar ikzelf (de heer Bloemhof), de heer van Stuyvenberg (beide educatief medewerker) en de heer Venema (de directeur) waren er alledrie bij betrokken.

We hebben zelf om het onderzoek gevraagd omdat we wel een onderzoek wilden, maar niet zelf de know-how en de tijd hadden om het uit te voeren. De reden van het onderzoek was dat we sponsors zochten voor het museum en we wilden deze een beeld geven van de samenstelling van het publiek.

Het onderzoek is gehouden gedurende de zomermaanden van 1988. Het was erg mooi weer en er waren weinig bezoekers. De resultaten zijn dan ook op een te klein aantal enquêtes gebaseerd om representatief genoemd te kunnen worden, dus we kunnen niet veel doen met de resultaten van het onderzoek. We willen de resultaten dan ook niet voor eventuele sponsors gebruiken. Ik heb het idee dat ik ze beter zelf kan vertellen wat ik denk dat de publiekssamenstelling is, dat komt er dichterbij dan de onderzoeksresultaten. Ook is er niet in de weekends geënquêteerd, terwijl deze dagen het meest representatief zijn.

Er is van tevoren wel overleg geweest over wat onderzocht moest worden. Een van de vragen was bijvoorbeeld: "Vindt u dat er genoeg parkeerruimte is?" Daarop zei iedereen "ja", want de stad was uitgestorven door het mooie weer. Om de drie dagen is er een stafvergadering, we zien elkaar dagelijks. Dingen worden vrij direct doorgesproken. Het is een klein museum en de afstand tussen de staf en de andere medewerkers is dan ook zeer gering.

Alles wordt als het ware tijdens de koffie besproken.

Hoe heeft u voor het eerst kennisgemaakt met publieksonderzoek?

Tijdens mijn studie en je hebt natuurlijk je algemene ontwikkeling, je weet dus dat er enquêtes bestaan. Ik wist dat altijd wel.

Leest u wel eens rapporten van publieksonderzoeken die in andere musea gedaan zijn?

Ik heb nog nooit rapporten van andere publieksonderzoeken gelezen, ik denk dat de heer Venema dit wel heeft gedaan.

Waar zouden onderzoeksresultaten voor gebruikt kunnen worden?

Voor het vinden van sponsors, je kunt je publiekssamenstelling laten zien. Verder voor het testen van de duidelijkheid van de presentatie en de waardering die bezoekers voor het museum hebben.

Wat zijn uw wensen op het gebied van publieksonderzoek?

Er is een vivarium (een afdeling met levende dieren) en ik wil weten wat de volwassenen ervan vinden. Dat kinderen het leuk vinden is wel duidelijk.

Verder wil ik weten of de teksten goed te lezen zijn: zijn ze begrijpelijk, is er teveel of te weinig tekst? Vaak weet je dat zelf ook eigenlijk wel. We houden wat dat betreft veel rekening met het publiek, we geven visuele en tekstuele informatie en we maken gebruik van A- en B-teksten.

Het onderzoek van de H.E.A.O.-studenten was zo gek nog niet, alleen was het vervelend dat je binnen hun stramien moest blijven.

Ik sta positief ten opzichte van publieksonderzoek, mijn collega's ook.

Hoe zit het financieel?

Er is geen post onderzoek op de begroting. Het gaat ten koste van andere dingen. Er zijn veel plannen voor de toekomst, we willen graag een heel uitgebreid onderzoek door een bureau laten doen, maar daar is dus geen geld voor.

De heer Duizer, NINT

Na jarenlang aan de Rozengracht gehuisvest te zijn geweest, gaat het NINT begin 1983 verhuizen naar de voormalige diamantslijperij van Asscher in de Tolstraat. Het gebouw is één van de laatste historische industriële panden in Amsterdam. Na de verhuizing is de technische expositie geheel vernieuwd. Doordat werkende apparatuur en opengewerkte modellen kunnen worden bekeken, aangeraakt en bediend, kan op soepele wijze worden kennism gemaakt met de wetenschappelijke achtergronden waarop techniek is gebaseerd. Enkele van de onderwerpen die aan de orde komen zijn autotechniek, energie, computers, telecommunicatie, electronica en fotografie. In het museum is tevens een keur van computerspelletjes te vinden

#### Het interview

Er zijn hier drie publieksonderzoeken gedaan door een soort onderzoeksbureau, een bureau dat ervaring heeft met markt-onderzoek in non-profitinstellingen. Daar is een groot rapport van verschenen. Het onderzoek omvatte drie steekproeven bij verschillende doelgroepen.

Tijdens dit onderzoek werkte ik nog niet in deze functie.

Op wiens initiatief is dit onderzoek gedaan?

Het is op verzoek van het museum gebeurd.

Wat was de aanleiding voor dat onderzoek?

Ik denk dat er geen gegevens waren over het publiek in het algemeen. In 1983 zijn we verhuist en toen is besloten tot het volledig vernieuwen van de collectie. Dat is eigenlijk gebeurd zonder dat er publieksonderzoek is geweest naar wat nu interessant was. Ik denk dat de aanleiding was, maar dat weet ik niet zeker, want ik werkte toen nog niet in deze functie, om een soort evaluatie te krijgen van wat er nu eigenlijk stond.

In 1986 vond het toenmalige management dat onze collectie eigenlijk compleet was, men wilde dus inzicht krijgen in het feit of men het goed had gedaan.

Het was een onderzoek naar de samenstelling van het publiek plus een stukje evaluatieonderzoek.

Deze zomer ga ik een proefenquête opstellen voor een permanente enquête (naar de samenstelling van het publiek plus een evaluerend gedeelte). Elke maand zal er twee dagen geënquêteerd worden en wel op een doordeweekse dag en op een dag in het weekend. Dat is niet binnen het managementteam besloten, omdat het van nature een taak van mijn afdeling is. De afdeling publieksbegeleiding is de schakel tussen het produkt en het publiek. De uitkomsten van het onderzoek zijn wel weer heel interessant voor het managementteam en ook voor de staf. De staf is een inhoudelijk adviescollege dat beslist wat er inhoudelijk komt te staan. Het managementteam is eigenlijk de directie, dat zijn de beslissers.

Van mij wordt verwacht dat ik de gegevens aandraag.



En dat komende onderzoek is op uw initiatief?

Ja.

Vraagt u daar toestemming voor?

Binnen de beleidsruimte, die per afdeling aanwezig is, heb ik dat zelf besloten. Ik vind dat we ons beleid en programmering meer moeten richten op de wensen en ideeën die bij het publiek leven. Het is eigenlijk een autonome beslissing. Dat kan hier ook, ik heb een grote beleidsvrijheid. Het is wel regel, dat het gemeld wordt, voor het geval er bezwaren mochten zijn. Dat was nu niet zo, want het was evident dat er informatie nodig is. Het rapport van 1986 gaf wel enige informatie, maar het is op maar drie data gehouden en je kunt je afvragen hoe valide de resultaten dan nog zijn. Dus daarom kiezen we voor een meer permanente aanpak. De uitkomsten gaan periodiek, waarschijnlijk per maand gepubliceerd worden. De totale uitkomsten, de jaaruitkomsten zullen terugkomen in jaarverslagen en verzoeken aan sponsors.

Wat kun je doen met publieksonderzoek?

Met de uitkomsten van het onderzoek kun je je programmering beter richten op de wensen die bij het publiek leven. Kijk, je hebt een produkt en je hebt een aantal mensen, die koppeling moet je maken, dat is gewoon een marketingkwestie. Daarvoor moet je weten wat de mensen leuk vinden, wat ze interessant vinden. Daar kun je dan een aantal extra activiteiten op ontplooiën.

Het komt bijvoorbeeld voor dat er zalen zijn waarvan je denkt dat ze inhoudelijk heel erg interessant zijn en heel erg leven binnen de wetenschap. Je kunt je heel erg vergissen in de aantrekkelijkheid van die onderwerpen bij het grote publiek. Dat is iets dat je eigenlijk wel moet weten. Verder zijn we een sterk interactief museum, dus er gaat nogal eens wat stuk. Er zijn dingen waar je overheen kijkt, waarvan je het idee hebt dat het wel werkt. Het kan ook zijn dat wij denken dat iets toegankelijk is, makkelijk te bedienen is, terwijl het publiek daar anders over denkt, bijvoorbeeld de computerspelletjes die we boven hebben staan en waarvan blijkt dat het publiek dat toch heel moeilijk vindt. Nou, dat soort informatie krijg je.

Je krijgt ook meer zicht op de routing die het publiek intern aflegt. Waar gaan ze heen, hoe lang blijven ze, waar blijven ze lang bij staan?

Je krijgt inzicht in waar ze vandaan komen, hoe ze in contact komen met het NINT en op basis van wat voor argumenten ze besluiten over te gaan tot een bezoek. Dat heeft consequenties voor het vinden van sponsors voor bepaalde projecten. Welke sponsor schrijf je aan om een bepaald thema onder het publiek te brengen? Dan doe je onderzoek naar je sponsors, maar het is ook heel interessant om te weten hoe het publiek denkt over milieuproblematiek etc. Om daar een zekere koppeling in te vinden denk ik dat je de resultaten van publieksonderzoek nodig hebt. Ook om het nut van een aantal mailings, reclamecampagnes, advertentiecampagnes etc. te meten heb je publieksonderzoek nodig. Sta je wel in de goede bladen?

En de sterk evaluerende kant is ook belangrijk: Wat vinden ze ervan, voldoen wij met onze produkten? en daarnaast moet je de eigenschappen van het publiek te weten zien te komen om tot een soort typering van een aantal bezoekersgroepen te komen, zodat je die ook in je programmering kunt meenemen.

Momenteel zitten we eigenlijk in de lift.

Wat ontbreekt zijn buitenlandse toeristen, terwijl er daar toch veel van in Amsterdam rondlopen. Ook ontbreken mensen van

universiteiten en H.B.O.'s. Om met name deze groep naar binnen te halen hebben we een tentoonstelling over fractals gemaakt (het begrip fractal komt uit de wiskundige topologie, de definitie luidt: een figuur waarvan onderdelen op de een of andere manier lijken op het geheel). Met zo'n extraatje kun je testen of daar publiek op af komt, of het een interessante markt is of ze ons serieus nemen als wetenschappelijk museum. Dat soort gegevens hebben we niet en die moeten we wel krijgen.

Wat zou u graag willen onderzoeken?

Ik wil precies weten in hoeverre het publiek geïnteresseerd is in speciale activiteiten. Er is bijvoorbeeld een wetenschappelijk theater, dat loopt heel goed voor een bepaalde doelgroep. Je ziet heel duidelijk dat de moeders met kinderen blijven kijken, terwijl de vaders doorlopen. Ik wil inzicht hebben in hoeverre de activiteiten nou opgepakt worden: aan welke activiteiten neemt men deel (rondleidingen, vragenlijsten, theater etc.)?

Moeten we dat aanbieden, dit is eigenlijk ook een budgettair verhaal, of kunnen we het naar beneden schroeven zonder daarmee de waarde van het museum aan te tasten, of moeten we het opvoeren?

We hebben vaak de neiging, als het heel druk is, om heel veel rondleiders het gebouw in te sturen. Ende ervaring wijst er een beetje op dat op sommige momenten, bijvoorbeeld tegen sluitings-tijd, het publiek daar geen behoefte aan heeft, omdat ze dan heel erg gehaast zijn. Voor een rondleiding van een half uur hebben ze dan geen tijd. Ze willen dan nog heel veel zien. Ik wil over de rondleidingen ook nog weten of we die goed in elkaar hebben gezet. Worden ze op school goed voorbereid? Ziet men het bezoek aan het NINT als een dagje uit of ziet men het meer als iets educatiefs? In hoeverre moeten we daarop inspelen, moeten we ons aanbod de recreatieve kant optrekken of juist meer de educatieve? De inhoudelijke werkgroepbeslissingen worden gebaseerd op het feit of een onderwerp interessant ligt binnen het onderwijs, de wetenschap of de maatschappij en of het budgettair haalbaar is.

Hierbij vergeten we ons af te vragen of het voor het publiek ook interessant zou zijn. Je zou een soort marktonderzoek moeten doen om uit te vinden of mensen geïnteresseerd zijn in bepaalde zaken en je moet tevens onderzoeken op wat voor manier je het dan moet brengen.

We dachten er al een tijdje over om de zalen met de computerspelletjes te vervangen door een ander, in onze ogen, leuker thema. Nu bleek uit onderzoek dat mensen juist voor deze spelletjes terugkomen. We moeten ze dus niet gaan vervangen, maar juist verbeteren en uitbreiden. Dat geldt ook voor de transporttentoonstelling. We dachten dat dat niet meer zou aanslaan en uit onderzoek bleek dat juist die tentoonstelling heel hoog scoort. Dus juist de programmering en de activiteiten, dat zijn de twee belangrijkste dingen die uit publieksonderzoek kunnen komen.

Het komende onderzoek doen we zelfstandig. We doen dat op basis van voorbeelden en literatuur uit de bibliotheek van de Reinwardt Academie. Omdat de bezoekersaantallen zo sterk stijgen hebben we twee assistenten kunnen aantrekken, die ervaring hebben met het doen van onderzoek. Zij zullen verantwoordelijk zijn voor het opzetten van de enquête van de definitieve vragenlijst.

Er is op dit moment ook een stagiaire van de H.E.A.O. in Amsterdam bezig, die marktonderzoek doet bij het onderwijs. Er lopen dus een aantal processen tegelijkertijd. De relatie met de

H.E.A.O. zal ook permanent worden.

Publieksonderzoek is heel erg nodig, omdat je je als museum toch wat agressiever in de markt moet opstellen. Juist omdat wij niet zozeer een conserverende taak hebben; we hebben namelijk geen collectie, geen depot, eigenlijk geen oude dingen, op enkele uitzonderingen na. Daardoor kunnen we ons juist heel erg richten op de publieksgerichte taken en kunnen we heel snel de bevindingen die uit publieksonderzoek komen daadwerkelijk toepassen.

Hoe maakte je voor het eerst kennis met publieksonderzoek?

Tijdens mijn studie (geografie met als bijvak Methoden en Technieken). Ik heb een onderzoek gedaan in een ontwikkelingsland. Ik heb altijd al affiniteit gehad met onderzoek doen, vandaan ook dat ik hier al snel een publieksonderzoek wilde, ik vond het de meest logische manier om snel op te starten. Dankzij het succes om bezoekers binnen te halen, wat geld oplevert, zijn er ook wat meer financiële mogelijkheden geschapen voor onderzoek.

Leest u ook wel eens andere rapporten?

Ja, ik ben zeer geïnteresseerd, ik lees zoveel mogelijk, via de Nederlandse Museumvereniging en zoals ik net al zei, de Reinwardt Academie heeft een bibliotheek vol met literatuur en voorbeelden. Praat u er ook met uw collega's over?

Ja, binnen mijn afdeling in ieder geval, omdat iedereen heel erg benieuwd is.

In 1986 zijn de resultaten van het onderzoek nauwelijks verspreid binnen het museum. Nu gaat dat anders, want de mensen, die met het resultaat gaan werken, de publieksbegeleiders worden ook ingezet om het uit te voeren.

Ze hebben inspraak, ja, het leeft heel erg momenteel.

U klinkt zeer positief over publieksonderzoek, denken uw collega's er ook zo over?

Nee, er zijn twee benaderingen te zien in wetenschappelijke musea. Je kunt proberen feeling te krijgen met wat het publiek wil of je kunt je specialisten de tentoonstellingen laten ontwikkelen, waarbij je er van uitgaat dat hun gezamenlijke capaciteiten dermate groot zijn dat het altijd een publiekstrekker wordt en dan heb je geen publieksonderzoek nodig. Ik denk dat de gulden middenweg in dit geval het beste is.

Hoe zit dat binnen de inhoudelijke werkgroep?

Er is iemand in de inhoudelijke werkgroep die zegt: "Het publiek komt toch wel als wij goede prestaties leveren", die ziet het nut van onderzoek niet zo in. Ik denk dat die mening snel zal veranderen, een dergelijke houding is ook niet echt haalbaar meer.

Musea zitten in de lift, zeker de technologie-musea, dus je moet je produkt wel gaan richten op de wensen van je doelgroep.

Hoe zit het financieel met onderzoek?

Er is geen vast budget, het gaat nu af van mijn grote budget. Als we echt permanent gaan draaien zal ik proberen om er subsidie voor aan te vragen.

Welke voorwaarden stelt u aan onderzoek?

Technisch gezien moet het onderzoek voldoen aan de methodologische/wetenschappelijke eisen. Verder moet het onderzoek structureel zijn, een potentieel verloop kunnen weergeven, dus niet een eenmalige actie zijn. De resultaten moeten redelijk snel tot je beschikking zijn, de cijfers moeten elk moment presenteerbaar zijn. Als we een nieuw idee hebben moet dat heel snel uitgetest kunnen worden. Je moet continu de vinger aan de pols houden. Wat betreft de enquêtes zelf: ze moeten kort zijn, het mag niet te lang gaan duren, dit is tevens een budgettaire eis.

Verder wil ik niet ongeveer weten waar men vandaan komt, maar ik wil het precies weten.

Dus wat betreft de toekomst, er komt een groot, permanent onderzoek. Verder zal de H.E.A.O hier elk jaar vier maanden lang een stagiaire plaatsen om een specifiek doelgroeponderzoek te doen. Dit jaar is dat het voortgezet onderwijs.

De heer van den Oord, Rijksmuseum Vincent van Gogh.

Het Rijksmuseum Vincent van Gogh ontstond uit een in 1962 tussen de Vincent van Gogh Stichting en het rijk gesloten overeenkomst. Overeengekomen werd dat de Stichting de grote collectie schilderijen en tekeningen die eens aan Theo van Gogh en aan diens zoon in. dr. V.W. van Gogh had toebehoord, in permanente bruikleen aan het Rijk afstond en het Rijk op zich nam voor de collectie een museum op te richten en te exploiteren. In juni 1973 werd het museum - gebouwd naar ontwerp van Gerrit Rietveld - officieel geopend. De presentatie van de collectie -naast een groot aantal werken van Vincent van Gogh ook werk van o.a. Bernard, Gauguin, Monticelli en Toulouse-Lautrec - en van de wisselende tentoonstellingen is erop gericht om vanuit verschillende invalshoeken meer inzicht te krijgen in de persoon Van Gogh en de kunst van zijn tijd. Door de gespecialiseerde collectie is de bezoeker in staat de ontwikkelingsgang van een kunstenaar goed te volgen; ook de werkplaats van het museum staat daarbij ten dienste van het publiek. De bibliotheek bevat uitgebreide informatie over Van Gogh, zijn tijdgenoten en de kunststromingen in de tweede helft van de 19e eeuw.

#### Het interview

Er is een publieksonderzoek geweest, in 1975.

Het onderzoek vond plaats op initiatief van het museum. We waren toen pas begonnen en we wilden het profiel van onszelf en het publiek duidelijk krijgen. We dachten dat we ouderen aantrokken en geen jongeren, maar er kwam uit dat wij een museum waren voor gezinnen tussen de 25 en de 35 jaar en dat we goed scoorden bij toeristen.

In het jaar van het onderzoek, 1975, tevens het jaar van "Amsterdam 700" hebben we ontzettend veel verschillende dingen gedaan. Wat is er toen onderzocht?

Dat weet ik niet precies meer, maar het was een lijvig rapport.

Ik vond het werkbaar om te weten, dat heet tegenwoordig marketing, waar je doelgroep zit, dat is belangrijk. Dat uit het onderzoek bleek dat we aantrekkelijk waren voor jonge gezinnen was een belangrijke uitkomst. Het betekent dat je wat betreft de binnenlandse bezoekers enigzins weet waar je aan toe bent. Het is een goed gegeven, want het jonge gezin is heel stabiel in de Nederlandse maatschappij.

Ons museum is blijkbaar ook echt zo'n museum waar je gemakkelijk met kunst kunt beginnen. Van Gogh is bekend, dat moet je een keer gezien hebben.

Ik weet niet meer goed wie de contactpersoon was tijdens dat onderzoek, ik denk dat ik dat zelf was.

Over een eventuele contactpersoon: het moet in ieder geval iemand zijn van de tentoonstellingsgroep, die het produkt gaan leveren, iemand van de ideële kant (de directeur of hoofd tentoonstellingen) of iemand van de collectionele kant, bijvoorbeeld een zakelijk directeur.

Er was nogal wat verzet tegen de komst van dit museum, de

collectie was een soort ongewenst kindje, van Gogh lag qua waardering achter Cobra. Er was een kunstenaarsmanifestatie uit protest tegen de bouw van het museum.

De partners, die ons graag wilden hebben waren de V.V.V.'s, de toeristische sector. Dat konden we duidelijk merken. We kregen bussen met de Anne Frank-van Goghdagtocht, we zaten overal in.

Het eerste jaar kregen we al 400.000 bezoekers, dat was veel meer dan we verwacht hadden. Nu ligt het bezoekersaantal rond de 650.000. We hadden in die tijd veel activiteiten: 30 tentoonstellingen per jaar, muziek, foto's, boekpresentaties, er was een werkplaats etc. Toen wilden we wel eens weten waar we aan tegemoet wilden/moesten komen, weten waar we aan toe waren.

Publieksonderzoek werd besproken in de stafvergadering, ja we zaten veel bij elkaar, hadden nauw contact, je was nieuw en zeer bevlogen.

Het onderzoek is uitgevoerd door Intomart, Loud van Leeuwen had dat aangekaart. Dat was in die tijd één van de leidende bureaus. We hebben een goed, bekend bureau uitgezocht.

Publieksonderzoek werd in die tijd niet veel gedaan, dus we liepen er toch wel mee voorop. Er was vooraf overleg met de onderzoekers, er zijn wat vragen gerevitaliseerd en er zijn discussies over de aanpak geweest. Ik weet niet meer of er aanbevelingen in het onderzoeksrapport stonden, ik geloof zelfs van niet, maar dat was ook niet echt de bedoeling.

Ik vond dat de informatie, die uit het onderzoek kwam wel klopte: je moet bij de geëngageerde mensen zijn, die participeren in allerlei activiteiten.

Als onderzoek uit jezelf komt, ben je eerder geneigd om de zaken serieus aan te pakken en daar verder wat mee te doen. Het onderzoek is voor mij van een sturend karakter geweest. Je hebt de neiging om heel duidelijk met groepen bezig te zijn. Ik vond het onderzoek een houvast, we waren echt zoekende.

Ik kende het verschijnsel publieksonderzoek al lang, ik heb als student veel geënquêteerd. Ik heb veel vrienden die socioloog zijn. Mijn beste vrienden zaten bij hele bekende marktonderzoekers in Amsterdam. Ik hou het nog steeds bij, er wordt veel onderzoek opgeleverd. Het N.B.T. (Nederlands Bureau voor Toerisme) stuurt materiaal en ik lees Adformatie, waar ook een heleboel van dit soort dingen in staan.

Bij het onderzoek waren voornamelijk de mensen betrokken, die zich met publiekswervende activiteiten bezig hielden en die echt naar de profilering van het geheel keken. De afdeling presentatie was een paraplu waar heel veel onder viel: educatieve activiteiten, de werkplaats, de afdeling voorlichting.

Iedereen heeft het onderzoeksrapport vrij intensief gelezen, we waren er allemaal wel blij mee. Iedereen vindt onderzoek positief.

We hebben een moeilijk verleden gehad, een geschorste directeur etc. Je had toch ergens houvast nodig. Na het onderzoek waren er veel interim mensen, die konden of wilden geen onderzoek doen, we waren dus zwervende. Later hebben we een reorganisatie gehad en toen kon ik doordat we tien jaar bezig waren feilloos aantonen wat de echte vragen van het publiek waren. Van Gogh en zijn tijdgenoten, dat was waar het echt om ging.

We konden merken dat de collectie alleen te mager was, er moest een context bij. Die hebben we ook in huis, die prachtige collectie van Theo van Gogh, alle documenten, die zeer belangrijk zijn.

Na het publieksonderzoek konden we ons eigen profiel schrijven, toen hadden we geen marktonderzoek meer nodig. In die zin, dat we heel goed weten waar we staan, een heel duidelijk gemarkeerd beleid hebben en dat werkt uitstekend, zo'n duidelijk platform. Het blijkt dat we de Nederlandse bezoeker heel duidelijk aanspreken, dat was eerst wat minder, eerst waren het de echte van Goghkenners en die gaven het enthousiasme door.

Dat blijkt ook uit de tentoonstelling "Monet in Holland". Men wil iets zien, dat grijpbaar is, maar nog niet gezien is. We laten dus een kant zien waarvan de mensen zeggen: "Natuurlijk hoort het erbij, maar ik heb er nog niet over nagedacht." Dat Monet in een bootje op de Zaan zat te schilderen was een fascinerende ontdekking voor het publiek. Zo'n figuur en dan in Nederland, in Zaandam!

De groep die al komt moet je niet vergeten. Je hebt te maken met twee dingen, namelijk het publiek en de collectie, daar ga je mee werken. Je wilt zorgen dat je je contouren vindt, je eigen uitstraling, dit om herkenbaar te zijn.

Voor de profilering is onderzoek een goed instrument. Daarna draait dat zich om: de profilering is dan meer een instrument voor marktonderzoek geworden. Dus eerst ga je onderzoek doen om je bedding te vinden, heb je die gevonden, dan gaat het andersom: het museum kan voor onderzoek dienen, je bent zelf een lichaam dat herkenbaar is. Een museum van de negentiende eeuw is iets dat herkenbaar is voor publiek.

Wat voor wensen op het gebied van onderzoek heeft u voor de toekomst?

We willen na 1990 met moderne kunst beginnen en dus willen we kijken of het publiek wel de relatie ziet tussen van Gogh en de moderne kunst en waar zij vinden dat die relatie ligt. Dat kun je gebruiken voor je tentoonstellingsbeleid. Dat is eigenlijk een soort marktonderzoek: we gaan het produkt een andere kleur geven en hoe valt dat?

Wat betreft de publicaties: hoe zou men een publicatie willen zien, moet het makkelijker/moeilijker, hoe komen de catalogi over, moeten we het bulletin populariseren? Vooral als je de kant van de moderne kunst uitgaat, moet je met meer commentaren komen. Je moet geen onderzoek doen vanuit het idee: "wij zijn een modern museum, dus wij doen aan onderzoek". Dat heeft geen zin.

Onderzoek is een uitstekend instrument om beleid te ontwikkelen, mits je er praktisch tegen aan kijkt.

Je moet dicht bij huis blijven, geen onderzoek doen naar dromenland.

Zijn er concrete plannen voor de toekomst?

Nee, er zijn geen concrete plannen, na 1990 misschien. Het is belangrijk de vinger aan de pols te houden: wat is er nog waar van het jonge gezin?

Hoe zit het financieel?

Er is geen vast budget voor publieksonderzoek, we hebben er in 1975, geloof ik, ook een krediet van het rijk voor moeten aanvragen.

## Anja van 't Hoenderdaal, Anne Frank Huis

In het achterhuis van dit uit 1635 daterende koopmanshuis hebben acht joodse onderduikers, onder wie Anne Frank, gedurende de Duitse bezetting een tijdelijke schuilplaats gevonden.

De verbinding tussen voor- en achterhuis werd in die tijd gecamoufleerd door een draaibare boekenkast. Het achterhuis is in de staat waarin het na het wegvoeren van de onderduikers en hun bezittingen is aangetroffen in stand gehouden. In het voorhuis is een tentoonstelling ingericht met een overzicht van de opkomst van nazi-Duitsland, de geschiedenis van de tweede wereldoorlog en de jodenvervolgung. Een aparte zaal is gewijd aan het dagboek van Anne Frank.

### Het interview

Er is in 1984 een grootscheeps publieksonderzoek gedaan, naar aanleiding van het feit, dat we de inrichting van het museum wilden vernieuwen en omdat we wilden proberen sponsors te krijgen.

Het onderzoek is opgezet door iemand van de Wetenschapswinkel. De medewerkers van het Anne Frank Huis hebben meegewerkt aan de uitvoering. Met behulp van een enquête is er onderzoek gedaan naar de samenstelling en de achtergrond van het publiek, de waardering voor de inhoud van het museum en de voorzieningen.

Wat betreft de organisatie van het museum: er is een directie en een beleidsgroep, de laatste bestaat uit coördinatoren, één van hen is de coördinator van het museum. Verder is er een Educatieve Dienst (ikzelf plus een andere collega) die gericht is op het museum en er is een afdeling Educatieve Projecten, die naar buiten treedt.

De mensen die bij het onderzoek een rol speelden zijn: de tentoonstellingsmedewerkster, die de tentoonstellingen maakt en tevens coördinator is voor het opstarten van het vernieuwingsproject. De Educatieve Dienst was er ook nauw bij betrokken, evenals een deel van de staf. Joke Kniesmeijer hield de inhoudelijke kant in de gaten.

Hoe kwam het dat men voor de wetenschapswinkel koos?

Er was waarschijnlijk al een soort contact met hen, via via.

Uit het onderzoek kwam naar voren dat het intellectuele niveau van de bezoekers zeer hoog was en dat verbaasde ons zeer, we dachten dat we toch een algemener publiek binnen kregen. Verder komen er veel scholen en minder Nederlandse bezoekers dan we dachten. We gaan ons in de winter nu ook op het Nederlandse publiek richten, evenementen organiseren, zodat ze komen en weer terugkomen.

Er kwam ook uit het onderzoek dat veel mensen alleen voor het achterhuis komen en niet het laatste tentoonstellingsdeel bekijken dat over het heden gaat. Dus gaan we in alle tentoonstellingsonderdelen het heden stoppen, ze actualiseren,



dan krijgt het publiek wat het wil en wij ook. We vinden de toekomst heel belangrijk.

Als we dit onderzoek niet hadden gehad, dan hadden de plannen voor de veranderingen er heel anders uitgezien.

We trekken ons veel van het onderzoek aan.

Er loopt nu een onderzoek naar S.H.O.A. Er wordt namelijk een verkorte versie hiervan vertoond op scholen, en we willen weten wat daarvan blijft hangen.

Ook loopt er een onderzoek over antisemitisme. daar gaan we een tentoonstelling over maken en we zijn aan het uitzoeken wat men er al over weet. Dit onderzoek doet de Educatieve Dienst zelf.

Er is een dienstweigeraar, die veel weet over het opzetten van onderzoek. Het zelf doen van dit soort kleine onderzoekjes is echt iets van de laatste tijd.

Hoe zit het financieel?

Er is niet een speciaal budget voor, maar het onderzoek van '84 stond wel op de begroting. Voor het S.H.O.A.-project krijgen we subsidie, de andere onderzoekjes betalen we zelf, dat gaat af van het gewone budget.

Hoe denken je collega's over publieksonderzoek?

Men is positief over onderzoek.

Publieksonderzoek is hier niet alleen een zaak van de Educatieve Dienst, we zijn niet een museum met ouderwetse afdelingen. Er zijn twintig mensen die zich met het museum bezig houden.

In de beleidsgroep wordt er ook over onderzoek gepraat.

Wat zijn uw wensen voor de toekomst?

Ik wil een onderzoek onder scholieren naar wat ze hebben opgestoken van een bezoek aan het Anne Frank Museum. Ik wil ze een week na het bezoek testen en die test later weer herhalen om te kijken wat er is blijven hangen en wat veel indruk maakte. Zoiets moet je goed voorbereiden. Verder wil ik weten hoe leerlingen reageren op onze anti-semitisme film, uitzoeken wat er blijft hangen en deze kennis gebruiken voor komende films.

Ook wil ik bij nieuwe projecten de voorkennis testen om het Educatieve programma hierop aan te passen.

Welke voorwaarden stel je aan onderzoek?

Je moet een bepaalde doelstelling voor ogen hebben met het onderzoek.

Een follow-up van 1984 zit er niet in. In de toekomst komen er geen grote onderzoeken, maar wel kleintjes, die de Educatieve Dienst zelf zal uitvoeren.

Waar kun je publieksonderzoek voor gebruiken?

Je kunt onderzoek gebruiken om bepaalde keuzes te legitimeren.

Wij (de Educatieve Dienst) willen de teksten zo duidelijk mogelijk houden, ze moeten niet al te moeilijk zijn. Dat is vaak een gevecht tussen de didactische Educatieve Dienst en de inhoudskenners. We werken nu met walkmans om dingen beter toe te lichten. Na het gebruik van de walkmans moesten mensen een enquête invullen, waaruit bleek dat die walkmans goed werkten. Dat was een legitimering naar de directie toe: "zie maar dat het werkt".

Veel van onze ideeën voor onderzoek blijven liggen en worden later weer eens opgepakt.

Het is altijd goed om eens te kijken of je eigen veronderstellingen wel kloppen, je bent natuurlijk subjectief, je moet blijven uitkijken met je eigen oordeel.

## Mevrouw van Leeuwen, Mauritshuis

Het Mauritshuis werd in de jaren 1633-1644 gebouwd voor Johan Maurits van Nassau-Siegen, een achterneef van stadhouder Frederik Hendrik, naar een ontwerp van Jacob van Campen. In 1636 werd Johan Maurits benoemd tot gouverneur van Brazilië. Aangezien "de Braziliaan" zijn nieuwe woning met materialen uit deze pasveroverde kolonie liet inrichten, verkreeg het interieur een exotisch karakter. Na het overlijden van Johan Maurits werd het paleis vooral gebruikt als "hotel" voor belangrijke buitenlandse gasten, tot het interieur in 1704 door een hevige brand werd verwoest. Na de herbouw werd in 1820 het Koninklijk Kabinet van Schilderijen van koning Willem I erin ondergebracht en spoedig daarna werd het Mauritshuis voor het publiek opengesteld.

De kern van de uitgebreide verzameling bestaat uit de voormalige galerij van stadhouders en prinses van Oranje. Men ziet er werken van de Vlaamse primitieven, onder wie Rogier van der Weyden, vertegenwoordigers van de 16-eeuwse Duitse schilderkunst, o.a. Holbein en Cranach, en van de Noord- en Zuid-Nederlandse schilderkunst uit de 17e en 18e eeuw.

Deze laatste verzameling bestaat o.a. uit werken van Brueghel, Vermeer, Frans Hals, Jan Steen en Rembrandt.

### Het interview

Hier heeft de laatste dertig jaar geen publieksonderzoek plaatsgevonden. In de meeste musea vinden toch geen onderzoeken plaats? Ik weet één museum, waar het goed is gedaan: in het Dordrecht Museum. Het is gedaan door een gemeentelijke instelling, die hebben de gegevens ook verwerkt. Het ging over waarom mensen op een tentoonstelling afkwamen en meer van dat soort dingen. Wij moeten het hier trouwens ook doen.

Waarom is er hier zolang geen publieksonderzoek geweest?

Er is geen educatief medewerker, noch een P.R.-man, er is nog niemand voor. Onderzoek doen kost geld en er is geen vast budget. Ja, als ik het opvoer misschien. Maar omdat er geen vast budget voor is, zou het projectmatig moeten gebeuren.

Wat zou je met de resultaten van publieksonderzoek kunnen doen?

Je kunt er wel iets mee doen, met publieksonderzoek, het is nuttig om te weten of je bijvoorbeeld veel buitenlanders binnen krijgt, dus in welke talen je je publicaties moet doen, dus voor commerciële zaken heeft het nut, of voor een gidsje.

Wij hebben een gids in zes talen, omdat we wel weten, ook al hebben we het nooit geteld, dat er veel buitenlanders komen.

We denken dat we veel Japanners binnen krijgen, dus willen we ook een gidsje in het Japans maken, daar willen we publieksonderzoek naar doen, maar dat zou dan in het Japans moeten gebeuren.

Publieksonderzoek is om allerlei zaken precieser uit te voeren, de puntjes op de i te zetten.

Het is dus nuttig om te kijken in hoeveel talen je je boekjes

moet uitgeven, in welke talen de borden op de zalen uitgevoerd moeten worden. Verder is het goed om de samenstelling van het publiek te weten, zodat je weet wat je moet uitbreiden of wie je aan moet trekken.

Als je constateert dat er nauwelijks Hagenaren komen, dan kun je daar de conclusie aan verbinden dat je in Den Haag wat meer bekendheid moet zien te krijgen. Publieksonderzoek kun je dus gebruiken om meer publiek te trekken. Het mes slijdt aan twee kanten: aan de opvoedkundige kant -mensen moeten het museum kennen- en het is ook goed voor het museum want het brengt geld in het laatje.

Ik heb wel een idee van de samenstelling van het publiek, al kun je je daar natuurlijk wel in vergissen.

ik denk dat het museum landelijk te weinig bekendheid heeft. Dat weet ik door gewoon mijn ogen en oren open te houden.

Hoe maakte u kennis met publieksonderzoek?

Als student heb ik publieksonderzoek gedaan, ik studeerde kunstgeschiedenis. Dat was een onderzoek in het Groninger Museum tijdens een tentoonstelling over porcelein in 1980.

Wat zou je graag willen onderzoeken?

Er is een standaardlijstje voor als we een onderzoek zouden doen. Dan zouden we de samenstelling van het publiek willen weten: de nationaliteit, uit welke plaats ze komen, de leeftijdsopbouw, want de musea zijn een beetje aan het vergrijzen, terwijl in de jaren '70 de jeugd het museum ingejaagd werd.

Weet je, er zijn hier een winkel en een koffieshop, die gerund worden door vrijwilligers, gezellige huismoeders, en die praten met het publiek en de vragen die zij vaak te horen krijgen spelen ze aan ons door. Er is ook een informatiebalie (sinds drie jaar) en daar kan het publiek van alles vragen. Je krijgt dus al heel veel informatie over het publiek, dus je weet het al een beetje, maar je moet de puntjes op de i zetten.

Leest u wel eens onderzoeksrapporten?

Het rapport van het onderzoek in Dordrecht hebben we gekregen, maar dat heb ik nog niet bestudeerd. We willen kijken of we het hier ook kunnen doen. Nee, ik heb geen andere rapporten gelezen, ik heb er vroeger wel eens een boekje over gelezen.

We krijgen wel aanbiedingen van commerciële bureaus, ik heb een heel dossier vol.

Praten jullie wel eens over publieksonderzoek?

Ja, we hebben het erover dat we het graag willen doen. Volgens mij moet je het eens in de tien jaar doen, dan leg je het een keer vast. In de loop der tijd veranderen dingen ook wel, dat is handig om te weten.

Ik denk vrij positief over publieksonderzoek, in beperkte zin dan, hè, de samenstelling is het belangrijkste, de waardering wil ik ook wel weten, maar ik hoef niet te onderzoeken of ze na de tentoonstelling nog weten wanneer Rembrandt leefde, dat is niet interessant.

Het lijkt me ook leuk om een soort top tien te laten samenstellen van schilderijen en die dan als een soort handelsmerk te gebruiken. Zoals het melkmeisje van Vermeer, dat is een soort symbool geworden voor het Mauritshuis. Eigenlijk weten we wel welke schilderijen het populairst zijn, we hebben onze eigen top tien en die strookt wel met het publiek.

Ik zal waarschijnlijk wel contactpersoon tussen museum en onderzoeker worden. Ik doe half en half de educatie en de P.R. erbij.

De staf wil graag weten wat er uit zo'n onderzoek komt, er is

een redelijke consensus over publieksonderzoek, dat is het voordeel van een kleine staf.

Welke voorwaarden stelt u aan onderzoek?

Het moet representatief zijn, dus je moet het onderzoek op verschillende tijdstippen doen, de onderzoekers moet niet al te veel storen, ze moeten zich niet opdringen. Eigenlijk dezelfde eisen, die je stelt aan je eigen personeel. Mensen vinden het meestal leuk om geïnterviewd te worden. Dat moet dus op een aardige manier gebeuren, op een rustige plek.

De mensen die niet ondervraagd willen worden vallen af en dan is het onderzoek eigenlijk niet meer zo representatief, want de wijsneuzen willen toch wel.

Plannen voor de toekomst?

In 1987 zijn we opnieuw begonnen na een verbouwing, we zijn er vijf jaar uit geweest. Stapje voor stapje werk je engens naar toe. Er zijn vage plannen voor een onderzoek naar de samenstelling van het publiek. We gaan eventueel studenten werven of we laten het doen door een gemeentelijke onderzoeksdienst. Die doen het namelijk heel goed. Ik wil liever geen marketingbureau inschakelen, want die geven veel informatie waar je weinig aan hebt. Een gemeentelijke onderzoeksdienst heeft ook meer ervaring en zijn minder commercieel.

Dit jaar gaan we uitzoeken hoe we het moeten doen, hoeveel het kost, hoe we het moeten organiseren. Als dat uitgewerkt is vraag ik een budget aan.

Als je geprivatiseerd bent, dan ben je een bedrijf, en dan zul je ook aan marktonderzoek moeten gaan doen. Dan moet je onderzoeken hoe je je produkt kwijtraakt, maar zover is het nog niet.

Mevrouw van Leur, Verzetmuseum

Het Verzetmuseum heeft als doel de strijd tegen fascisme, antisemitisme en racisme in de jaren van het nationaal-socialisme te belichten. Er is een permanente expositie te zien, waarin een overzicht wordt gegeven van het verzet tegen de nazi's in al zijn verschijningsvormen.

### Het interview

De afgelopen twee maanden is er een publieksonderzoekje gedaan door een studente van de H.E.A.O. Ik was er nauwelijks bij betrokken, de conservator was haar begeleider.

Vorige week hebben we haar scriptie ontvangen. Het was een onderzoek naar de samenstelling van het publiek en er werd ook gevraagd wat men voor verwachtingen had van het museum.

Ik ben niet gelukkig met het onderzoek: de vragen zijn te algemeen. Je hebt er niets aan, ik hecht er geen waarde aan. Er kwamen veel dingen uit, die we al wisten. Ook de periode was niet goed, in januari, dan is het altijd heel stil.

Er zijn in die periode maar 35 mensen geweest, die allen ondervraagd zijn. Daarop zijn alle conclusies gebaseerd. Bij het gesprek vooraf was ik niet aanwezig. Ik heb wel mijn kritiek geuit, maar daar is niet echt naar geluisterd, het meisje was al zo zenuwachtig. De conservator vond de algemene vragen wel interessant. De studente is bij het Anne Frank Huis en het Joods Historisch Museum gaan vragen of men het Verzetmuseum kende, dat was veelal niet het geval. Dat deel van het onderzoek vond ik wel interessant.

Ik vind dat publieksonderzoek wel degelijk nuttig kan zijn, maar dan moet je wel heel gericht onderzoek doen. Bijvoorbeeld over de kwaliteit van de vaste opstelling. Wat pikt men op? Dit alles om je educatie op te richten. Een voorwerp dat aanspreekt, daar moet je wat mee doen. Bij een wisselende tentoonstelling zou je kunnen onderzoeken of men het een goed onderwerp vindt, vindt men het in het museum passen? Je kunt ook bij schoolgroepen, bij zowel leerlingen als docenten, onderzoeken of de educatie functioneert, hoe rondleidingen worden ervaren, wat er blijft hangen en wat niet. Je kunt dingen blootleggen, die je zelf verkeerd hebt ingeschat, omdat je er zo met je neus bovenop zit.

De werving is speciaal gericht op jongeren, voor een deel schoolgroepen. Daar heb je overzicht over wie er allemaal geweest zijn. Bij de individuele bezoekers heb je daar niet zo'n zicht op.

Ik denk dat de helft van de bezoekers onder de 50 jaar is, maar daar kan ik me in vergissen. Ik wil dit graag onderzocht hebben en dat regelmatig herhaald zien, dit ook in verband met pieken en dalen in bezoekerscijfers, door bijvoorbeeld bepaalde herdenkingsdagen. Er moeten dan wel veel mensen ondervraagd worden, niet slechts 35, maar daarvoor hebben we te weinig mankracht.

Wat wilt u verder nog graag onderzoeken?

Ik wil onderzoek doen naar de publiekssamenstelling en we willen ook graag weten welke buitenlanders er komen en hoeveel dat er zijn. De mensen aan de balie kunnen dat niet goed oeffen, dat zijn mensen van speciale regelingen, bijvoorbeeld vrouwen, die weer aan het werk willen. Vaak spreken ze niet goed hun talen.

Wat betreft het financiële aspekt: een bureau kunnen we niet betalen, we kunnen hoogstens gemaakte onkosten vergoeden.

Dan zou het onderzoek dus door een stagiaire gedaan moeten worden of door vrijwilligers, maar die hebben vaak de nodige kennis hier niet voor en het moet goed aangepakt worden.

Het publiek werkt volgens mij graag mee aan een onderzoek.

Ik vind het wel belangrijk dat er schriftelijk geïnterviewd wordt want als je het mondeling doet worden mensen snel beïnvloed, en dan worden de uitkomsten minder representatief. Vragen in de trant van "Wat vindt u van de sfeer" vind ik nutteloos.

Het museum bestaat nu drie en een half jaar, we hebben enige bekendheid, maar het grote publiek is nog niet bereikt. Er is geen budget voor reclame, om mensen te lokken. Free publicity krijgen kost veel tijd en organisatie. De staf bestaat uit twee personen: een conservator en een educatief medewerkster (ikzelf). We zijn beide historicus en werken nauw samen. De tentoonstellingen maken we samen.

Het idee van publieksonderzoek doen, daar kwamen we zelf op, omdat we bepaalde vragen kregen. Er is al vaker in de staf en het bestuur over onderzoek gepraat, we zagen de noodzaak al langer in. We hebben via via contact gekregen met de H.E.A.O. en laten merken dat we graag een onderzoek wilden hebben. Zelf iemand zoeken, die onderzoek wil doen is veel gedoe en dat gebeurt dan ook niet.

Leest u wel eens onderzoeksrapporten?

Nee, het onderzoeksrapport van de H.E.A.O.-studente was het eerste onderzoeksrapport dat ik ooit gelezen heb.

Wat zijn uw wensen op het gebied van publieksonderzoek?

Ik wil graag onderzoek doen naar de publiekssamenstelling en naar het buitenlandse bezoek.

Hoe staat uw collega ten opzichte van publieksonderzoek?

Mijn collega vindt onderzoek ook belangrijk.

## AANVULLING OP HET ONDERZOEK; DISCUSSIEPUNTEN

Uit het onderzoeksrapport wordt duidelijk dat publieksonderzoek nauwelijks ingeburgerd is bij musea. De vraag die zich opdringt is: leidt een dergelijke constatering tot verdere conclusies?

Publieksonderzoek is natuurlijk niet een op zichzelf staand fenomeen; het is een onderdeel van het publieksgericht functioneren. Een soort optimaal communiceren met de bezoekers. Immers: je leert meer van een tweegesprek dan van een eenzijdige monoloog.

Bij het publieksgericht te werk gaan is publieksonderzoek niet een doel, maar een middel. Een middel om dat wat het museum aanbiedt zodanig aan te passen dat er meer mensen (terug)komen en dat bezoekers tevreden zijn over/iets opgestoken hebben van het afgelegde bezoek. Trouwens, niet alleen de bezoekers vormen "het publiek" van een museum. Denk eens aan subsidiënten en besturen. Naar hen toe kan publieksonderzoek zeer overtuigend werken. Onderzoek kan bijvoorbeeld een legitimering zijn van het eigen bestaan of voor de keuze van een bepaalde tentoonstelling: "Zie maar, de groep die we wilden bereiken is ook in grote getale binnen geweest!" of "Wat we wilden overbrengen is ook echt overgekomen!"

Ook voor musea, die zich bezig houden met sponsoring is publieksonderzoek belangrijk: "De groep mensen, die jullie willen bereiken komen bij ons in het museum!"

Maar om even op de lijn van mijn betoog terug te komen: als je publieksonderzoek ziet als een middel bij het publieksgericht functioneren lijkt de conclusie, dat musea eigenlijk niet zo publieksgericht zijn voor de hand te liggen.

Afgezien van het feit, dat publieksonderzoek in praktische zin nauwelijks een eigen plaats heeft in museumorganisaties (er zijn nauwelijks vaste budgetten, geen vaste procedures van overleg in het geval er publieksonderzoek plaats vindt, de verantwoordelijkheid voor publieksonderzoek is nog nauwelijks in functieomschrijvingen opgenomen, etc.) lijkt het er ook op dat museummedewerkers nogal onverschillig ten opzichte van publieksonderzoek staan. Ik denk bijvoorbeeld aan een uitspraak van mevrouw van Leeuwen van het Mauritshuis: "Als je geprivatiseerd bent, dan ben je een bedrijf, dan zul je aan marktonderzoek moeten doen. Dan moet je onderzoeken hoe je je produkt kwijtraakt, maar zover is het nog niet." Of aan Maarten Bertheux van het Stedelijk Museum die niet eens op de hoogte is van de onderzoeken die in zijn museum uitgevoerd zijn.

Toch zou ik de museummedewerkers liever het voordeel van de twijfel willen gunnen en zeggen dat het eerder zo is, dat men niet beseft welke middelen er ingezet kunnen worden bij het publieksgericht functioneren.

Om publieksonderzoek als middel te kunnen gebruiken is het ten eerste noodzakelijk inzicht te hebben in wat je wel en niet kunt doen met de resultaten van publieksonderzoek. Publieksonderzoek is immers geen wondermiddel, niet alles is op te lossen door middel van een goed onderzoek!

Sommige zaken zijn goed te onderzoeken. Ik denk hierbij bijvoorbeeld aan onderzoek naar welke media het best ingeschakeld kunnen

worden om het (toekomstige) publiek te bereiken. Er zijn echter ook problemen en situaties te bedenken, die moeilijk te onderzoeken zijn of waarbij het doen van publieksonderzoek eigenlijk nutteloos is en niet echt uitkomst kan bieden. Een voorbeeld: Iemand zei eens, dat hij wilde uitzoeken hoe het publiek het museum, waar hij werkzaam is waardeert en dat vergelijken met de waardering voor andere musea. Het eerste is goed uit te zoeken, mits je deze vraag in onderzoekbare deelvragen uitsplitst. Wat betreft het laatste deel van zijn wens: stel dat je dat, met veel moeite, uitgezocht hebt, wat kun je dan met deze wetenschap? In dit geval kun je je de moeite beter besparen.

Ten tweede moet men ook in staat en bereid zijn iets met de resultaten van publieksonderzoek te doen. Is dit niet het geval, dan kost het onderzoek alleen maar tijd en geld. De kosten wegen dan niet op tegen de baten en ook al is een museum een non-profit-instelling, het blijft wel een bedrijf!

Wat betreft de aanbevelingen wil ik nog eens terugkomen op het zogenaamde formatieve evaluatieonderzoek, een onderzoeksvorm, die in Nederland nauwelijks gebruikt wordt. Terwijl dit soort onderzoek juist resultaten oplevert die men -in praktische zin- gelijk kan gebruiken en toepassen. Een museum, dat vaak gebruik maakt van dit soort onderzoek is het Museum of Natural History in Londen. Ik denk dat wij van dit museum veel kunnen leren, omdat zij op dit gebied over veel praktijkervaring beschikken.

Het komt maar al te vaak voor dat museummensen achteraf dat wat zij gemaakt hebben willen onderzoeken om er dan achter te komen dat bepaalde zaken veranderd moeten worden, wat weer extra tijd en geld kost. Waarom dan niet van tevoren het een en ander onderzoeken en nutteloze uitgaven besparen?

### Discussiepunten

Tijdens het doen van het onderzoek zijn er bij mij enkele vermoedens gerezen, die ik echter niet met bewijzen hard kan maken. Toch wil ik deze vermoedens uitspreken door ze als discussiepunt aan de orde stellen.

- Een van de redenen waarom publieksonderzoek nauwelijks in musea gefintergreerd is, is dat musea in de comfortabele positie zitten, dat ze voor hun geldstroom niet volkomen afhankelijk zijn van de bezoekers (consumenten), zoals dat in het gewone bedrijfsleven wel het geval is, waardoor de noodzaak om publieksonderzoek te doen weg valt.

Het tweede discussiepunt behoeft enige inleiding:

Als je kijkt naar de geschiedenis van de Nederlandse musea is te zien dat het ontstaan van "publieksgerichtheid", de opkomst van Educatieve Diensten, P.R.-afdelingen, etc. niet gelijk valt met het ontstaan van musea. Het is er eigenlijk later bijgekomen (Zie hiervoor ook het voorwoord van mijn onderzoek, waarin ik in het kort nog even de geschiedenis van de Nederlandse musea schets). Dat is ook nog steeds te merken. De samenwerking tussen de meer wetenschappelijk gerichte conservatoren en de publieksgericht afdelingen laat nog vaak te wensen over. Grof gezegd: de



publieksgerichtheid is nog niet in alle museumsegmenten door-  
gedrongen. De resultaten van mijn onderzoek lijken dit nog eens  
te bevestigen. Vandaar ook mijn tweede discussiepunt:

- zijn de Nederlandse musea wel zo publieksgericht als men  
beweert?