

onderzoek in de cultuursector

Letty
Ranshuysen



MUSEUMMONITOR® 2003

De MuseumMonitor® is een initiatief van de Nederlandse Museumvereniging en wordt uitgevoerd door het NIPO. Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen is als adviseur bij dit project betrokken en voert de overall-analyse uit op het tot stand gebrachte databestand.

INHOUD

Inleiding	1
Samenstelling steekproef	1
Geografische herkomst	2
Vervoermiddel	3
Gezelschapssamenstelling	4
Bezoekers met kinderen	4
Bezoekdoel	5
Bezoekmotieven	6
Gehanteerde informatiekanalen	6
Bezoektijd	7
Oordelen over de musea	8
Redelijk geachte toegangsprijzen	9
Behoeften aan extra activiteiten	9
Samenstelling publiek	10
Culturele activiteit	11
SAMENVATTING	12
BIJLAGE: VERDELING MUSEA OVER GENRES	14

Februari 2004

Inleiding

In 2002 is de pilot van de MuseumMonitor® uitgevoerd in 26 musea in Gelderland. Op basis van de positieve ervaringen ging in januari 2003 de landelijke MuseumMonitor® van start in 24 musea verspreid over geheel Nederland. Dit aantal is halverwege het jaar uitgebreid tot 32. In het navolgende wordt verslag gedaan van de belangrijkste uitkomsten van het publieksonderzoek in deze musea. Het gaat hierbij om uitkomsten ten aanzien van de gehele onderzoeksgroep. De uitkomsten per individueel museum zijn terug te vinden in de museumgebonden tabellenboeken. In deze rapportage worden de musea onderscheiden naar genre en naar publieksomvang. Het publiek wordt soms opgedeeld in binnenlands en buitenlands publiek en in bezoekers die kinderen meenamen en bezoekers zonder kinderen. De verschillen tussen de onderscheiden categorieën musea en publieksgroepen die hieronder aan de orde komen, betreffen statistisch getoetste en significant gebleken verschillen. Waar mogelijk worden de uitkomsten met eerder onderzoek vergeleken¹. De belangrijkste uitkomsten worden aan het einde van dit verslag samengevat.

Samenstelling steekproef

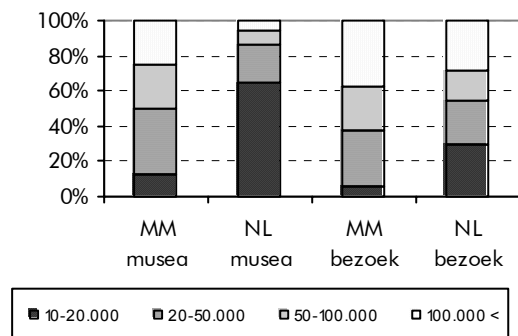
Er zijn in totaal 8.079 museumbezoekers ondervraagd. Tabel 1 toont hoe die over de 32 deelnemende musea zijn verdeeld. De omvang van de steekproef per museum is mede bepaald door de omvang van het publieksbereik van het betreffende museum: kleine musea dragen veel minder respondenten aan de totale steekproef bij dan grote musea.

1: VERDELING RESPONDENTEN OVER DEELNEMENDE MUSEA	Aantal	%
Drents Museum	499	6%
Fries Museum	225	3%
Gorcums Museum	111	1%
Hannema-de Stuers Fundatie	157	2%
Huis Marseille	275	3%
Kasteel Groeneveld	185	2%
Kröller Müller Museum	500	6%
Muiderslot	435	5%
Museon	205	3%
Museum Boerhaave	335	4%
Museum Henriëtte Polak	83	1%
Museum Het Prinsessehof	307	4%
Museum Het Valkhof	658	8%
Nationaal Monument Kamp Vught	254	3%
Natuurhistorisch Museum Maastricht	200	2%
Nederlands Architectuur Instituut	163	2%
Nederlands Leder- en Schoenenmuseum	207	3%
Paleis Het Loo	583	7%
Slot Loevestein	391	5%
Stedelijk Museum Alkmaar	163	2%
Stedelijk Museum Zutphen	96	1%
Theater Instituut Nederland	115	1%
Universiteitsmuseum Utrecht	209	3%
Zuiderzeemuseum	168	2%
HALVERWEGE INGESTAPT:		
Bonrefantenmuseum	254	3%
Wereldmuseum Rotterdam	239	3%
Natuurmuseum Brabant	199	2%
Kasteel Hoensbroek	278	3%
Thermenmuseum	165	2%
Zaans Museum	109	1%
Joods Historisch Museum	179	2%
Herinneringscentrumkamp Westerbork	150	2%
Totaal	8.097	100%

2: VERDELING OVER GENRES	MM 2003	Nederland
Natuurhistorisch	9%	7%
Cultuurhistorisch	62%	50%
Beeldende kunst	16%	16%
Techniek, transport	6%	28%
Volkenkundig	3%	2%
Overige	3%	1%
Totaal	100%	100%

Bron verdeling Nederlandse musea: CBS 1999

GRAFIEK 1: REPRESENTATIVITEIT PUBLIEKSOMVANG



¹ Vergelijkingsgegevens zijn afkomstig uit divers onderzoek van Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen, te weten: *Publieksonderzoek Vlaamse musea* (2001), *Het publiek van kleine musea* (2001), *Publieksonderzoek Halte Medemblik* (2001) en divers onderzoek in Nederlandse theaters in de periode 1999-2003. Daarnaast is gebruik gemaakt van gegevens uit MuseumMonitor®: *Publieksonderzoek Gelderse musea* (TNS NIPO 2002) en van bevolkingsgegevens van het CBS.

Tabel 2 toont hoe de deelnemende musea over genres zijn verdeeld en hoe alle Nederlandse musea over die genres zijn verdeeld. Te zien is dat de steekproef een redelijke weerspiegeling geeft van dat laatste, alleen musea voor techniek en transport zijn sterk ondervertegenwoordigd in de steekproef: 6% van de onderzochte musea betreft techniek musea versus 28% van de Nederlandse musea. In bijlage 1 is aangegeven hoe de onderzochte musea over genres zijn verdeeld. Daar is te zien dat 'volkenkundige musea' en 'overige musea' elk slechts door één museum worden vertegenwoordigd: om die reden worden beide genres in het navolgende niet behandeld. Uit bijlage 1 blijkt ook dat 'archeologisch-historische musea' en 'techniek- en transport musea' elk slechts door twee musea zijn vertegenwoordigd. Uitspraken aangaande verschillen tussen museumgenres zijn met name ten aanzien van deze genres, maar ook ten aanzien van de meeste andere genres, slechts indicatief omdat specifieke kenmerken van de musea die deze genres vertegenwoordigen nog te veel bepalend kunnen zijn door de kleine aantallen per genre.

De eerste staaf in grafiek 1 (zie vorige pagina) toont hoe de onderzochte musea zijn verdeeld over vier categorieën publieksomvang, de staaf daarnaast toont hoe alle musea in Nederland over deze vier categorieën zijn verdeeld. Het aandeel kleine musea met tussen de 10.000 en 20.000 bezoekers per jaar is in de steekproef veel geringer (12%) dan in de hele groep Nederlandse musea (65%). De kleine musea zijn dus sterk ondervertegenwoordigd in de steekproef, waardoor de grotere musea oververtegenwoordigd zijn. Er zijn in de grote musea echter grotere aantallen bezoekers ondervraagd dan in de kleinere musea. De tweede set staven toont de verdeling van het onderzochte publiek over de vier omvangcategorieën versus een ruwe schatting van de aantallen publiek die de vier categorieën in Nederland trekken. Hieruit is op te maken dat het publiek van kleine musea naar schatting zo'n 30% van het Nederlandse museumpubliek omvat, terwijl het in de steekproef slechts om 6% gaat. De oververtegenwoordiging van het publiek van de grotere musea is echter veel minder extreem dan uit de eerdere vergelijking naar voren kwam.

Geografische herkomst

Tabel 3 toont de geografische herkomst van de ondervraagde museumbezoekers. Men blijkt het vaakst afkomstig uit Zuid-Holland (18%) en Noord-Holland (16%). Daarna komt men het vaakst uit Noord-Brabant (13%) en Gelderland (12%). Uiteraard speelt hierbij ook de spreiding over provincies van de aan de MuseumMonitor® deelnemende musea een rol. Tabel 4 toont het aantal ondervraagde bezoekers per provincie. Het blijkt dat relatief veel bezoekers in Gelderse musea zijn onderzocht: het gaat om een derde (29%) van het onderzochte publiek. Dit komt doordat een aantal Gelderse musea zijn doorgegaan na de pilot in 2002 in deze provincie. Daarna zijn bezoekers van Noordhollandse musea het sterkst vertegenwoordigd (18%). Bezoekers van Zuidhollandse en Limburgse musea zijn ook goed vertegenwoordigd (circa 12%). Er zijn geen musea uit Groningen, Flevoland en Zeeland in de steekproef opgenomen. Tabel 5 toont dat tweevijfde (40%) van het onderzochte publiek in dezelfde provincie woont als het museum dat het bezocht, de helft (50%) woont ergens anders in Nederland en een tiende (10%) in het buitenland.

3: GEOGRAFISCHE HERKOMST	Aantal	%
Groningen	184	3%
Friesland	298	4%
Drenthe	229	3%
Overijssel	299	4%
Flevoland	92	1%
Gelderland	908	12%
Utrecht	603	8%
Noord-Holland	1.210	16%
Zuid-Holland	1.348	18%
Zeeland	77	1%
Noord-Brabant	952	13%
Limburg	393	5%
Buitenland	784	11%
Totaal	7.377	100%

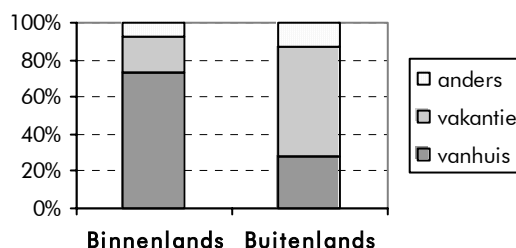
Aantal ontbrekende antwoorden: 720

4: SPREIDING MUSEA	Aantal	%
Friesland	532	7%
Drenthe	649	8%
Overijssel	157	2%
Gelderland	2.311	29%
Utrecht	394	5%
Noord-Holland	1.444	18%
Zuid-Holland	1.053	13%
Noord-Brabant	660	8%
Limburg	897	11%
Totaal	8.097	100%

5: GEOGRAFISCHE HERKOMST	
Zelfde provincie	40 %
Andere provincie	50 %
Buitenland	10 %
Totaal	100%

6: HERKOMSTLANDEN	Aantal	%
Nederland	7.313	90%
België	181	2%
Duitsland	199	2,5%
Groot-Brittannië	73	1%
Frankrijk	43	0,5%
Overig Zuid-Europa	60	1%
Overig Noord-Europa	23	0,5%
Oost-Europa	11	0%
VS, Canada, Australië, Nieuw-Zeeland	121	1,5%
Japan	5	0%
Overig Azië	33	0,5%
Afrika	6	0%
Zuid-Amerika	4	0%
Elders	25	0,5%
Totaal	8.097	100%

GRAFIEK 2: HERKOMST



Tabel 6 toont de herkomstlanden van het buitenlandse publiek. Dat komt het vaakst uit Duitsland (2,5%) en België (2%). Daarna komt men het vaakst uit de Verenigde Staten, Canada, Australië of Nieuw-Zeeland (1,5%), Zuid-Europa: inclusief Frankrijk (1,5%) en Groot-Brittannië (1%).

Grafiek 2 laat zien dat driekwart (73%) van het binnenlandse publiek direct van huis naar het museum is gekomen. Een vijfde (19%) van het Nederlandse publiek komt van een vakantie-adres en een tiende (8%) van een ander adres: bijvoorbeeld in verband met zakenreis of familiebezoek. Van het buitenlandse publiek komt een veel kleiner aandeel direct van huis: een kwart (28%). Daarvan komt juist het grootste deel van een vakantie-adres: drievijfde (59%). De resterende 13% komt van een ander adres. Het aandeel verblijfstoeristen is dus bij het buitenlandse publiek drie keer zo groot als bij het binnenlandse publiek.

Vervoermiddel

Tabel 7 toont dat het onderzochte publiek het vaakst met de auto naar het museum komt: dit geldt voor 60%. Daarna kwam men het vaakst met de trein (14%), op de fiets (10%) of te voet (7%).

7: VERVOERMIDDEL	Totale steekproef	Binnenlandse dagtoeristen	Binnenlandse verblijfstoeristen	Buitenlandse dagtoeristen	Buitenlandse verblijfstoeristen
Auto	60%	58%	66%	73%	44%
Trein	14%	17%	5%	4%	10%
Bus (streekvervoer)	3%	3%	4%	3%	7%
Bus (touringcar)	3%	3%	5%	13%	4%
Fiets	10%	11%	10%	4%	7%
Te voet	7%	6%	8%	1%	23%
Anders	2%	2%	2%	2%	5%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Tabel 7 laat voorts zien dat de buitenlandse dagtoeristen nog vaker met de auto komen dan de rest: dit geldt voor driekwart (73%) van deze groep. Buitenlanders die in Nederland verblijven, komen echter het minst vaak met de auto (44%). Van het binnenlandse publiek komen de verblijfstoeristen juist iets vaker met de auto (66%) dan de dagjesmensen (58%). Bij deze laatste groep is de trein erg populair: 17% van de binnenlandse dagtoeristen maakt daar gebruik van. Buitenlandse verblijfstoeristen maken ook regelmatig gebruik van het openbaar vervoer: 10% van hen kwam met de trein en 7% met een streekbus. Deze groep komt daarnaast opvallend vaak te voet: dat geldt voor bijna een kwart (23%) van hen. Voor buitenlandse dagtoeristen is een touringcar na de auto het meest gebruikte vervoermiddel: dit geldt voor 13% van hen. De fiets wordt het meest gebruikt door binnenlands publiek: zo'n 10% van hen kwam op dit vervoermiddel. Toch komen ook buitenlandse verblijfstoeristen regelmatig op de fiets: dit geldt voor 7% van deze groep.

Gezelschapssamenstelling

Tabel 8 toont dat een tiende (11%) van het publiek alleen naar het museum kwam. Een derde (30%) kwam met de levenspartner, een kwart (26%) met meerdere personen, die allemaal ouder zijn dan 12 jaar en eveneens een kwart (23%) met meerdere anderen, waaronder ook kinderen. Tot slot is een tiende (10%) met een groepsexcursie meegekomen. Het aandeel groepsbezoek kan echter een te lage schatting zijn, aangezien de ervaring leert dat leden van grotere groepen zich lastig laten enquêteren.

8: GEZELSCHAP	Aantal	%
Alleen	812	11%
Met partner	2.334	30%
Met familie of vrienden (zonder kinderen)	2.070	26%
Met familie of vrienden (met kinderen)	1.826	23%
Toeristische excursie	172	2%
Bedrijfsuitstapje	132	2%
Onderwijsexcursie	477	6%
Totaal	7.823	100%

Aantal ontbrekende antwoorden: 274

9. OMVANG GEZELSCHAP	Aantal	%
Alleen	812	10%
2 personen	3.464	44%
3 personen	851	11%
4 personen	1.130	14%
5 personen	425	5%
6 t/m 10 personen	529	7%
11 of meer	745	9%
Totaal	7.956	100%

Aantal ontbrekende antwoorden: 141

Tabel 9 toont dat bijna de helft (44%) van het museumpubliek met één ander komt: uit de informatie uit tabel 8 kunnen we opmaken dat het bij twee derde daarvan de partner betreft. Een kwart (25%) komt met twee of drie anderen en een vijfde met meer dan drie anderen. De gemiddelde groepsomvang van groepen groter dan 10 personen is 30.

Bij 6% van het onderzochte publiek gaat het om deelnemers aan onderwijsexcursies (zie onderaan tabel 8). Het gemiddelde aantal leerlingen bij zo'n excursie is 25. Tabel 10 toont om wat voor type onderwijsexcursies het gaat. Tweevijfde (40%) van de deelnemers schoolexcursies betreft leerlingen uit het basisonderwijs, waarbij de bovenbouw domineert. Nog geen tiende (7%) is afkomstig uit het vmbo en een derde (32%) bestaat uit havo/vwo-leerlingen. Dit betekent dat 17% van het aantal leerlingen uit het voortgezet onderwijs dat de musea bezocht VMBO-leerlingen betreft (zie 3^e kolom), terwijl ongeveer twee derde van de populatie van het voortgezet onderwijs aan het vmbo deelneemt. Leerlingen uit het vmbo zijn dus sterk ondervertegenwoordigd. Leerlingen van een regionaal opleidingscentrum (roc) maken 6% uit van de deelnemers van onderwijsexcursies en 15% is afkomstig uit het hbo of wetenschappelijk onderwijs. Het gaat bij 3% van de deelnemers van onderwijsexcursies om mbo-leerlingen. Dat is 18% van het aantal leerlingen uit het vervolgonderwijs na het voortgezet onderwijs dat de onderzochte musea bezocht (zie 4^e kolom), terwijl tweevijfde van deze onderwijspopulatie op het mbo zit. Dus ook de mbo-leerlingen zijn slecht vertegenwoordigd binnen het onderzochte museumpubliek.

10 : ONDERWIJSEXCURSIES	Aantal	%	% voortgezet onderwijs	% na VO
Basisonderwijs: onderbouw	54	11%		
Basisonderwijs: bovenbouw	136	29%		
Vmbo	32	7%	17%	
Havo / vwo: basisvorming	86	18%	47%	
Havo / vwo: tweede fase	66	14%	36%	
Roc: secundair beroepsonderwijs	15	3%		18%
Roc: volwasseneducatie	11	2%		
Roc: inburgering	3	1%		
Hbo / universiteit	70	15%		82%
Totaal	473	100%		

Aantal ontbrekende antwoorden: 4

Bezoekers met kinderen

Het aandeel bezoekers dat kinderen meenamen (circa een kwart) is vrijwel gelijk aan het percentage museumbezoekers met kinderen uit de pilot in Gelderland en uit het landelijk museumpublieks-onderzoek in Vlaanderen. Bezoekers die jonge kinderen meenemen, nemen gemiddeld twee kinderen mee. Ruim een kwart (27%) van de bezoekers die kinderen bij zich hadden, nam één kind mee, ruim een derde (38%) twee en ruim een tiende (13%) drie. Het aandeel bezoekers met kinderen per museum wordt sterk bepaald door de geschiktheid voor kinderen van dat museum. Dit wordt getoond in tabel 11 (zie volgende pagina).

11: AANWEZIGHEID KINDEREN EN MUSEUMGENRE	Totale steekproef	Natuur-historisch	Cultuur-historisch	Beeldende kunst	Archeolog. historisch	Techniek
Aandeel bezoekers met kind(eren)	23%	42%	23%	9%	15%	18%
Gemiddeld rapportcijfer voor 'kindvriendelijkheid'	7.3	7.9	7.4	6.2	7.4	6.5
Niet geschikt voor kinderen geacht	19%	4%	17%	37%	14%	28%

Natuurhistorische musea worden het meest door kinderen bezocht (42% van het publiek van dit genre musea neemt kinderen mee) en de kunstmusea het minst (9%). Dit stemt overeen met de door de bezoekers gepercipieerde geschiktheid voor kinderen. Natuurhistorische musea krijgen het hoogste gemiddelde rapportcijfer voor kindvriendelijkheid (7.9) en worden slechts door 4% van de bezoekers niet geschikt voor kinderen geacht, terwijl kunstmusea het laagste cijfer (6.2) krijgen en door 37% van het publiek als niet geschikt voor kinderen worden bestempeld. Het valt op dat techniekmusea iets meer kinderen aantrekken (18%) dan archeologische musea (15%), maar desondanks een veel lager gemiddeld rapportcijfer krijgen voor kindvriendelijkheid (6.5 versus 7.4) en ook veel vaker als kindonvriendelijk worden beschouwd (28% versus 14%). Er is dus een kans dat mensen die met kinderen een techniekmuseum bezoeken relatief vaak teleurgesteld naar huis gaan.

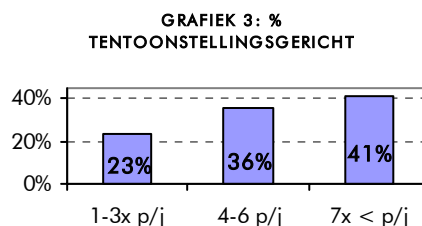
Bezoekdoel

Ruim de helft (56%) van het onderzochte publiek kwam voor het eerst in het museum waar het is onderzocht. Uiteraard verschilt dit sterk tussen binnen- en buitenlands publiek: bij het binnenlands publiek gaat het bij 53% om nieuw publiek en bij buitenlands publiek om 80%. Wat betekent dat toch nog een vijfde van het buitenlandse publiek tot herhalingspubliek behoort. Van het herhalingspubliek geeft bijna de helft (48%) aan binnen een jaar te zijn teruggekomen. Al met al behoort een vijfde van het onderzochte museumpubliek tot de min of meer trouwe bezoekers van het museum waarin het is onderzocht. Het gaat hierbij doorgaans om binnenlands publiek: 22% van het binnenlandse publiek keerde binnen een jaar terug naar hetzelfde museum versus 4% van het buitenlandse publiek.

Tabel 12 laat zien dat bijna twee derde (60%) van het onderzochte publiek voor het gehele museum komt, een derde (32%) komt voor een speciale tentoonstelling en de resterende 7% komt voor een speciale activiteit, zoals een lezing, rondleiding of kinderactiviteit. Het aandeel gerichte tentoonstellingsbezoekers is ongeveer gelijk aan het percentage tentoonstellingsgerichte bezoekers dat uit de onderzoeken in Gelderland en in Vlaanderen naar voren kwam.

12: BELANGRIJKSTE BEZOEKDOEL	Totale steekproef	Binnenlands publiek	Buitenlands Publiek
Museum als geheel	4.73 60%	59%	78%
Tentoonstelling	2.609 32%	34%	19%
Speciale activiteit	5.84 7%	7%	3%
Totaal	8.066 100%	100%	100%

Aantal ontbrekende antwoorden: 31



Tabel 12 toont tevens dat binnenlands publiek veel vaker speciaal voor een expositie komt (34%) dan buitenlands publiek (19%). De binnenlandse bezoekers die zich op een expositie richten zijn relatief hoog opgeleid en bezoeken relatief vaak musea. Dit laatste is te zien in grafiek 3. Van de Nederlandse bezoekers die niet vaker dan drie keer per jaar een museum bezoeken, kwam 23% op een expositie af en dit loopt op tot 41% bij degenen die zeven keer of vaker gaan. Bij buitenlands publiek is opleiding en museumbezoekervaring niet van invloed op tentoonstellingsgerichtheid. Het blijkt dat binnenlands publiek zich ook vaker op een speciale activiteit richt (7%) dan buitenlands publiek (3%). Die laatste groep is dus meer op het museum als geheel gericht (78%) dan het binnenlandse publiek (59%).

Bezoekmotieven

Tabel 13 toont de bezoekredenen. Er konden meerdere motieven worden aangegeven: gemiddeld noemde men er 1,6. Het publiek blijkt het vaakst naar de musea te komen om informatie op te doen (dit geeft 55% aan). Voorts komt men even vaak om te recreëren (35%) als voor inspiratie (35%). Minder vaak komt men om iets nieuws te beleven (22%) en nog minder om tot rust te komen (14%). Tabel 13 toont ook de verschillen tussen bezoekers met kinderen en degenen die geen kinderen meenamen. Degenen met kinderen komen vaker om te recreëren (50% versus 31% bij de groep zonder kinderen) en om iets nieuws te beleven (29% versus 20%). Nadere analyse wijst uit dat een derde van de bezoekers met kinderen komt om te recreëren, een derde voor de informatie en een derde wil beide zaken combineren. Bezoekers die geen kinderen bij zich hebben, komen juist vaker voor informatie (57% versus 52%) en vooral vaker voor inspiratie (38% versus 24%) en voor de rust (15% versus 10%).

13: BEZOEKMOTIEVEN	Totale steekproef	Zonder kind	Met kind
Om informatie op te doen (algemene kennis vergroten)	55%	57%	52%
Om te recreëren (er even gezellig uit zijn)	35%	31%	50%
Om inspiratie op te doen (iets moois zien)	35%	38%	24%
Voor de afwisseling (iets nieuws beleven)	22%	20%	29%
Om tot rust te komen (even los komen van de alledaagse drukte)	14%	15%	10%

Tabel 14 toont de samenhang tussen bezoekmotieven en museumgenre. Techniekmusea blijken relatief vaak te worden bezocht om informatie op te doen (door 68% van het publiek daar) en dit geldt ook voor archeologische musea (62%), terwijl publiek van kunstmusea dit motief relatief weinig opgeven (43%). Kunstmusea worden juist vaak bezocht om inspiratie op te doen (56% van het kunstpubliek noemt dit), wat men opvallend weinig zoekt in natuurhistorische musea (20%). Natuurhistorische musea worden juist vaak bezocht voor recreatie (43%), wat weer een veel minder belangrijk bezoekmotief is voor kunstmusea (29%). Voor kunstmusea is het zoeken naar rust veel belangrijker (door 22% van het kunstpubliek genoemd) dan voor de andere museumgenres (door circa 12% genoemd).

14: REDEN EN MUSEUMGENRE	Totale steekproef	Natuur-historisch	Cultuur-historisch	Beeldende kunst	Archeol. historisch	Techniek
Informatie opdoen	55%	54%	55%	43%	62%	68%
Inspiratie opdoen	35%	20%	31%	56%	42%	29%
Recreëren	35%	43%	37%	29%	28%	35%
Voor de afwisseling	22%	25%	21%	21%	18%	26%
Voor de rust	14%	11%	13%	22%	12%	11%

Gehanteerde informatiekanalen

Tabel 15 (zie volgende pagina) toont door welke informatiekanalen het ondervraagde publiek tot het museumbezoek kwam. Er konden meerdere media worden opgegeven: gemiddeld noemt men er 1,3. Het vaakst noemt men een artikel in krant of tijdschrift of een eerder bezoek op eigen initiatief: dit is allebei door een vijfde (21%) aangegeven. Mond-tot-mondreclame blijkt ook zeer belangrijk, want eveneens een vijfde (19%) geeft aan op aanraden van anderen naar het museum te zijn gekomen. Daarnaast is internet vrij regelmatig aangegeven (9%), evenals een vakantie- of vrije tijdsgids (7%), een museumfolder (7%) en een excursie (6%). De overige media zijn door 4% of minder genoemd.

Tabel 15 toont ook de significant gebleken verschillen in mediagebruik tussen binnen- en buitenlands publiek en tussen publiek dat kinderen meenam en publiek dat dit niet deed.

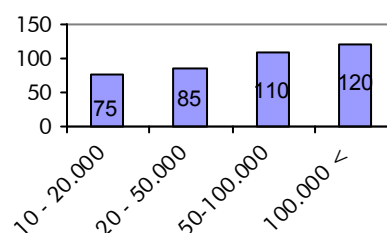
15: INFORMATIEKANALEN	Gehele Steekproef	Binnenlands publiek	Buitenlands publiek	Met kind (eren)	Zonder kind (eren)
Artikel in een krant of tijdschrift	21%	23%	9%	14%	23%
Eerder bezoek op eigen initiatief	21%	21%	17%	28%	19%
Informatie van anderen	19%	18%	26%		
Internet	9%			14%	8%
Vakantie- of museumgids	7%	6%	21%		
Museumfolder	7%				
Excursie	6%	6%	12%	1%	8%
Advertentie of ladder	4%	4%	2%	3%	4%
Affiches (niet bij museum)	4%	4%	1%	3%	4%
Eerder bezoek i.v.m. school of studie	4%				
VVV	4%	4%	8%		
Toeristisch blad	4%	3%	7%		
Landelijke radio of tv	3%	4%	1%	2%	4%
Informatie van school of opleiding	3%				
Uithangbord of affiche bij dit museum	3%	3%	0,5%		
Regionale radio of tv	2%	2%	0,5%	1%	2%
Door thuisgestuurde informatie	2%	2%	1%		

Ter sprake kwam al dat binnenlands publiek vaker tot herhalingspubliek behoort dan buitenlands publiek. Het is daarom logisch dat Nederlandse bezoekers vaker aangeven door eerder bezoek tot dit museumbezoek te zijn gekomen. Toch is het contrast (21% versus 17%) niet erg groot: buitenlands publiek komt dus ook opvallend vaak op grond van een eerder bezoek weer in een museum terug. Uiteraard gaat buitenlands publiek veel minder vaak op informatie uit kranten en tijdschriften af en op advertentie en ladders (9% versus 21% bij binnenlands publiek): de buitenlandse media besteden nu eenmaal veel minder aandacht aan de Nederlandse musea. Dat toch nog een tiende van het buitenlandse publiek aangeeft wel door artikelen te zijn geprikkeld is eigenlijk een opvallend resultaat. Buitenlandse bezoekers blijken vaker op mond-tot-mondreclame af te gaan (26%) dan Nederlands publiek (18%). Uiteraard oriënteren buitenlandse bezoekers zich ook veel vaker via vakantieguiden (21%) dan binnenlands publiek (6%). Daarnaast is buitenlands publiek relatief vaak geïnformeerd door: excursies (12% versus 6%), VVV's (8% versus 4%) en toeristische bladen (7% versus 3%). Bezoekers met kinderen zijn relatief weinig door artikelen, excursies en radio of televisie geïnformeerd, maar kwamen opvallend vaak door een eerder bezoek (28%) en internet (14%) op het idee om een museum te bezoeken.

Bezoektijd

Gemiddeld verblijft men zo'n anderhalf uur in een museum, maar dit varieert sterk per museum: hoe groter het museum, hoe langer men daar verblijft. De omvang van een museum hangt doorgaans samen met de omvang van het publieksbereik. Grafiek 4 toont de samenhang tussen de gemiddelde bezoektijd in minuten en de omvang van het publiek. Bezoekers van musea met minder dan 20.000 bezoekers verblijven daar gemiddeld een uur en een kwartier (75 minuten) en dit loopt op twee uur (120 minuten) bij musea die jaarlijks meer dan 100.000 bezoekers trekken.

4: BEZOEKTIJD IN MINUTEN EN PUBLIEKSOMVANG



Oordelen over de musea

Het publiek is vijf tegengestelde uitspraken voorgelegd over het museum waarin het is ondervraagd. Het blijkt dat men de onderzochte musea zelden als 'saai' bestempeld (dat doet slechts 4%) of als sfeerloos (ook maar door 4% aangegeven). Men acht de bezochte de musea vaker 'onbekend' (dit geeft 14% aan). Dit hangt sterk samen met de omvang van het museum: bij de musea die meer dan 100.000 bezoekers trekken wordt dit slechts door 8% aangegeven en dit loopt op naar 21% bij de kleinste musea. Veel vaker nog geeft men aan dat het bezochte museum 'alleen voor een bepaalde groep geschikt' is: dit is door een derde (34%) van het onderzochte publiek gesteld. Deze opinie hangt sterk samen met het museumgenre: bij techniekmusea geeft 51%² dit aan en bij kunstmusea 40%, terwijl bij natuurhistorische musea slechts 29% deze mening is toegedaan.

16: GEMIDDELDE RAPPORTCIJFERS	rapport-cijfer	aantal onvoldoendes
Klantvriendelijkheid	8.2	1%
Algemene sfeer	8.0	1%
Overzichtelijkheid gebouw	8.0	5%
Informatie bij de kassa	7.9	3%
Tentoongestelde collectie	7.8	2%
Bereikbaarheid met auto	7.8	7%
Bereikbaarheid met openbaar vervoer	7.7	8%
Parkeermogelijkheden	7.6	12%
Informatie over tentoongestelde	7.5	6%
Bewegwijzering naar	7.4	13%
Bewegwijzering in gebouw	7.4	7%
Horeca-aanbod	7.4	8%
Geschiktheid voor kinderen	7.3	12%
Aanbod souvenirs	7.2	8%

Tabel 16 toont de gemiddelde rapportcijfers die men geeft voor diverse aspecten van de onderzochte musea, gerangschikt van het hoogste naar het laagste cijfer. Klantvriendelijkheid scoort het hoogst (gemiddeld een dikke 8): dit aspect komt veelal als sterkste punt uit publieksonderzoek in musea naar voren. De sfeer, overzichtelijkheid, informatie bij de kassa, collectie en bereikbaarheid met de auto krijgen allen gemiddeld een 8. De overzichtelijkheid van musea krijgt echter relatief vaak een onvoldoende (van 5%) evenals de bereikbaarheid met de auto (van 7%).

Een iets lager gemiddeld rapportcijfer (gemiddeld een 7½) krijgen bereikbaarheid met het openbaar vervoer, parkeermogelijkheden, informatie over het tentoongestelde, bewegwijzering naar en in het gebouw en het horeca-aanbod. Gezien het relatief hoge aandeel onvoldoendes blijkt de bewegwijzering naar het gebouw nogal eens problemen te geven (13% onvoldoendes), evenals het parkeren (12% onvoldoendes).

Weer iets lager (gemiddeld een dikke 7) scoren de geschiktheid voor kinderen en het aanbod van souvenirs. Ter sprake kwam al dat de kindvriendelijkheid van sommige musea niet erg groot is, wat wordt bevestigd door het relatief hoge aandeel onvoldoendes (12%) voor dit aspect.

Uit vergelijking met de uitkomsten van onderzoek onder publiek van een groot aantal theaters, dat Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen uitvoerde, blijkt dat zowel het kernproduct als de ondersteunende diensten bij musea gemiddeld hogere rapportcijfers scoren dan bij theaters.

Er blijkt een samenhang tussen gemiddelde rapportcijfers en de publieksomvang van de musea. Grotere musea (met meer dan 50.000 bezoekers) scoren over het algemeen betere cijfers als het gaat om aspecten die de bereikbaarheid betreffen: men kan daar gemakkelijker komen met het openbaar vervoer en de auto, treft er betere parkeermogelijkheden en de bewegwijzering ernaartoe is ook beter. Dat vooral kleine musea kampen met bewegwijzeringsproblemen kwam al uit eerder onderzoek naar de positie van kleine musea naar voren. Grotere musea scoren ook beter als het gaat om het aanbod van souvenirs en horeca. De informatieverstrekking bij de kassa en de klantvriendelijkheid van het personeel scoren echter juist hoger naarmate het museum kleiner is. In het eerdere onderzoek is dan ook geconstateerd dat dit vaak sterke punten van kleine musea zijn, omdat daar meer direct contact met museummedewerkers mogelijk is.

² Bij uitspraken over techniekmusea dient de lezer wel voor ogen te houden dat dit genre slechts door twee musea is vertegenwoordigd (zie bijlage 1), waardoor er geen betrouwbare conclusies ten aanzien van het gehele genre zijn te trekken.

De grootste musea (100.000 bezoekers of meer) behalen relatief hoge cijfers als het gaat om de tentoongestelde collectie, de informatieverstrekking bij het tentoongestelde, de algemene sfeer, de overzichtelijkheid en de bewegwijzering in het museum. Deze musea beschikken dan ook over budgetten om deze zaken optimaal in te vullen. Opmerkelijk is dat de kleinste categorie musea het op deze aspecten beter doet de middelste twee categorieën, terwijl zij veelal veel minder geld hieraan kunnen besteden. Aangezien de kleine musea sterk oververtegenwoordigd zijn in deze steekproef is deze uitkomst echter niet betrouwbaar.

Uit nadere analyse blijkt voorts dat de informatieverstrekking over het tentoongestelde relatief laag scoort bij techniekmusea en kunstmusea. Hiervoor bleek al dat deze type musea als het minst laagdrempelig uit de bus komen. Uit nadere analyse blijkt dan ook dat de oordelen over zaaltteksten samenhangen met de mening of het museum geschikt is voor een breed publiek. Degenen die het bezochte museum voor iedereen geschikt vinden, geven gemiddeld een dikke 8 voor de informatieverstrekking, terwijl degenen die daaraan twifelen gemiddeld een ½ punt lager geven.

Redelijk geachte toegangsprijzen

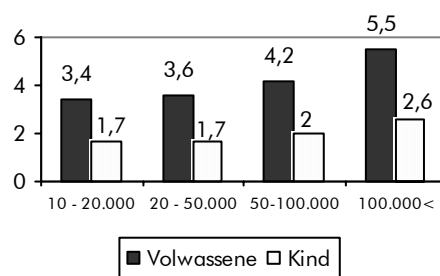
Tabel 17 toont in hoeverre het onderzochte publiek gebruik maakte van kortingsregelingen. Een derde (30%) kreeg geen enkele korting. De Rabo-museumkortingskaart blijkt het vaakst gebruikt (door 18%) gevolgd door de NS-museumkortingskaart (15%) en de zelf aangeschafte Museumkaart (12%). Daarnaast kon 10% gratis naar binnen. De overige kortingen zijn slechts door 4% of minder gebruikt.

Op de vraag wat men een redelijke toegangsprijs voor het bezochte museum vindt, geeft men gemiddeld 4 euro aan voor volwassenen en 2 euro voor kinderen. Dit varieert echter sterk met de omvang van het museum. Grafiek 5 toont dat men voor musea die minder dan 20.000 bezoekers per jaar trekken gemiddeld € 3,40 voor volwassenen wil betalen en € 1,70 voor kinderen. Die prijzen lopen op tot respectievelijk € 5,50 en € 2,60 als het gaat om musea met meer dan 100.000 bezoekers.

17: GEBRUIKTE KORTINGEN	Aantal	%
Museum was gratis toegankelijk	736	10%
Volledige toegangsprijs betaald	2.256	30%
Jeugdorting	200	3%
Museumkaart (zelf gekocht)	864	12%
Museumkortingskaart van de Rabo	1.352	18%
Museumkortingskaart van de NS	1.152	15%
Junior-Museumkaart	54	1%
Cultureel Jongeren Paspoort (CJP)	83	1%
Pas 65	207	3%
Lidmaatschap vriendenvereniging	144	2%
Treintoegangsbiljet	34	0%
Groepsreductie	311	4%
Stadspas	50	1%
CKV-bonnen	51	1%
Totaal	7.494	100%

Aantal ontbrekende antwoorden: 603

5: REDELIJK GEACHTE TOEGANGSPRIJS (in euro) EN PUBLIEKSOMVANG



Behoeften aan extra activiteiten

Tabel 18 laat zien in hoeverre de onderzochte museumbezoekers behoefte hebben aan extra activiteiten en wat ze daar gemiddeld voor over hebben. Men heeft het vaakst behoefte aan een rondleiding: dit geeft bijna de helft (46%) van het onderzochte museumpubliek aan. Gemiddeld wil men daar € 2,50 voor betalen. Ruim een derde (38%) stelt een kinderactiviteit op prijs en wil daar zo'n € 1,85 voor betalen. Een derde (32%) heeft belangstelling voor een wandelroute door de stad die aansluit op het museumbezoek en wil daar zo'n € 2,- voor betalen. Bijna een derde (28%) wil het museumbezoek graag met een natuurwandeling combineren en heeft daar gemiddeld € 1,95 voor over. Een kwart (25%) stelt lezingen op prijs en wil daar circa € 2,95 voor betalen. Een vijfde (22%) heeft belangstelling voor een fietsroute als combinatie-activiteit met het museumbezoek en wil daar zo'n € 2,- voor betalen.

18: EXTRA ACTIVITEITEN	Behoeft aan	Gemiddelde prijs
Rondleiding	46%	€ 2,50
Kinderactiviteit	38%	€ 1,85
Stadswandelroute	32%	€ 2,-
Natuurwandelroute	28%	€ 1,95
Lezing	25%	€ 2,95
Fietsroute	22%	€ 2,-

Het buitenlandse publiek heeft iets vaker behoefte aan rondleidingen dan het binnenlandse publiek. Het binnenlandse publiek blijkt vaker behoefte te hebben aan stadswandelroutes en kinderactiviteiten dan het buitenlandse publiek. Buitenlandse verblijfstoeristen en binnenlandse dagjesmensen hebben meer interesse in lezingen dan buitenlandse dagjesmensen en binnenlandse verblijfstoeristen. De belangstelling voor natuurwandel- en fietsroutes loopt niet uiteen.

Samenstelling publiek

Iets meer dan de helft (55%) van het onderzochte publiek is een vrouw. Tabel 19 toont de leeftijdsverdeling van het onderzochte publiek. Er zijn alleen museumbezoekers ouder dan 13 jaar onderzocht: 13% van het onderzochte museumpubliek valt in de categorie 13 tot en met 26 jaar. Uit divers eerder onderzoek onder museumpubliek (ook uit de MuseumMonitor® Gelderland) komt een iets lager percentage jongeren naar voren, te weten zo'n 10%. Wellicht neemt het aandeel jongeren binnen museumpubliek langzaam toe als gevolg van het beleidsproject *Cultuur en School*. Twee vijfde (43%) van het onderzochte publiek is ouder dan 50 jaar. Het buitenlandse publiek is jonger (19% is jonger dan 27 jaar) dan het binnenlandse publiek (12% jongeren), dat met name meer 65-plussers telt (15% versus 9%). Aangezien het aandeel jongeren in Nederland circa 20% is, kan worden geconcludeerd dat die zijn ondervertegenwoordigd binnen het museumpubliek. Het aandeel 50-plussers in Nederland is circa 33%. Aangezien het aandeel senioren binnen de steekproef 43% is, kan worden geconcludeerd dat die zijn oververtegenwoordigd in het onderzochte museumpubliek. Deze uitkomsten bevestigen de resultaten uit divers eerder museumpublieksonderzoek.

19: LEEFTIJD	Aantal	Totale steekproef	Buitenlands publiek	Nederlands publiek
13 t/m 18 jaar	333	4%	5%	4%
19 t/m 26 jaar	703	9%	14%	8%
27 t/m 49 jaar	3.483	44%	45%	43%
50 t/m 64 jaar	2.280	29%	26%	28%
65 jaar of ouder	1.162	14%	9%	15%
Totaal	7.961	100%		

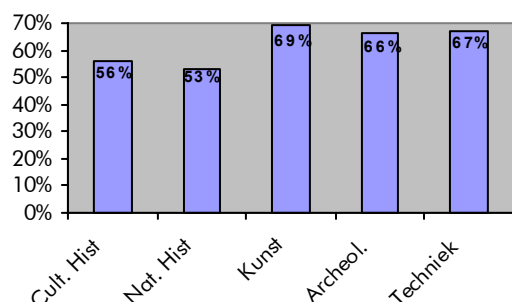
Een tiende (12%) van het onderzochte publiek studeert nog of zit op school. Tabel 20 toont de opleidingsverdeling: 59% is hoger opgeleid (HBO of universitaire opleiding). De laatste kolom toont de opleidingsverdeling binnen het Nederlandse publiek. Hieruit blijkt een aandeel hoger opgeleiden van 58%. Wanneer we dit afzetten tegen de opleidingsverdeling van de Nederlandse bevolking blijkt dat hoger opgeleiden sterk oververtegenwoordigd zijn: want binnen de bevolking is 23% hoger opgeleid. Museumpubliek is echter doorgaans veel hoger opgeleid dan een doorsnede van de bevolking.

20: OPLEIDING	Aantal	Totale steekproef	Binnenlands publiek
Lager onderwijs of basisonderwijs	120	2%	2%
Lager beroepsonderwijs	254	3%	3%
Voortgezet onderwijs (MAVO, IVO, (M)ULO, 3 jaar HBS\VWO\VHMO	850	11%	11%
middelbaar beroepsonderwijs	961	12%	13%
Middelbaar onderwijs (HAVO, VWO, MMS, HBS, Gymnasium, Lyceum	976	12%	13%
Hoger beroepsonderwijs	2.636	33%	35%
Wetenschappelijk onderwijs	2.074	26%	23%
Totaal	7.871	100%	100%

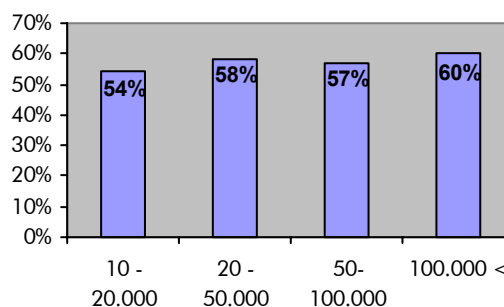
Aantal ontbrekende antwoorden: 226

Het opleidingsniveau hangt samen met museumgenre. Grafiek 6 toont het aandeel hoger opgeleiden onder het binnenlands publiek per genre. Te zien is dat het publiek van cultuur-historische musea en natuur-historische musea relatief laag is opgeleid. Uit eerder onderzoek (Ranshuysen 2001b) is bekend dat kleine musea een qua opleiding breder samengesteld publiek trekken dan grote musea. Dit wordt enigszins door de uitkomsten van dit onderzoek bevestigd (zie grafiek 7), maar de verschillen zijn niet erg groot. Dit kan komen doordat de kleine musea slecht in de steekproef vertegenwoordigd zijn.

6: % HOGER OPGELEIDEN EN GENRE



7: % HOGER OPGELEIDEN EN OMVANG



Slechts 2% van het onderzochte publiek behoort tot de belangrijkste in Nederland gevestigde culturele minderheden: het museumpubliek is dus wat betreft deze achtergrondfactor geen weerspiegeling van de bevolking.

Culturele activiteit

Een tiende (12%) van het onderzochte museumpubliek werkt of studeert binnen de culturele sector. Dat is meer dan de 8% met dit kenmerk dat uit de MuseumMonitor® Gelderland naar voren komt. Dit zal komen doordat binnen deze landelijke steekproef de Randstad is vertegenwoordigd en in de Randstad zijn de kunst- en cultuurinstellingen en op kunst en cultuur gerichte opleidingen geconcentreerd.

Tabel 21 toont de jaarlijkse museumbezoekfrequentie van het museumpubliek: 15% gaat niet vaker dan één keer per jaar, 27% gaat twee of drie keer per jaar, 24% vier of vijf keer en 37% gaat zes keer of vaker.

21: MUSEUMBEZOEK-FREQUENTIE	Aantal	%
Minder dan 1x per jaar	877	11%
1 keer per jaar	286	4%
2 keer per jaar	884	12%
3 keer per jaar	1.163	15%
4 keer per jaar	901	12%
5 keer per jaar	896	12%
6 tot en met 9 keer	1.010	13%
10 keer of vaker	1.646	21%
Totaal	7.663	100%

Aantal ontbrekende antwoorden: 434

22: CULTURELE ACTIVITEITEN	
Afgelopen maand een boek gelezen	83%
Volgt wel eens radio- of televisie-uitzendingen over kunst	73%
Leest elke week één of meer opinieweekbladen	47%
Bezoekt tenminste eenmaal per jaar toneelvoorstellingen	45%
Bezoekt tenminste eenmaal per jaar klassieke concerten	42%
Lid van een vriendenvereniging van een museum	14%
Lid van de artotheek\kunstuitleen	6%

Tabel 22 laat zien welke culturele activiteiten het onderzochte museumpubliek zoal onderneemt. Gemiddeld geeft men 2,9 activiteiten op. De meerderheid (83%) leest wel eens een boek. Driekwart (73%) volgt wel eens radio- of televisie-uitzendingen over kunst, de helft (47%) leest wekelijks opiniebladen, iets minder (45%) bezoekt toneelvoorstellingen en twee vijfde (42%) bezoekt klassieke concerten. Hiermee is dit museumpubliek veel cultureel actiever dan een doorsnede van de Nederlandse bevolking. Tot slot blijkt dat 14% lid is van een vriendenvereniging en 6% van een kunstuitleen.

SAMENVATTING

Hoewel de steekproef van 32 musea nog geen betrouwbare representatie biedt van het Nederlandse museumlandschap, geven de uitkomsten van de MuseumMonitor® 2003 een eerste beeld van het Nederlandse museumpubliek. Hoe meer musea participeren, hoe betrouwbaarder dit beeld wordt. Dan kunnen er ook nog meer betrouwbare uitspraken worden gedaan over de verschillen tussen naar genre en naar publieksomvang ingedeelde museumcategorieën. Hieronder volgen indicatieve conclusies die uit de resultaten van het eerste onderzoeksjaar kunnen worden getrokken.

Tweevijfde van het onderzochte publiek woont in dezelfde provincie als het museum dat het bezocht, de helft woont ergens anders in Nederland en een tiende in het buitenland. Het buitenlandse publiek komt het vaakst uit Duitsland en België. Het aandeel verblijfstoeristen is bij buitenlandse publiek drie keer zo groot als bij het binnenlandse publiek. Tweederde van het publiek kwam met de auto naar het museum. Met name buitenlandse dagtoeristen kiezen vaak voor dit vervoermiddel, binnenlandse dagtoeristen kiezen ook regelmatig voor de trein. Buitenlandse verblijfstoeristen maken ook regelmatig gebruik van het openbaar vervoer. Deze groep komt ook relatief vaak te voet of met een touringcar. Van de fiets maakt een tiende van het binnenlands publiek gebruik en 7% de buitenlandse verblijfs-toeristen gebruik.

Een tiende van het publiek kwam alleen naar het museum, een derde kwam met de levenspartner, een kwart met meerdere personen ouder dan 12 jaar, eveneens een kwart nam kinderen mee en een tiende nam deel aan een groepsexcursie. Ruim de helft van de groepsexcursies betreft onderwijsexcursies. Leerlingen uit het vmbo en het mbo blijken hierbij slecht vertegenwoordigd te zijn.

Ruim de helft van het onderzochte publiek kwam voor het eerst in het bezochte museum. Uiteraard verschilt dit sterk tussen binnen- en buitenlands publiek, maar toch nog een vijfde van het buitenlandse publiek behoort tot herhalingspubliek. Een vijfde van het publiek kwam binnen een jaar weer terug in het museum waarin het is ondervraagd: het gaat hierbij doorgaans om binnenlands publiek. Het museumpubliek blijkt dan ook vaak naar aanleiding van een eerder bezoek weer terug te komen en dit komt ook zeer regelmatig voor bij buitenlands publiek.

Bijna twee derde van het publiek kwam voor het gehele museum, een derde kwam voor een speciale tentoonstelling en nog geen tiende voor een speciale activiteit. Binnenlands publiek komt veel vaker speciaal voor een expositie of een speciale activiteit dan buitenlands publiek. Hoe hoger men is opgeleid en hoe vaker men in het algemeen musea bezoekt en hoe meer men zich op een specifieke expositie richt. Het buitenlandse publiek richt zich meestal op het museum als geheel. Gemiddeld verblijft men zo'n anderhalf uur in een museum, maar dit varieert sterk per museum: in kleine musea verblijft men gemiddeld een uur en een kwartier en in grote musea twee uur. Men blijkt het vaakst te komen om informatie op te doen, daarna om te recreëren en voor inspiratie. Degenen die kinderen meenemen, komen relatief vaak om er eens gezellig uit te zijn. Techniekmusea en archeologische musea worden relatief vaak bezocht om iets te leren, kunstmusea voor inspiratie en rust en natuurhistorische musea voor recreatie.

Een artikel in krant of tijdschrift en een aanbeveling van anderen zijn verreweg de belangrijkste aanleidingen voor een museumbezoek: beide zaken zijn door een vijfde van het onderzochte publiek genoemd. Daarnaast is internet vrij regelmatig aangegeven, evenals een vakantie- of vrije tijdsgids, een museumfolder en een excursie. Voor buitenlands publiek weegt mond-tot-mondreclame en een vakantie-gids het zwaarst. Relatief belangrijk voor hen zijn daarbij: excursies, VVV's en toeristische bladen. Bezoekers met kinderen zijn relatief weinig geïnformeerd door artikelen, excursies en radio of televisie, maar wel opvallend vaak door een eerder bezoek en internet.

De onderzochte musea worden zelden als 'saai' of 'sfeerloos' bestempeld. Dat men goed te spreken is over de musea blijkt ook uit de hoge gemiddelde rapportcijfers, die nergens onder de 7 komen. De klantvriendelijkheid scoort het hoogst (een dikke 8) en ook de sfeer, informatie bij de kassa, collectie, overzichtelijkheid en bereikbaarheid met de auto krijgen gemiddeld een 8. Relatief vaak (door circa 7%) wordt een onvoldoende gegeven voor: bereikbaarheid, informatie over tentoongestelde, bewegwijzering in gebouw en het aanbod van souvenirs en horeca. Zaken die opvallend vaak een onvoldoende krijgen (van zo'n 12%), zijn: de bewegwijzering naar het gebouw, parkeermogelijkheden en de

geschiktheid voor kinderen. Deze aspecten zijn kennelijk bij enkele musea onder de maat. De onderzochte natuurhistorische musea blijken het meest kindvriendelijk en de kunstmusea het minst. Een derde van het publiek geeft aan dat de musea 'alleen voor een bepaalde groep geschikt' zijn. Dit hangt sterk samen met het museumgenre: bij techniekmusea en kunstmusea is dit relatief vaak aangegeven en bij natuurhistorische musea relatief weinig. Hoe beter men de kwaliteit van de zaalteksten acht, hoe vaker men het museum voor een breed publiek geschikt acht. Grote musea scoren over het algemeen betere cijfers als het gaat om bereikbaarheid en het aanbod van souvenirs en horeca, maar kleine musea doen het beter als het gaat om informatieverstrekking bij de kassa en de klantvriendelijkheid van het personeel.

Een derde van het onderzochte museumpubliek maakte van geen enkele korting gebruik. De Rabo-museumkortingskaart blijkt het vaakst te worden gebruikt. Een tiende kwam gratis het museum binnen, maar toch acht men gemiddeld € 4,- een redelijk bedrag voor een museumtoegangkaartje voor volwassenen en € 2,- voor een kinderkaartje. Bij kleine musea wil men gemiddeld € 3,40 voor de entree van volwassenen betalen en voor kinderen € 1,70 voor kinderen en dit loopt op tot respectievelijk € 5,50 en € 2,60 als het gaat om de grootste musea. Men stelt extra services op prijs en wil daar ook extra voor betalen. De meeste belangstelling is er voor rondleidingen: dit geeft de helft aan en het wil daar zo'n € 2,50 voor betalen. Ruim een derde wenst kinderactiviteiten die zo'n € 1,85 mogen kosten. Een derde heeft behoefte aan stadswandelroutes, die circa € 2,- mogen kosten. Bijna een derde wenst een natuurwandelingroute en heeft daar zo'n € 1,95 voor over. Een kwart stelt lezingen op prijs en wil daar circa € 2,95 voor betalen. Een vijfde heeft belangstelling voor fietsroutes en wil daar zo'n € 2,- voor betalen. Het buitenlandse publiek heeft vaker behoefte aan rondleidingen dan het binnenlandse publiek, dat juist vaker behoefte heeft aan stadswandelroutes en kinderactiviteiten.

Tot slot de samenstelling van het publiek. Vrouwen zijn enigszins in de meerderheid. Vergelijken met de Nederlandse bevolking zijn jongeren binnen het binnenlandse publiek ondervertegenwoordigd en senioren oververtegenwoordigd. Eveneens is er sprake van een sterke oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden. Het publiek van cultuur-historische en natuur-historische musea trekken ten opzichte van de overige museumgenres een relatief laag opgeleid publiek. Allochtonen zijn nauwelijks vertegenwoordigd. Een tiende van het onderzochte museumpubliek werkt of studeert binnen de culturele sector. Het onderzochte publiek is veel cultureel actiever dan een doorsnede van de Nederlandse bevolking. Twee vijfde bezoekt niet meer dan drie keer per jaar een museum en ruim een derde gaat zes keer of vaker.

BIJLAGE: VERDELING MUSEA OVER GENRES

Natuurhistorische musea

Kasteel Groeneveld
Natuurhistorisch Museum Maastricht
Natuurmuseum Brabant

Cultuurhistorische musea

Drents Museum
Fries Museum
Gorcums Museum
Muiderslot
Museum Het Prinsessehof
Nationaal Monument Kamp Vught
Nederlands Leder- en Schoenenmuseum
Paleis Het Loo
Slot Loevestein
Stedelijk Museum Alkmaar
Stedelijk Museum Zutphen
Theater Instituut Nederland
Universiteitsmuseum Utrecht
Zuiderzeemuseum
Kasteel Hoensbroek
Zaans Museum
Joods Historisch Museum
Herinneringscentrum Kamp Westerbork

Beeldende kunstmusea

Hannema-de Stuers Fundatie
Huis Marseille
Kröller Müller Museum
Museum Henriëtte Polak
Bonniefantemuseum

Archeologisch-historische musea

Museum Het Valkhof
Thermenmuseum

Techniekmusea

Museum Boerhaave
Nederlands Architectuur Instituut

Volkenkundige musea

Wereldmuseum Rotterdam

Overige musea

Museon