



# > Inventarisatie publieksbereik archeologie in Nederland

Utrecht, 9 februari 2021  
René Goudriaan (SiRM)  
Lotte Hopstaken (DSP)  
Arjun Swami-Persaud (DSP)  
Tammo Zijlker (SiRM)

**DSP**

**SiRM.**

Strategies  
in Regulated  
Markets

# Inhoud

<b>Managementsamenvatting</b>	<b>2</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>5</b>
1.1 Aanleiding	5
1.2 Vraagstelling	5
1.3 Indeling en leeswijzer	6
<b>2 Aanpak van het onderzoek</b>	<b>8</b>
2.1 Inleiding	8
2.2 Begrippen	8
2.3 Werkwijze	9
<b>3 Het publieksbereik in cijfers</b>	<b>14</b>
3.1 Inleiding	14
3.2 Beleden belangstelling voor archeologie	14
3.3 Daadwerkelijk getoonde belangstelling voor archeologie	20
3.4 Conclusies	25
<b>4 Publieksbereik in de praktijk</b>	<b>27</b>
4.1 Inleiding	27
4.2 Inventarisatie huidige werkwijzen	27
4.3 Publiekspotentieel en belemmeringen	37
4.4 Conclusies	42
<b>5 Synthese</b>	<b>44</b>
5.1 Inleiding	44
5.2 Bevindingen	44
5.3 Aanbevelingen	47
<b>6 Bijlage achtergrondinformatie</b>	<b>49</b>
6.1 Overzicht van musea met een archeologische presentatie	49
6.2 Overzicht van in het rapport genoemde voorbeelden van archeologische organisaties en activiteiten	50
<b>7 Literatuur</b>	<b>51</b>

# Managementsamenvatting

## Aanleiding

De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) heeft de Tweede Kamer toegezegd om de Erfgoedwet op het onderdeel archeologie te evalueren. Daarin dient ook het publieksbereik van archeologie aan de orde te komen. Een actueel totaaloverzicht van het publieksbereik van archeologie in Nederland ontbreekt. Daarom luidt de centrale vraag van het onderzoek: *Hoe zichtbaar is archeologie in Nederland voor een breed publiek?*

In een quick scan hebben SiRM – Strategies in Regulated Markets en de DSP-groep op basis van de schaarse empirische informatie een poging gedaan om in kaart te brengen wat het resultaat is van de inspanningen om het publiek te bereiken en welke informatie ontbreekt. Daarnaast is gezien welke aanpak succesvol is om het publiek te bereiken, welke drempels voor een groter en breder publieksbereik worden ervaren en welke mogelijkheden bestaan er om een groter en breder publieksbereik te realiseren.

## Weinig informatie beschikbaar

Het aantal publicaties en databronnen met actuele empirische informatie over het publieksbereik van archeologie van archeologie blijkt – ondanks uitgebreid speurwerk van onze kant – buitengewoon schaars. Dat maakt het lastig om een compleet en actueel beeld van het publieksbereik van archeologie te schetsen.

## Potentiële belangstelling voor archeologie is groter dan de getoonde belangstelling

Ongeveer 45% van de Nederlandse respondenten geeft in een enquête in het kader van het NEARCH-project aan in meer of mindere mate interesse te hebben in archeologie en wil er meer over te weten komen. Dat is weliswaar onder het Europees gemiddelde (62%), maar beduidend hoger dan de daadwerkelijk getoonde belangstelling voor archeologie. Hoewel het ‘zeggedrag’ van mensen in een enquête zich niet volledig hoeft te vertalen in bezoeken aan archeologische musea, depots en activiteiten, duiden de cijfers op een groter potentieel publieksbereik van archeologie dan het huidige publieksbereik.

## De getoonde belangstelling voor archeologie neemt over de hele linie toe, maar er bestaat nog voldoende ruimte voor een verbreding en vergroting van het publieksbereik

Een steeds groter deel van de bevolking bezoekt archeologische depots, musea en activiteiten. De stijging van het publieksbereik vindt bij vrijwel alle bevolkingsgroepen plaats, hoewel de verschillen in publieksbereik tussen bevolkingsgroepen grotendeels in stand blijven. Hoger opgeleiden en mensen met een relatief hoog inkomen zijn het vaakst bezoeker van opgravingen en musea voor geschiedenis of archeologie. Daar staat tegenover dat de overige bevolkingsgroepen, zoals mensen met een lagere opleiding, een lager inkomen en een niet-westerse migratieachtergrond nog onvoldoende worden bereikt.

Het aantal bezoeken aan archeologische depots is in vijf jaar tijd verdubbeld tot een niveau van 138.000 in 2018. De omvang van het huidige publieksbereik is echter nog beperkt. 95% van de bezoeken vindt plaats bij de gemeentelijke depots, die inspelen op de belangstelling voor lokale archeologie.

Het aantal bezoeken aan musea met een archeologische presentatie is tussen de 2011 en 2019 met bijna de helft toegenomen tot een niveau van 2,7 mln. bezoeken in 2019. Dat is een minder sterke stijging van het bezoek dan bij de overige musea.

Sinds 2015 is het bezoek aan de Nationale Archeologiedagen nagenoeg verdubbeld tot bijna 40.000 bezoeken in 2019.

Archeologie kan rekenen op een toegenomen belangstelling van het publiek, maar de samenstelling van het publiek vormt nog geen evenwichtige afspiegeling van de Nederlandse bevolking. Archeologische organisaties richten zich in hun publieksbereik vooral op de bestaande publieksgroepen. Dat zien we ook terug in de samenstelling van het publiek. De zichtbaarheid van archeologie is daardoor nog niet groot genoeg.

### **Veel projecten voor verbreding en vergroting publieksbereik**

Archeologische organisaties proberen op verschillende manieren hun publieksbereik te vergroten. Musea met een archeologische presentatie organiseren steeds meer tentoonstellingen over aansprekende onderwerpen. Steeds vaker vinden ook exposities van archeologische vondsten plaats in de openbare ruimte om een breder en groter publiek te bereiken. Open dagen om archeologisch erfgoed zichtbaar te maken, dragen volgens de geraadpleegde experts eveneens bij aan een groter en breder publieksbereik.

Een aantal gemeenten, depots en musea heeft in samenwerking met andere partijen educatieprojecten opgezet rond archeologische onderzoeken of vondsten. Daarin wordt een verbinding gelegd tussen het verleden en het heden, en met de lokale en regionale omgeving. De projecten vinden zowel online als offline plaats. Een nieuwe ontwikkeling is dat de archeologie naar de scholen en de buurt komt in plaats van dat de doelgroep naar een museum of archeologisch depot komt. Dat verlaagt de drempels.

Archeologische organisaties maken steeds meer gebruik van sociale media om bepaalde doelgroepen via gerichte marketingcampagnes te bereiken en te voorzien van laagdrempelige informatie. Archeologische organisaties experimenteren met nieuwe technologieën om praktische hindernissen in de ontsluiting van archeologisch erfgoed te ondervangen. Daarmee proberen zij ook om beter aan te sluiten bij de belevingswereld van jongeren.

### **Drempels belemmeren verbreding van het publieksbereik**

De potentiële belangstelling van het publiek voor archeologie is groot, maar archeologische organisaties slagen er – ondanks de inzet en de effecten van de genoemde instrumenten – nog niet voldoende in om een breed publieksbereik te realiseren. Dat komt doordat het aanbod en de communicatie te weinig aansluiten bij de belevingswereld van een breder en ander publiek dan huidige publiek. In de huidige situatie moet het publiek bovendien vooral zelf op pad om een archeologische opgraving of presentatie te bezoeken. De mate van affiniteit bepaalt hoe ver men

bereid is om daarvoor te reizen. Bij archeologische opgravingen spelen daarnaast fysieke toegangsdrempels een rol. Ten slotte stellen kleinere gemeenten doorgaans onvoldoende budget beschikbaar om archeologisch erfgoed te ontsluiten.

### **Aanbevelingen**

Onze belangrijkste aanbevelingen voor een verbetering van de informatie over het publieksbereik luiden:

- Organiseer een landelijk onderzoek naar het publieksbereik van archeologie op basis van een voldoende grote steekproef om een actueel en volledig beeld te kunnen geven van het publieksbereik.
- Inventariseer op grotere schaal lokale initiatieven en goede praktijken op het gebied van publieksbereik op organisatieniveau.
- Organiseer informatieverzameling over het bereik van archeologie via de media, internet, boeken tijdschriften.
- Maak gebruik van de bestaande technische mogelijkheden om meer inzicht te krijgen in het publieksbereik van archeologie; bijvoorbeeld in de openbare ruimte.

# I Inleiding

## 1.1 Aanleiding

De Tweede Kamer heeft in juli 2019 een motie aangenomen waarin zij de regering verzoekt om de Erfgoedwet op het onderdeel archeologie te evalueren naar aanleiding van een aantal gesignaleerde knelpunten. Een van die knelpunten is de zichtbaarheid van archeologie bij een breed publiek. De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) heeft toegezegd om de Erfgoedwet op het onderdeel archeologie te evalueren. In de evaluatie dient ook het publieksbereik van archeologie aan de orde te komen.

Het verdrag van Valletta heeft het publieksbereik van archeologie op de kaart gezet. Bij de ratificatie van dat verdrag heeft Nederland weliswaar artikel 9 niet verwerkt in nationale wetgeving, maar dat laat onverlet dat het publieksbereik van archeologie ook in Nederland een belangrijk onderwerp is dat veel aandacht krijgt. In de beleidsbrief *Erfgoed telt* (ministerie van OCW, 2018) heeft de minister van OCW dan ook aangegeven dat de verbindende waarde van erfgoed van groot belang is. Daarnaast wordt op dit moment de ratificatie onderzocht van het verdrag van het Faro. Uitgangspunt van dit verdrag is erfgoedparticipatie: mensen hebben recht op deelname aan het cultureel erfgoedproces. De rol van de erfgoedgemeenschap, en in het verlengde daarvan de rol van het publiek, komt op de voorgrond.

Veel mensen zijn geïnteresseerd in kunst, cultuur, geschiedenis en meer in het algemeen in het verleden. Ze willen graag kennismaken van verhalen over vroeger en van de plekken waar ze dit verleden kunnen ervaren. Op nationaal niveau is over de aard en omvang van deze groep, en ook het bezoek aan archeologische activiteiten op dit moment weinig bekend. Het ministerie van OCW heeft daarom behoefte aan inzicht in het publieksbereik van archeologie om te bezien hoe de belangstelling voor archeologie is ingebed in de samenleving. Daarbij staat de zichtbaarheid van archeologie voor een groot publiek centraal.

Het voorliggende onderzoek berust op een quick scan van bestaande gegevens en richt zich primair op het publieksbereik. Publieksbereik heeft zowel betrekking op de getoonde belangstelling voor archeologie als op de wijze waarop het publiek wordt bereikt. Publieksparticipatie in de vorm van actieve deelname aan archeologisch onderzoek blijft hier buiten beschouwing, omdat daarover wordt gerapporteerd in een onderzoek dat op dit moment in opdracht van de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (RCE) wordt uitgevoerd.

## 1.2 Vraagstelling

Een totaaloverzicht van het publieksbereik van archeologie in Nederland ontbreekt. Bevolkingsonderzoeken van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) met informatie over de belangstelling voor erfgoed presenteren vaak informatie op een hoog aggregatieniveau, waarin archeologie soms wordt samengenomen met andere categorieën erfgoed. Bovendien worden deze cijfers niet vaak genoeg geactualiseerd om trends te kunnen tonen. Er circuleren daarnaast andere cijfers over het

publieksbereik van archeologie, maar deze berusten vooral op casestudies van archeologische activiteiten. De kwaliteit en de opzet van deze studies loopt uiteen. Dat maakt het lastig om op nationaal niveau een beeld te krijgen van het publieksbereik, te meer omdat mensen op een groot aantal verschillende manieren kennisnemen van archeologie.

De centrale vraag van het project luidt: *Hoe zichtbaar is archeologie in Nederland voor een breed publiek?*

De centrale vraag valt uiteen in de volgende drie deelvragen:

- Welke onderzoeken zijn en worden gedaan naar de zichtbaarheid van archeologie bij een breed publiek?
- Wat zijn de conclusies over de zichtbaarheid van archeologie bij een breed publiek?
- Welke witte vlekken bestaan er in het onderzoek naar het publieksbereik van archeologie?

Onze inventarisatie streeft een zo goed mogelijk beeld van de publieke belangstelling voor archeologie na. Dat varieert van kijken en luisteren naar radio- en tv-programma's over archeologie, het lezen van boeken of tijdschriften daarover, het bezoeken van websites met informatie over archeologie, het bezoek aan de Nationale Archeologiedagen, regionale en lokale evenementen, archeologische musea, ArcheoHotspots, depots en locaties tot en met het lidmaatschap van archeologische en heemkundige verenigingen. Op nationaal niveau is gebundelde kennis van het bereik van al deze uitingsvormen van belangstelling voor archeologie maar spaarzaam aanwezig. Dat geldt in het bijzonder voor lokale en regionale initiatieven om de publieke belangstelling voor archeologie te bevredigen en te vergroten.

Het onderzoek moet daarom ook inzicht geven in de lokale en regionale initiatieven om het publiek voor archeologie te bereiken. Welke onderzoeken zijn op dit niveau naar het publiek en het bereik uitgevoerd? Gaat het om kwantitatieve onderzoeken of om kwalitatief onderzoek naar de betrokkenheid bij en de zichtbaarheid van archeologie? Op basis van de resultaten van onze quick scan moet worden beoordeeld waar de huidige kennis over het publieksbereik tekortschiet.

### 1.3 Indeling en leeswijzer

De verdere indeling van de rapportage is als volgt. Hoofdstuk 2 behandelt de gehanteerde begrippen en de gevolgde werkwijze. Dit hoofdstuk is vooral van belang voor de groep lezers die meer onderzoeksmatig zijn geïnteresseerd. Lezers die vooral de resultaten van onderzoek naar het publieksbereik van belang vinden, kunnen dit hoofdstuk overslaan en zich richten op hoofdstukken 3 t/m 5 waarin de resultaten van ons onderzoek centraal staan.

In hoofdstuk 3 presenteren we kwantitatieve informatie over de geconstateerde belangstelling voor archeologie: welk deel van de bevolking wordt bereikt door archeologie, welke bevolkingsgroepen zijn dat, hoe gebeurt dat en in hoeverre worden doelgroepen met belangstelling voor archeologie bereikt? In het hoofdstuk, dat op deskresearch berust, ligt de nadruk op het resultaat van de inspanningen om het publiek te bereiken.

Hoofdstuk 4 geeft inzicht in het publieksbereik in de praktijk en richt zich primair op het proces: hoe bereikt men het publiek, welke aanpak is succesvol bij de verschillende bevolkingsgroepen,

hoe toegankelijk/zichtbaar is archeologie voor het publiek, welke drempels ervaren het publiek, de publieksmedewerkers en de archeologen en welke mogelijkheden bestaan er om een groter publiek te bereiken? Dit hoofdstuk is gebaseerd op verdiepende interviews met stakeholders op het gebied van publieksbereik van archeologie.

Hoofdstuk 5 bevat een synthese van de bevindingen van het onderzoek en geeft aan waar verder onderzoek naar het publieksbereik van archeologie nodig is om de huidige leemtes in kennis aan te vullen.



## 2 Aanpak van het onderzoek

### 2.1 Inleiding

Ons onderzoek heeft betrekking op het publieksbereik van archeologie. Het is de overkoepelende term voor zowel de geconstateerde publieke belangstelling voor archeologie (het 'resultaat') als voor de wijze waarop men het publiek weet te bereiken (het 'proces'). Publieksparticipatie in de vorm van actieve betrokkenheid of consultatie van het publiek (De Groot 2017) blijft hier buiten beschouwing.

Gezien de beperkte doorlooptijd heeft het onderzoek nadrukkelijk het karakter van een quick scan. Het onderzoek berust op een meta-analyse van bestaande data gecombineerd met aanvullend literatuuronderzoek en tien verdiepende interviews met stakeholders in de archeologische wereld.

In de volgende paragraaf gaan we in op de invulling van een aantal begrippen. Daarna volgt in paragraaf 2.3 een korte schets van de gevolgde werkwijze in het onderzoek.

### 2.2 Begrippen

#### **Publieksbereik**

Aan het begrip publieksbereik worden in de praktijk verschillende invullingen gegeven. Wij vatten het begrip publieksbereik breed op. In ons onderzoek heeft het zowel betrekking op de geconstateerde belangstelling voor archeologie bij bevolkings- of doelgroepen of de gehele bevolking (het resultaat) als op de wijze waarop het publiek wordt bereikt (het proces).

Bij het resultaat gaat het om vragen zoals welk deel van de bevolking wordt bereikt met archeologische activiteiten en informatie, welke bevolkings- of doelgroepen zijn dat en hoe zichtbaar is archeologie. In dit kader merken we op dat het bereik zich formeel richt op het aantal mensen of het deel van de bevolking dat wordt bereikt door archeologie ('bezoekers') en niet op de frequentie van bijvoorbeeld het bezoek aan archeologische musea en objecten ('bezoeken'). In het onderzoek zullen we hier pragmatisch mee omgaan en – waar relevant en mogelijk – zowel informatie over het aantal bezoekers als over het aantal bezoeken presenteren, te meer omdat (bij tellingen aan de deur) weinig informatie beschikbaar is over bezoekers.

Bij het proces komen vragen aan de orde als hoe bereikt men in de praktijk het publiek, welke aanpak is succesvol bij de verschillende bevolkings- of doelgroepen, hoe toegankelijk is archeologie voor het publiek, welke drempels ervaren het publiek, de publieksmedewerkers en de archeologen en welke mogelijkheden bestaan er om een groter publiek te bereiken.

#### **Bevolkingsenquêtes versus publieksenquêtes**

Het onderscheid tussen bevolkingsenquêtes en publieksenquêtes borduurt in grote lijnen voort op het onderscheid tussen bezoekers en bezoeken. In een bevolkingsenquête, zoals de VrijeTijdsOmnibus van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) en het Centraal Bureau voor de

Statistiek (CBS), wordt in een steekproef onder bevolkingsgroepen in eerste instantie gevraagd of mensen de afgelopen 12 maanden een museum voor geschiedenis of archeologie hebben bezocht. Dat geeft direct een beeld van het aantal bezoekers in een jaar, en de profielen van die bezoekers naar leeftijd, geslacht, opleiding, inkomen, enzovoort. Als vervolgens ook nog wordt gevraagd naar hoe vaak mensen in dat jaar een museum voor geschiedenis of archeologie hebben bezocht, resulteert het aantal bezoeken.

Tellingen aan de deur van instellingen, zoals archeologische musea of depots, hebben meestal betrekking op het aantal bezoeken, omdat in de regel niet (exact) bekend is wat de omvang is van het aantal herhaalbezoeken. Datzelfde euvel speelt doorgaans ook bij de publieksenquêtes waarmee de samenstelling van het bezoek aan archeologische musea, depots, objecten, opgravingen en activiteiten wordt gemeten. In een publieksenquête zijn de frequente bezoekers per definitie in de steekproef oververtegenwoordigd. Als een persoon bijvoorbeeld vijf keer per jaar een archeologisch museum bezoekt dan heeft die persoon een vijf keer zo grote kans om in de steekproef terecht te komen als een persoon die maar een keer per jaar zo'n bezoek brengt. Alleen bij eenmalige of jaarlijkse evenementen vallen bezoeken en bezoekers samen.

### **Beleden belangstelling versus daadwerkelijk getoonde belangstelling**

In bevolkingsenquêtes van overheden of universiteiten (zie ook paragraaf 2.3) wordt mensen soms gevraagd naar hun belangstelling voor archeologie en of zij van plan zijn om een bezoek aan een archeologisch museum of object te brengen. Dit is de beleden belangstelling. De beleden belangstelling blijkt in de praktijk altijd veel groter te zijn dan de daadwerkelijk getoonde c.q. geuite belangstelling.<sup>1</sup> Een illustratie hiervan is te vinden in hoofdstuk 3. Dit verschil tussen zeggedrag en doegedrag kan verschillende oorzaken hebben:

- sociaal wenselijke antwoorden van respondenten in enquêtes;
- belemmeringen in de persoonlijke sfeer, zoals tijdgebrek;
- een in de praktijk te weinig aansprekend of toegankelijk aanbod;
- andere fysieke, psychische of financiële drempels.

Door deze factoren is het lastig om exact te bepalen of het potentiële publieksbereik van archeologie groter is dan het daadwerkelijk getoonde bereik of dat het zeggedrag optimistischer uitpakt dan het doegedrag. Dat neemt niet weg dat grote verschillen tussen de beleden belangstelling en de daadwerkelijk getoonde publieke belangstelling in het algemeen duiden op een potentieel groter publieksbereik dan het huidige publieksbereik.

## 2.3 Werkwijze

Het onderzoek berust op een combinatie van deskresearch en interviews met experts op het gebied van het publieksbereik van archeologie. In de praktijk heeft de deskresearch vooral betrekking op het verzamelen en analyseren van cijfers over het publieksbereik van archeologie (zie hoofdstuk 3). Het betreft zowel de beleden belangstelling voor archeologie als de daadwerkelijk getoonde belangstelling. De interviews richten zich in het bijzonder betrekking op

---

<sup>1</sup> In de Engelstalige wetenschappelijke literatuur hanteert men de begrippen *stated preference* versus *revealed preference*.

de kwalitatieve aspecten van het publieksbereik (zie hoofdstuk 4). In de interviews bekijken we onder meer hoe het publiek wordt bereikt, welke aanpak succesvol is bij verschillende doelgroepen, hoe toegankelijk c.q. zichtbaar archeologie is voor het publiek, welke drempels voor een groter publieksbereik worden ervaren en welk potentieel er aanwezig is om een groter publiek te bereiken.

### 2.3.1 Kwantitatieve informatie over publieksbereik

Om actuele cijfermatige informatie over het publieksbereik te verzamelen, hebben we uitgebreid gezocht op internet en in catalogi van bibliotheken, zoals Boekman.nl, bibliotheek.nl, NARCIS, CBS en universitaire bibliotheken. We hebben zowel gezocht naar de gepubliceerde literatuur als naar de grijze literatuur. Werkstukken en scripties van studenten blijven beschouwing. Gehanteerde zoektermen zijn: publieksbereik, publieksdata, publieksenquête, publieksonderzoek, bevolkingsenquête, bevolkingsonderzoek, bezoek, bezoeken en bezoekers in combinatie met archeologie, archeologische(e), opgraving(en), vindplaats(en) en depot(s).<sup>2</sup> We richten ons primair op publicaties uit de 21<sup>e</sup> eeuw. Daarnaast hebben we de sneeuwbal methode gehanteerd waarbij in de verzamelde literatuur is gekeken naar verwijzingen naar andere bronnen (inclusief Engelstalige publicaties over het publieksbereik in Nederland). Ten slotte hebben de in de interviews geraadpleegde experts ons gewezen op relevante publicaties over het publieksbereik van archeologie.

Ook als we niet al te streng zijn in de beoordeling van de kwaliteit van de onderzoeken,<sup>3</sup> houden we een verhoudingsgewijs beperkt aantal publicaties en databronnen over met kwantitatieve informatieve informatie over het publieksbereik van archeologie. Dit geldt in het bijzonder op lokaal niveau, waarvoor de zoekopdrachten vooral in beleidsnota's zonder kwantitatieve informatie resulteren. De geringe oogst kan te maken hebben met de nog bescheiden aandacht voor het onderwerp bij archeologen, de relatief kleine omvang van de sector en het feit dat de resultaten van publieksonderzoeken niet in databanken zijn opgenomen of niet extern worden gepubliceerd.<sup>4</sup> We verwachten dat alle drie mogelijke oorzaken een rol spelen.

Tabel 2.1 geeft een overzicht van de geselecteerde publicaties met kwantitatieve informatie over het publieksbereik van archeologie. Het betreft zowel informatie over de daadwerkelijk getoonde belangstelling als de beleden belangstelling.

De resultaten van Knoop, Visser en Grosze Nipper (1996) en Huysmans en de Haan (2007) overlappen elkaar deels voor het onderdeel archeologie in 1996. In 1996 omvat de bevolkingsenquête ruim 3.800 respondenten en in 2004 5.800 respondenten. Dit zijn voldoende grote aantallen om redelijk betrouwbare conclusies over het publieksbereik van archeologie bij verschillende bevolkingsgroepen op te baseren.

---

<sup>2</sup> Als we de laatstgenoemde zoektermen verruimen tot erfgoed vinden we meer publicaties, maar geen publicaties die specifiek betrekking hebben op het publieksbereik van archeologie.

<sup>3</sup> Het betreft onder meer de operationalisering van de publiekskenmerken, de grootte en representativiteit van de steekproeven, het onderscheid tussen bezoeken en bezoekers en de toetsing op significantie van de verschillen in publieksbereik tussen bevolkingsgroepen.

<sup>4</sup> Wie bijvoorbeeld bij het CBS zoekt naar informatie over archeologie vindt alleen informatie over het aantal studenten archeologie.

Tabel 2.1 Overzicht van publicaties met kwantitatieve informatie over het publieksbereik van archeologie

Auteurs	Korte omschrijving
Knoop, Visser & Grosze Nipper (1996)	Bevolkingsonderzoek belangstelling en bereik van archeologie
Huysmans & de Haan (2007)	Bevolkingsonderzoek belangstelling en bereik van erfgoed
Van den Broek (2014)*	Bevolkingsonderzoek belangstelling en bereik van cultuur
Van den Broek & Van Houwelingen (2015)*	Bevolkingsonderzoek belangstelling voor erfgoed
Tiessen-Raaphorst & Van den Broek (2016)	Bevolkingsonderzoek belangstelling en bereik van sport en cultuur
Van den Broek & Gieles (2018)	Breed overzicht van het cultureel leven, mede gebaseerd op bevolkingsonderzoek belangstelling en bereik cultuur
Harris Interactive (2015)	Bevolkingsonderzoek belangstelling voor archeologie in Nederland (NEARCH)
Van den Dries & Boom (2017)	Bevolkingsonderzoek belangstelling voor archeologie in Europa (NEARCH)
Gemeente Den Haag (2018)	Bevolkingsonderzoek belangstelling fysiek domein inclusief archeologie in Den Haag
Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (sd)	Trends en cijfers over het bezoek aan archeologische depots
Museumvereniging (2020)	Trends en cijfers over onder meer het (archeologisch) museumbezoek
Weijland, Boom & Van den Dries (2017)	Publieksonderzoek Nationale Archeologiedagen

\* Blijven geheel of grotendeels buiten beschouwing in het onderzoek.

Het onderzoek van den Broek (2014) is gebaseerd op de VrijeTijdsOmnibus 2012 (VTO 2012), een bevolkingsonderzoek dat ruim 3.100 respondenten telt. De VTO richt zich zowel op cultuur als op sport.<sup>5</sup> Het publieksbereik van archeologie komt primair aan bod als onderdeel van musea voor geschiedenis of archeologie. Een verdere uitsplitsing van de cijfers naar archeologie blijft achterwege. Vanwege de beperkte aandacht voor archeologie komen de resultaten van den Broek (2014) hier slechts zijdelings aan de orde.

De studie van den Broek & Van Houwelingen (2015) berust eveneens op de VTO 2012. Het onderzoek richt zich op belangstelling voor erfgoed in brede zin. Archeologie wordt niet afzonderlijk onderscheiden. Aan dit onderzoek besteden we daarom hier geen verdere aandacht.

Het onderzoek van Tiessen-Raaphorst & Van den Broek (2016) is gebaseerd op de VTO 2012 en de VTO 2014. De VTO 2014 telt ruim 3.000 respondenten. De studie richt zich zowel op sport als op cultuur. Voor ons onderzoek is relevant dat informatie wordt gepresenteerd over het bezoek aan musea voor geschiedenis of archeologie (voor 2012 en 2014) en het bezoek aan

<sup>5</sup> Zie Tiessen-Raaphorst en Van den Broek (2016, blz. 11-12) en CBS Microdata Services (2020) voor een beschrijving van de VTO.

archeologische opgravingen in binnen- en buitenland (voor 2014). Er vindt in de bijlage ook een uitsplitsing van het publieksbereik plaats naar de verschillende bevolkingsgroepen.

De studie van den Broek & Gieles (2018) borduurt voor het onderdeel archeologie voort op de resultaten van Tiessen-Raaphorst & Van den Broek (2016) en vult deze aan met de resultaten van de VTO 2016. Het aantal respondenten van de VTO 2016 bedraagt ruim 3.100.

Harris Interactive (2015) en Van den Dries & Boom (2017) zijn gebaseerd op het NEARCH-project, dat in opdracht van de Europese Commissie is uitgevoerd.<sup>6</sup> NEARCH is een breed onderzoek naar het publieksbereik van archeologie in een groot aantal Europese landen. In het kader van dit onderzoek zijn in Nederland slechts 500 personen ondervraagd. Dat betekent dat een gedetailleerde uitsplitsing van de resultaten van dit onderzoek voor Nederland naar verschillende bevolkingsgroepen niet aan de orde is.

De studie van den Dries & Boom (2017) biedt een nadere interpretatie van resultaten en vergelijkt deze met eerder bevolkingsonderzoek dat NIPO in opdracht van het Archeologisch Informatie Centrum heeft uitgevoerd in 1996 (Knoop, Visser & Grosze Nipper, 1996). Die vergelijking is niet zonder voetangels en klemmen vanwege de verschillen in de vraagstelling en in de steekproefgrootte.

Het rapport van de gemeente Den Haag (2018) is een voorbeeld van een onderzoek naar de lokale belangstelling voor archeologie in Den Haag en de wijze waarop de inwoners van de gemeente aan hun informatie over archeologie komen. Het onderzoek telt ruim 1.100 respondenten.

De studies van de Museumvereniging en de RCE zijn geen bevolkings- of publieksonderzoeken, maar berusten op enquêtes onder musea en archeologische depots over onder meer het aantal bezoeken aan deze instellingen. Bij de archeologische depots is soms sprake van betrekkelijk ruwe schattingen van het aantal bezoeken, omdat in een aantal gevallen een goede registratie van de bezoekcijfers ontbreekt, mede door de afwezigheid van entreegelden.

Weijland, Boom en Van den Dries (2017) hebben een publieksonderzoek uitgevoerd onder de bezoekers van de Nationale Archeologiedagen in 2016. Het betreft een onderzoek onder 151 respondenten. Dat is eigenlijk te klein voor een gedetailleerde uitsplitsing naar publieksgroepen. Bovendien vereist een dergelijke uitsplitsing in een dergelijke beperkte steekproef een gedegen statistische toetsing van de significantie van de eventuele verschillen tussen publieksgroepen. Die blijft echter achterwege. Desondanks geven de resultaten vertrouwen in de zin dat de belangrijkste resultaten redelijk goed overeenkomen met de resultaten van ander onderzoek.

Verder hebben we ook met KVB Boekwerk contact opgenomen over het aantal verkochte boeken over archeologie. KVB Boekwerk kan de gevraagde detaillering van de boekenverkoop naar boeken over archeologie echter niet leveren, omdat het laagste detailniveau van de verkopen boeken over geschiedenis is. De Stichting KijkOnderzoek en de Stichting Nationaal Luister Onderzoek blijken evenmin in staat om de kijk- en luistercijfers van tv- en radioprogramma's over

---

<sup>6</sup> NEARCH: New ways of Engaging audiences, Activating societal relations and Renewing practices in Cultural Heritage.

archeologie te verschaffen. De VTO biedt evenmin informatie over kijk- en luistercijfers van programma's over archeologie.

In hoofdstuk 3 presenteren we kwantitatieve informatie over het publieksbereik uit de geselecteerde onderzoeken.

### 2.3.2 Kwalitatieve informatie over het publieksbereik

De gepresenteerde kwalitatieve informatie over het publieksbereik van archeologie in hoofdstuk 4 berust op interviews met 10 experts op dit gebied, aangevuld met de resultaten van een beperkte literatuurstudie. Vanwege de Covid-19 pandemie vonden de interviews via een beeldverbinding plaats. Tabel 2.2 toont de geïnterviewde experts en de organisaties waaraan zij zijn verbonden. De resultaten van de interviews komen in hoofdstuk 4 aan de orde.

Tabel 2.2 Overzicht van geïnterviewde experts en hun organisaties

Naam	Organisatie
Riemer Knoop	Gordion Cultureel Advies en ArcheoHotspots
Monique van den Dries	Universiteit Leiden
Norbert Eeltink en Gajus Scheltema	AWN Vereniging van Vrijwilligers in de Archeologie
Janneke Berkelbach van der Sprenkel	Stichting Nationale Archeologiedagen
Peter Stokkel	Gemeente Den Haag, afdeling archeologie (inclusief depot)
Wim Weijland	Rijksmuseum van Oudheden
Wim Hupperetz	Allard Pierson museum en ArcheoHotspots
Noortje Meulenkamp en Anouk Veldman	Huis van Hilde
Jack Veldman	Archeon
Evert van Ginkel	Stichting Archeologie & Publiek
Monique Eerden, Machteld Linssen en Martijn Manders + Johan Verspay	Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed + Universiteit van Amsterdam

Voor de interviews hebben wij gebruik gemaakt van een gestructureerde interviewleidraad, met soms een specifieke toespitsing per interview. Het gaat vooral het publieksbereik in de praktijk. Thema's die in de interviews aan de orde zijn gekomen, betreffen onder meer:

- het belang van het publieksbereik in de praktijk, ook als doelstelling van de organisatie;
- de toegankelijkheid en de zichtbaarheid van archeologie;
- de publieke belangstelling en het beoogde publiek;
- potentiële drempels voor een groter publieksbereik;
- goede praktijken om het publieksbereik te vergroten en te verbreden;
- het potentieel voor een groter publieksbereik.

## 3 Het publieksbereik in cijfers

### 3.1 Inleiding

In het voorliggende hoofdstuk presenteren we een quick scan van het publieksbereik van archeologie op basis van de verzamelde cijfers. De beschikbare informatie is vaak fragmentarisch en de kwaliteit van de daaraan ten grondslag liggende informatie loopt uiteen. Met in achtneming van deze beperkingen proberen we een zo goed mogelijk totaalbeeld te schetsen en eventuele witte vlekken qua data over het publieksbereik in kaart te brengen. In de presentatie maken we steeds onderscheid tussen de in enquêtes *beleden belangstelling* van mensen voor archeologie (en/of geschiedenis) en de daadwerkelijk getoonde *belangstelling* in de vorm van bezoeken aan archeologische activiteiten en dergelijke (zeggedrag versus doegedrag).

Eerst behandelen we in paragraaf 3.2 cijfers over de beleden belangstelling voor archeologie van de Nederlandse bevolking. Om te bekijken of deze in Nederland hoog of laag is, vergelijken we deze tevens met de beleden belangstelling in andere Europese landen. Daarna komt in paragraaf 3.3 de daadwerkelijk getoonde belangstelling voor archeologie aan de orde. Paragraaf 3.4 sluit af met de belangrijkste conclusies van het hoofdstuk.

### 3.2 Beleden belangstelling voor archeologie

#### 3.2.1 Het beeld van archeologie in Nederland en het Europees perspectief

##### De Nederlandse respondenten zien archeologie vooral als een wetenschap

Uit het NEARCH-project blijkt dat de Nederlandse respondenten archeologie primair zien als wetenschap (Tabel 3.1). Evenals in andere Europese landen wordt archeologie in Nederland minder gezien als een culturele activiteit of vrijetijdsbesteding.

Tabel 3.1 Antwoord op de vraag: "Naar mijn mening is archeologie een ..." (aandelen in %)

	GBR*	FRA	GER	GRC	ITA	NLD	POL	ESP	SWE
Wetenschap	46	60	82	88	65	77	68	67	65
Beroep	33	29	27	13	25	33	21	27	23
Culturele activiteit	28	30	29	27	33	17	14	23	27
Vrijetijdsbesteding	6	4	6	2	1	4	7	2	4

\* GBR: Groot-Brittannië, FRA: Frankrijk, DUI: Duitsland, GRK: Griekenland, ITA: Italië, NLD: Nederland, POL: Polen, SPA: Spanje, ZWE: Zweden.

Bron: Van den Dries & Boom (2017)

## De Nederlandse respondenten staan gemiddeld positief tegenover archeologie, maar minder dan andere Europese landen

73% van de Nederlandse respondenten vindt archeologie belangrijk en staat positief tegenover archeologie. In andere Europese landen wordt echter een bredere steun voor archeologie uitgesproken (Tabel 3.2).

Tabel 3.2 Belang van archeologie (aandelen in %)

	GRK	ITA	SPA	DUI	POL	GBR	FRA	SWE	NLD
Archeologie belangrijk	95	94	85	82	82	81	81	77	73

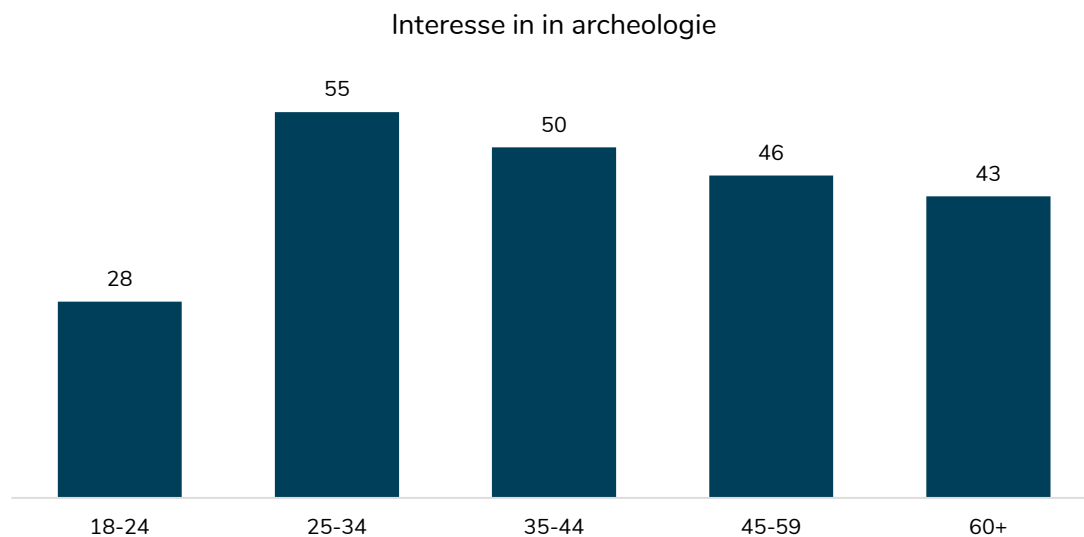
Bron: Van den Dries & Boom (2017)

### 3.2.2 De beleden belangstelling voor archeologie in Nederland en het Europese perspectief

In het NEARCH-project is ook onderzocht welke persoonlijke belangstelling Nederlandse respondenten hebben voor archeologie. Daarnaast zijn de intenties om deel te nemen aan archeologische activiteiten geanalyseerd.

#### Bijna de helft van de Nederlandse respondenten zegt geïnteresseerd te zijn in archeologie

45% van de geënquêteerde Nederlanders van 18 jaar en ouder zegt in meer of mindere mate interesse te hebben in archeologie en wil er meer over te weten komen (Figuur 3.1). Dit is minder dan in andere Europese landen, daar is het gemiddelde 62%. De interesse is het laagst in de leeftijdsklasse 18-24 jaar.



Figuur 3.1 Interesse van Nederlandse respondenten in archeologie (aandelen in %)

Bron: Harris Interactive (2015)



### Er bestaat een grote potentiële interesse om deel te nemen aan archeologische activiteiten

In het NEARCH-project is ook onderzocht aan welke archeologische activiteiten Nederlandse respondenten zouden willen deelnemen (Figuur 3.2). Een aanzienlijk deel zegt interesse te hebben om een archeologische opgraving te bezoeken. Andere archeologische activiteiten, zoals het meehelpen in een opgraving of het ontmoeten van een archeoloog, zijn minder populair bij de respondenten. Uiteraard hoeft het zeggedrag in de enquête zich in de praktijk niet volledig te vertalen in doegedrag.

Interesse in deelname aan archeologische activiteiten



Figuur 3.2 Interesse van Nederlandse respondenten om deel te nemen aan archeologische activiteiten (aandelen in %)

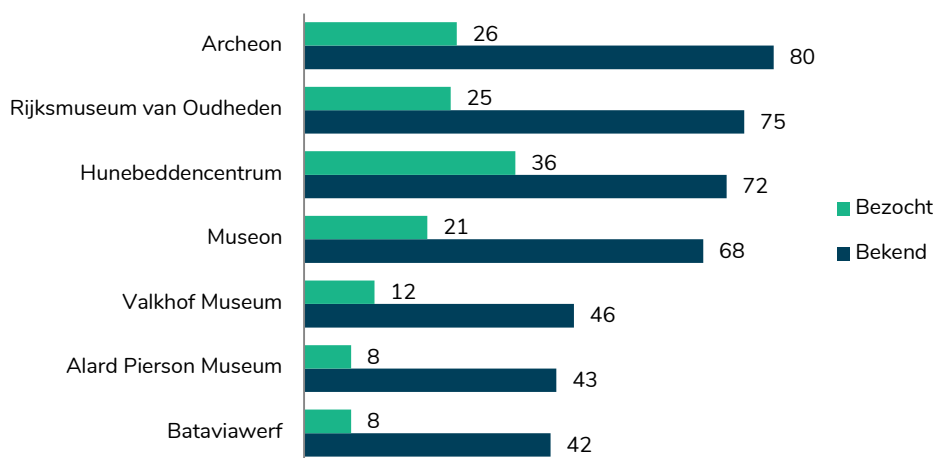
Bron: Harris Interactive (2015)

### 3.2.3 Bekendheid en publieksbereik van archeologie in Nederlandse musea.

In het NEARCH-project is het publieksbereik van de belangrijkste archeologisch musea van Nederland onderzocht. Een aanzienlijk deel van de Nederlandse respondenten zegt bekend te zijn met musea met een grote archeologische presentatie, zoals Archeon en het Rijksmuseum van Oudheden (Figuur 3.3).<sup>7</sup> Het deel van de bevolking dat deze musea ooit zegt te hebben bezocht is daarentegen aanzienlijk kleiner.

<sup>7</sup> Destijds heette een deel van de huidige Bataviawerf nog Batavialand.

Publieksbereik van belangrijke Nederlandse archeologische musea



Figuur 3.3 Bekendheid van en bezoek aan belangrijke Nederlandse archeologisch musea (aandelen in %)

Bron: Harris Interactive (2015)

### 3.2.4 Publieksbereik in de media

Naast fysieke bezoeken aan musea, opgravingen en andere plaatsen waar archeologie aan het publiek getoond wordt, wordt publiek voor archeologie ook via de media bereikt.

#### Nederlanders worden in vergelijking met andere Europese landen bovengemiddeld veel door geschreven media bereikt

Uit het NEARCH-project blijkt dat 46% van de Nederlandse respondenten over archeologie wordt geïnformeerd via programma's op radio en TV. Dit is minder dan het Europese gemiddelde van 56% (Tabel 3.3). De geschreven media bereiken in Nederland juist bovengemiddeld veel publiek. 32% van de Nederlandse respondenten wordt door de nationale pers geïnformeerd (Europees gemiddelde 23%) tegen 29% door regionale pers (Europees gemiddelde 13%).

Tabel 3.3 Informatiebronnen over archeologie voor verschillende Europese landen (aandelen in %)

	NLD	FRA	DUI	GRK	ITA	GRB	POL	SPA	ZWE
Radio en TV	46	60	58	60	57	59	54	55	55
Nationale pers	32	22	19	24	16	26	23	22	21
Regionale pers	29	13	17	6	6	9	10	10	13

Bron: Van den Dries & Boom (2017)

20% van de Nederlandse jongeren (18-24 jaar) in de enquête geeft aan via sociale media over archeologie te worden geïnformeerd. Dat is ruim boven het Europees gemiddelde.

### Informatiebronnen over archeologie



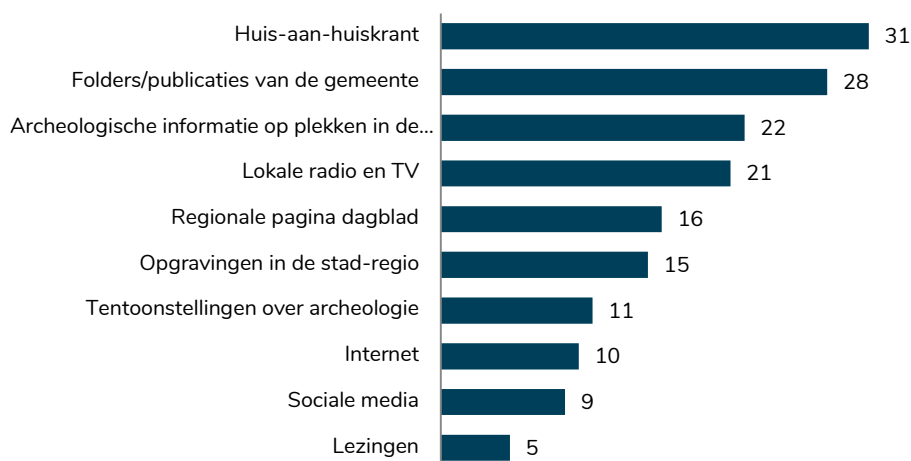
Figuur 3.4 Informatiebronnen over archeologie van Nederlandse respondenten (aandelen in %)

Bron: Harris Interactive (2015)

### Op regionaal niveau vormen geschreven media een belangrijke informatiebron over archeologie

In de Haagse stadsenquête is eveneens onderzocht hoe het lokale publiek geïnformeerd wordt over archeologie (Figuur 3.5). De geschreven media, zoals huis-aan-huiskranten en folders van de gemeente, blijken de belangrijkste informatiebronnen over lokale archeologie te zijn bij de Haagse bevolking.

### Informatiebronnen van Hagenaars over archeologie



Figuur 3.5 Informatiebronnen over archeologie van respondenten in de Haagse stadsenquête, die hebben gehoord van archeologie (aandelen in %)

Bron: Gemeente Den Haag

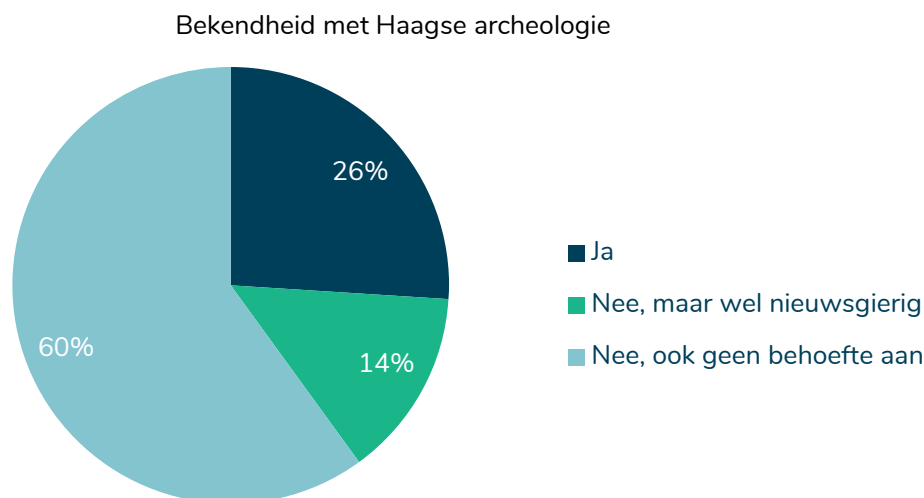
### 3.2.5 Onderzoek naar belangstelling voor archeologie op regionaal niveau

Buiten enkele grote landelijke musea en evenementen vinden publieksactiviteiten op regionaal of lokaal niveau plaats. Qua aandacht voor het publieksbereik bestaan grote verschillen tussen gemeenten (Van Geffen, 2012). Slechts een aantal gemeenten maakt structureel geld vrij voor het uitdragen van de verworven kennis naar het publiek. Gepubliceerde publieksonderzoeken zijn op lokaal niveau zeer dun gezaaid.

Den Haag is een voorbeeld van een gemeente met een archeologische dienst die veel waarde hecht aan publieksbereik van de archeologie. In 2018 heeft is het publieksbereik onderzocht als onderdeel van inwonersonderzoek in Den Haag. (Gemeente Den Haag, 2018)

Het Haagse onderzoek geeft inzicht in de beleden belangstelling voor lokale archeologie in een gemeente. Figuur 3.6 toont de aangegeven bekendheid met en belangstelling voor lokale archeologische activiteiten. 26% van de inwoners van Den Haag geeft aan bekend te zijn met archeologie in Den Haag, 14% van de inwoners zegt hiermee niet bekend te zijn maar wel interesse te hebben, de overige 60% zegt niet bekend te zijn met de lokale activiteiten en hier ook geen behoefte aan te hebben. Dit stemt overeen met de resultaten van het Europese NEARCH-project (Van den Dries en Boom, 2017).

Naast bekendheid van lokale initiatieven heeft de gemeente Den Haag gevraagd of bewoners van plan zijn een bezoek te brengen aan diverse archeologische bezienswaardigheden in de stad. Van de inwoners die bekend zijn met de lokale archeologie of hier nieuwsgierig naar zijn, zegt circa de helft van plan te zijn een bezoek te brengen aan grote lokale evenementen en tentoonstellingen in musea als het Museon en het Haags Historisch Museum.



Figuur 3.6 Bekendheid inwoners Den Haag met gemeentelijke archeologie, 2018 (aandelen in %)

Bron: Gemeente Den Haag

### 3.3 Daadwerkelijk getoonde belangstelling voor archeologie

#### 3.3.1 Bevolkingsonderzoek naar publieksbereik op nationaal niveau

##### Meer publieksbereik, maar geen evenredig publieksbereik

Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) heeft via landelijke enquêtes onder de Nederlandse bevolking van 25 jaar en ouder onderzocht welk deel van de bevolking in 1996 en 2004 ten minste één archeologisch object of museum heeft bezocht en welke verschillen daarin tussen de bevolkingsgroepen bestaan (Tabel 3.4). Vanwege de gewijzigde vraagstelling in de VrijeTijdsOmnibus (VTO) zijn daarna geen vergelijkbare gegevens beschikbaar. Gegevens uit de VTO over het bezoek aan musea voor geschiedenis of archeologie en archeologische opgravingen in binnen- en buitenland komen in Tabel 3.5 de orde.

Tabel 3.4 Bezoek aan ten minste één archeologisch object of museum\* in de afgelopen 12 maanden van de bevolking van 25 jaar en ouder, uitgesplitst naar persoonskenmerken, 1996 en 2004 (in %)

	1996	2004
Bevolking vanaf 25 jaar	19	27
Man	22	29
Vrouw	16	25
25-34 jaar	17	24
35-44 jaar	21	25
45-54 jaar	22	27
55-64 jaar	22	30
65 jaar en ouder	14	30
Lager onderwijs	11	17
Vmbo( lbo/mavo)	14	22
Havo, vwo, mbo	18	28
Hbo, universiteit	33	39
Laag inkomen	12	24
Midden inkomen	19	27
Hoog inkomen	29	34

\* Opgravingen, archeologische musea, reconstructieparken, oudheidkundige reconstructies, zichtbare archeologische monumenten en archeologische musea.

Bron: SCP (Huysmans & De Haan, 2007)

Het aantal bezoekers aan archeologische objecten en musea is als percentage van de bevolking tussen 1996 en 2004 sterk gestegen: van 19 naar 27 (Tabel 3.4). Die stijging is bij alle

bevolkingsgroepen waarneembaar.<sup>8</sup> Dit is naar verwachting de weerslag van de toegenomen aandacht van de archeologische wereld voor het publiek, mede onder invloed van het Verdrag van Valletta (zie ook hoofdstuk 4).

Mannen, ouderen, hoger opgeleiden en mensen met een relatief hoog inkomen zijn in 1996 en 2004 het vaakst bezoeker van archeologische musea of objecten. De rest van de bevolking wordt minder goed bereikt. Dat patroon zien we – met uitzondering van de oververtegenwoordiging van mannen – ook terug bij andere culturele activiteiten. Die oververtegenwoordiging van mannen en ook van ouderen is in 2014 overigens minder duidelijk aanwezig bij het bezoek aan musea voor geschiedenis of archeologie, en aan archeologische opgravingen (Tabel 3.5).

Tabel 3.5 Bezoek aan musea voor geschiedenis of archeologie en archeologische opgravingen in de afgelopen 12 maanden van de bevolking van 6 jaar en ouder, uitgesplitst naar persoonskenmerken, 2014 (in %)

	Museum voor geschiedenis of archeologie	Opgraving
Bevolking vanaf 6 jaar	28	12
Man	29	13
Vrouw	28	11
6-11 jaar	37	12
12-19 jaar	31	9
20-34 jaar	27	9
35-49 jaar	31	12
50-64 jaar	27	15
65 jaar en ouder	23	11
Lager onderwijs	5	4
Middelbaar onderwijs	9	12
Hoger onderwijs	17	21
Huishoudinkomen tot modaal	8	7
1 tot 1,5 keer modaal inkomen	8	8
1,5 tot 2,5 keer modaal inkomen	10	12
Vanaf 2,5 keer modaal inkomen	16	18
Nederlands	28	12
Migratieachtergrond westers	30	13
Migratieachtergrond niet-westers	20	6

Bron: Tiessen-Raaphorst & Van den Broek (2016)

<sup>8</sup> De presentatie hanteert de indeling in vier landsdelen van het CBS. Noord: Groningen, Friesland en Drenthe. Oost: Overijssel, Flevoland en Gelderland. West: Utrecht, Noord-Holland, Zuid-Holland en Zeeland. Zuid: Noord-Brabant en Limburg.

In 2014 bezoekt 28% van de bevolking van 6 jaar en ouder een museum voor geschiedenis of archeologie en 12% een archeologische opgraving. In 2016 zijn dat vergelijkbare percentages (Van den Broek & Gieles, 2018). Het publieksbereik van musea voor geschiedenis of archeologie en archeologische opgravingen neemt toe bij een hoger opleidingsniveau en een hoger inkomen, en blijft achter bij mensen met een niet-westerse migratieachtergrond.

### 3.3.2 Bezoeken aan archeologische depots en musea met een archeologische presentatie

#### Aantal bezoeken aan archeologische depots verdubbeld vanaf 2013

Bijna alle vondsten die bij archeologisch onderzoek in Nederland worden opgegraven, komen terecht in een archeologisch depot. Archeologische depots zijn in eerste instantie bewaarruimtes, al dan niet voor lange duur, en meestal voor specifieke verzamelingen van goederen (Erfgoedinspectie, 2016). Zij dienen echter ook toegankelijk te zijn voor amateurarcheologen, wetenschappelijk onderzoekers én het publiek. Nederland telt 37 archeologische depots: 10 provinciale en 27 gemeentelijke depots.<sup>9</sup>

Archeologische depots besteden in toenemende mate aandacht aan het publieksbereik. Aan de depots zijn in 2018 volgens een schatting van de depots 138.000 bezoeken afgelegd (Tabel 3.6). Ten opzichte van 2013 is het aantal bezoeken aan de archeologische depots ruimschoots verdubbeld, maar nog steeds beperkt. De Erfgoedmonitor geeft daarvoor geen verklaring. Gemeentelijke depots ontvangen meer dan 95% van het bezoek. Daarvan zijn er drie goed voor ruim 80% van het totale bezoek aan archeologische depots. Inzicht in de samenstelling van het bezoek aan de depots naar leeftijd, geslacht, opleiding, enzovoort ontbreekt.

Tabel 3.6 Bezoeken aan archeologische gemeentelijke en provinciale depots, 2013-2018

	Bezoeken (x 1.000)		Stijging (in %)
	2013	2018	
Gemeenten	61	133	119
Provincie	3	6	92
Totaal <sup>a</sup>	64	138	117

a Door afrondingen in de presentatie hoeft het totaal niet exact overeen te komen met de som van de gepresenteerde cijfers.

Bron: Erfgoedmonitor (<https://erfgoedmonitor.nl/indicatoren/archeologische-depots-toegankelijkheid>)

#### Bezoeken aan musea met een archeologische presentatie gestegen

Er zijn maar weinig musea die voor 100% als archeologisch museum kunnen worden omschreven. De musea met een archeologische presentatie zijn overwegend gemengde musea met naast een archeologische collectie ook een historische en/of kunstcollectie. In overleg met de RCE is een selectie gemaakt van musea met een archeologische presentatie. Daarbij onderscheiden we presentaties van bovenregionaal belang (13 musea), zoals het Rijksmuseum van Oudheden en het Hunebedcentrum, en presentaties van lokaal belang (18 musea), zoals het Gemeentelijk

<sup>9</sup> De drie noordelijke provincies hebben samen één depot: het Noordelijk Archeologische Depot Nuis.

Archeologisch Museum Aardenburg en Museum Flehite. Voor de indeling van de betrokken musea verwijzen we naar de bijlage.<sup>10</sup>

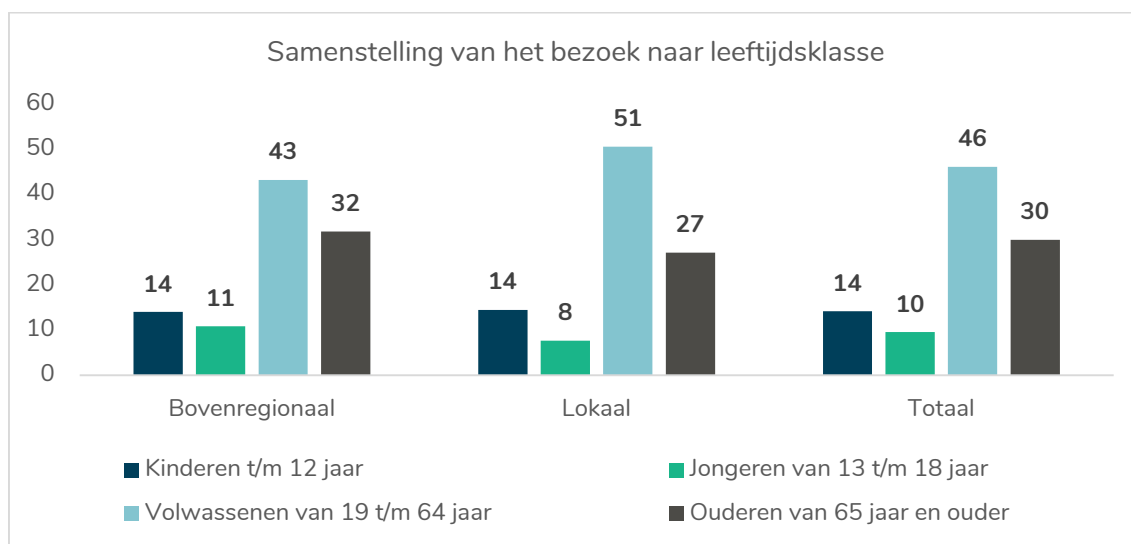
In totaal worden in 2019 2,7 mln. bezoeken aan musea met een archeologische presentatie gebracht, waarvan ruim 60% bij de musea van bovenregionaal belang (Tabel 3.7). In 2011 waren dat nog 1,8 mln. bezoeken. Dat komt neer op een stijging van 49% (gemiddeld 5,1% per jaar). De stijging is wat minder dan bij het totale landelijke museumbezoek, dat in deze periode door de toegenomen aandacht voor het publiek met 64% (6,4% per jaar) toeneemt (zie Museumcijfers 2019, blz. 35). Bij de musea van bovenregionaal belang stijgt het bezoek sneller dan bij de musea van lokaal belang (60% versus 34%).

De 31 musea met een archeologische presentatie organiseren in 2019 samen 241 tijdelijke tentoonstellingen binnen en buiten de musea. In totaal worden de websites van deze musea in 2019 9,8 mln. keer bezocht door 6,0 mln. unieke bezoekers.

Tabel 3.7 Bezoeken aan musea met een archeologische collectie naar bovenregionaal versus lokaal belang, 2011-2019

	Bezoeken (x 1.000)		Stijging (in %)
	2011	2019	
Bovenregionaal	1.007	1.612	60
Lokaal	787	1.054	34
Totaal	1.794	2.666	49

Bron: Museana (SiRM-bewerking)



Figuur 3.7 Samenstelling van het bezoek (in %) aan musea van bovenregionaal en lokaal belang naar leeftijdsklasse

Bron: Museana (SiRM-bewerking)

<sup>10</sup> Het betreft steeds musea die lid zijn van de Museumvereniging, waarvoor we over bezoekinformatie beschikken. Dat betekent dat een aantal presentaties in kleine musea met weinig bezoek afvallen. Op de geschetste bezoekaantallen heeft dat echter nauwelijks invloed.



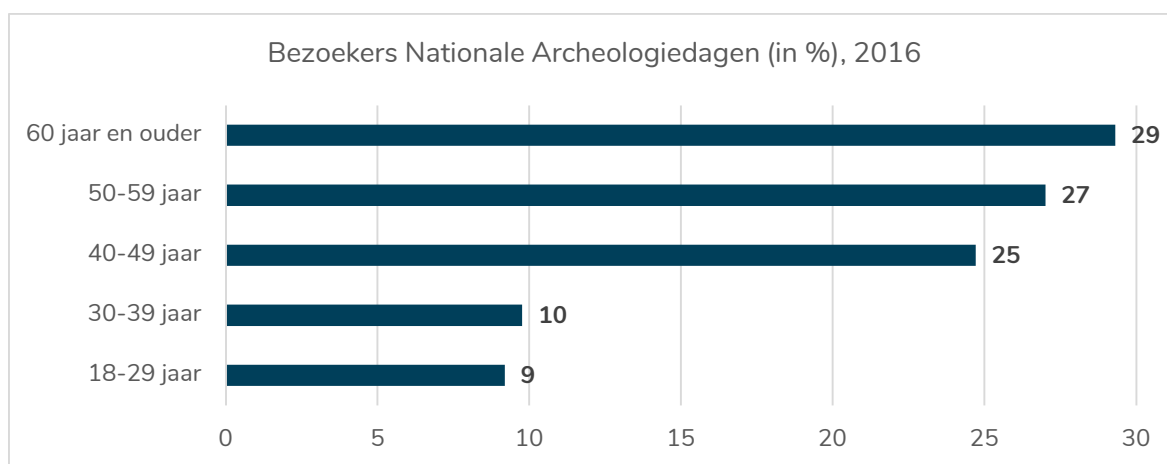
Volwassenen en ouderen nemen in 2019 ongeveer driekwart van het fysieke bezoek aan musea met een archeologische presentatie voor hun rekening (Figuur 3.7). Vooral ouderen zijn oververtegenwoordigd in het publiek van musea met een archeologische presentatie; hun aandeel in het bezoek bedraagt circa 30%, maar hun aandeel in de Nederlandse bevolking is slechts 9%. Per inwoner worden in 2019 gemiddeld 0,15 bezoeken aan musea met een archeologische presentatie gebracht. Dat betekent dat ruwweg 7% van de Nederlandse bevolking deze musea in 2019 heeft bezocht.

### 3.3.3 Omvang en aard van het bezoek aan de Nationale Archeologiedagen

#### Bezoek aan Nationale Archeologiedagen bijna verdubbeld

De Nationale Archeologiedagen, die in 2015 zijn opgericht, dragen eveneens bij aan de belangstelling voor (lokale of regionale) archeologie. Het doel is om de Nederlandse archeologie toegankelijker te maken voor iedereen (zie ook paragraaf 4.2.1). Sinds 2015 is het bezoek aan de Nationale Archeologiedagen toegenomen van 21.000 naar bijna 40.000 in 2019. In 2019 omvatten de Nationale Archeologiedagen ruim 350 activiteiten gespreid over het hele land. Weijland, Boom & Van den Dries (2017) hebben in 2015 en 2016 onderzoek gedaan naar het publieksbereik van de Nationale Archeologiedagen. We richten ons op de resultaten voor 2016.

De Nationale Archeologiedagen worden in het algemeen bezocht door een ouder publiek (Figuur 3.8). Meer dan de helft van de geënquêteerde bezoekers vanaf 18 jaar blijkt in 2016 te bestaan uit mensen van 50 jaar en ouder. Ruim 60% van het bezoek blijkt een universitaire of hbo-opleiding te hebben afgerond. De Nationale Archeologiedagen lijken iets meer mannen dan vrouwen te trekken, maar onduidelijk is of er sprake is van een statistisch significant verschil. De oververtegenwoordiging van ouderen, hoger opgeleiden en in iets mindere mate van mannen spooft met het in Tabel 3.4 geschetste beeld van het bezoek aan archeologische musea en objecten.



Figuur 3.8 Samenstelling van de bezoekers aan de Nationale Archeologiedagen naar leeftijd (in %), 2016

Bron: Weijland, Boom en Van den Dries (2017, SiRM-bewerking)

Vanzelfsprekend is de meerderheid van de bezoekers van de Archeologiedagen (heel) sterk geïnteresseerd in archeologie en zegt zij vaker archeologische activiteiten te bezoeken. De bezoekers blijken vooral naar de Archeologiedagen te komen met de volgende motieven:

- nieuwe dingen te leren;
- archeologie wordt tot leven gebracht;
- het is een leuk uitstapje;
- het is geschikt voor kinderen.

### 3.4 Conclusies

Het hoofdstuk geeft een beeld van de beleden en daadwerkelijk getoonde belangstelling voor archeologie. De gepresenteerde cijfers zijn nog niet in alle opzichten volledig of perfect. Ze berusten bijvoorbeeld in het geval van het NEARCH-project en bij het publieksonderzoek van Nationale Archeologiedagen op kleine steekproeven. Dat is kwetsbaar bij activiteiten waaraan maar een klein deel van de bevolking deelneemt of kennis van heeft. Het betekent ook dat een gedegen statistische toetsing noodzakelijk is om te bezien of de geconstateerde verschillen tussen bevolkingsgroepen significant zijn. Die blijft echter vaak achterwege.

De hier gepresenteerde cijfers zijn echter voldoende voor een eerste schets van het publieksbereik. Dat neemt niet weg dat bijvoorbeeld over het publieksbereik van archeologie onder mensen met een migratieachtergrond slechts beperkt aanwezig zijn. Dit vergt immers een relatief grote steekproef.

Het hoofdstuk leidt tot de volgende conclusies:

- De beleden belangstelling voor archeologie in enquêtes en daarmee het potentiële publieksbereik is groot. Het potentiële publieksbereik is beduidend groter dan de in de praktijk getoonde belangstelling voor archeologie, zoals die tot uiting komt in het bezoek aan archeologische activiteiten.
- Voor inzicht in de achtergronden van de discrepantie tussen het potentiële publieksbereik en het gerealiseerde publieksbereik is onderzoek op microniveau nodig.
- De Nederlandse bevolking lijkt positief te staan tegenover archeologie en is daarin geïnteresseerd, maar minder dan de bevolking van andere EU-landen.
- Nederlanders worden vooral over archeologie geïnformeerd door de geschreven media, zowel op nationaal als op lokaal niveau, en veel meer dan in andere EU-landen.
- Het bezoek aan archeologische musea, depots en activiteiten stijgt onder invloed van de toegenomen aandacht voor het publiek, maar vormt nog geen goede afspiegeling van de Nederlandse bevolking. Daarnaast is de omvang van het publieksbereik nog relatief beperkt.
- Hoger opgeleiden en mensen met een relatief hoog inkomen zijn in het bezoek aan archeologische activiteiten oververtegenwoordigd. Daar staat tegenover dat de overige bevolkingsgroepen, zoals mensen met een lagere opleiding, een lager inkomen en een niet-westerse migratieachtergrond nog onvoldoende worden bereikt.
- Door een andere vraagstelling in de VrijeTijdsOmnibus vergeleken met de eerdere onderzoeken bestaat onvoldoende inzicht in veranderingen in de samenstelling van het publiek van archeologische activiteiten en kunnen geen trends worden geschetst. Bovendien

worden archeologische musea niet langer als afzonderlijke categorie onderscheiden maar zijn zij samengevoegd met de musea voor geschiedenis.

- Onderzoek naar de belangstelling voor archeologie op lokaal niveau is noodzakelijk om de huidige, beperkte kennis over het publieksbereik van lokale archeologie te vergroten. Juist op lokaal niveau is de belangstelling voor archeologie aanwezig (zie hoofdstuk 4).

## 4 Publieksbereik in de praktijk

### 4.1 Inleiding

De presentatie van archeologie voor het publiek stond in Nederland lang in de kinderschoenen, maar inmiddels worden grote stappen gezet. Behalve archeologische musea houden nog weinig archeologische partijen zich voortvarend bezig met publieksbereik. De archeologische sector is klein maar onderverdeeld in een wetenschappelijke en een commerciële discipline, en een actief netwerk van amateurs en vrijwilligers. De sector is vooral gericht op degenen die al actief zijn in de sector en is minder naar buiten gericht. Publieksbereik is nog geen kernactiviteit voor archeologen. Voordat we de huidige werkwijzen inventariseren volgt een korte toelichting op de ontwikkeling en het belang van publieksbereik in de praktijk.

In dit hoofdstuk onderzoeken we het proces waarmee de archeologische sector in de praktijk haar publiek bereikt. Hoe zien de huidige werkwijzen eruit? Waar schieten die werkwijzen tekort en waar liggen mogelijkheden voor verbetering? Paragraaf 4.2 start met een inventarisatie van de huidige werkwijzen. Daarna gaat paragraaf **Error! Reference source not found.** in de op de doelgroepen van de archeologische activiteiten en de relatieve ondervertegenwoordiging van bepaalde doelgroepen. Ten slotte vat paragraaf 4.4 de belangrijkste conclusies van het hoofdstuk samen. Door het hoofdstuk heen illustreren we per onderdeel enkele projecten in blauwe kaders.

#### Toegenomen aandacht voor het publieksbereik

Na de Tweede Wereldoorlog nam publieke interesse in (archeologisch) erfgoed toe. Rond dezelfde tijd wordt het *recht op cultureel erfgoed* opgenomen in enkele internationale verdragen.<sup>11</sup> Samengevat omvat erfgoed dat wat we als samenleving willen bewaren en doorgeven; iedere Nederlander heeft het recht om dit erfgoed te bezoeken en ervaren. Het Verdrag van Faro gaat hier nog een stap verder in<sup>12</sup>. Door zich te verhouden tot het erfgoed, kent het publiek erfgoed waarde toe: het erfgoed kan 'enkel bestaan als het aandacht krijgt, gebruikt en beleefd wordt' (Danniau, Reniere, & Trachet, 2020, p. 19). De toegenomen interesse in erfgoed heeft ook bijgedragen aan de agendering van publieksactiviteiten in de archeologie. De aandacht voor het publiek neemt toe onder archeologisch professionals. De presentatie van archeologie aan het publiek is niet langer alleen weggelegd voor musea; ook gemeenten en hun respectievelijke depots breiden hun publieksactiviteiten uit.

### 4.2 Inventarisatie huidige werkwijzen

In deze paragraaf inventariseren we de huidige werkwijzen die de archeologische sector gebruiken om archeologie zichtbaar te maken bij een breed publiek.

---

<sup>11</sup> Zie: Universele Verklaring van de Rechten van de Mens (1948), art. 27.1 en Internationaal Verdrag inzake Economische, Sociale en Culturele Rechten (1966), art. 15.1.

<sup>12</sup> Het Verdrag van Faro benadrukt de actieve rol van de erfgoedgemeenschap en ziet erfgoed (onder meer) als middel om maatschappelijke doelen te bereiken.

#### 4.2.1 Tentoonstellingen en open dagen

Tentoonstellingen, exposities en georganiseerde open dagen over archeologie gaan uit van het principe dat er tijdelijk of permanent een archeologische collectie wordt getoond aan publiek. Dit is de meest traditionele wijze om publiek te bereiken.

##### **Vaste collectie, exposities en tijdelijke tentoonstellingen**

Een beperkt aantal instellingen richt zich exclusief op archeologisch erfgoed. De drie bekendste bij het grote publiek zijn het Rijksmuseum van Oudheden, het Allard Pierson museum en het Archeon. Deze musea beschikken over een vaste collectie archeologisch erfgoed die permanent te bezoeken is.

Naast de presentatie van de vaste collectie, organiseren musea regelmatig tijdelijke tentoonstellingen. Dergelijke tentoonstellingen richten zich op een specifiek onderwerp of bijvoorbeeld op lokale opgravingen. Tijdelijke tentoonstellingen kunnen – door specifieke thema's te behandelen – nieuwe doelgroepen aanspreken die met de vaste presentatie minder goed worden bereikt. In totaal organiseren de in paragraaf 3.3 geanalyseerde 31 musea met een archeologische presentatie 241 tijdelijke tentoonstellingen in 2019.

##### **Casusvoorbeeld: 'Romeinen langs de Rijn' (Rijksmuseum van Oudheden)**

Een voorbeeld van een tijdelijke tentoonstelling is 'Romeinen langs de Rijn' in het RMO. Deze tentoonstelling is specifiek gericht op het bereiken van gezinnen met jonge kinderen. Dit doet het RMO door met de tentoonstelling een thema aan te kaarten dat bij verschillende leeftijdsgroepen tot de verbeelding spreekt. Daarnaast bevat de tentoonstelling verschillende interactieve elementen voor kinderen, en wordt een doe-boekje aangeboden voor het gehele gezin. (Romeinen langs de Rijn, sd).

##### **Expositie in de openbare ruimte**

Behalve de presentatie van archeologisch erfgoed in museale instellingen, worden er ook steeds vaker exposities georganiseerd in de openbare ruimte. Deze vinden plaats op plekken die vrij toegankelijk zijn en bereiken een ander publiek. Deze exposities werken drempelverlagend, omdat iedereen die zich in die openbare ruimte bevindt, in potentie kan worden bereikt. Ook zijn ze relatief snel te bezoeken en brengt het bezoek geen kosten met zich mee. Vaak zijn gemeenten initiatiefnemer van dergelijke exposities.

### Casusvoorbeeld: 'Below the Surface'

Een goed voorbeeld van een expositie in de openbare ruimte is 'Below the Surface': een project van gemeente Amsterdam waarbij de 700.000 objecten die zijn gevonden tijdens de opgravingen van de Noord-Zuidlijn (metrolijn) worden ontsloten. Een deel hiervan gebeurt in vitrines langs de roltrappen van metrostation Rokin, waar circa 9.500 archeologische vondsten zijn te bezichtigen. (De Rokin Vitrines, sd)

### Open dagen

Verschillende organisaties organiseren 'open dagen' waar ze archeologisch erfgoed zichtbaar maken dat normaal niet zichtbaar is voor publiek. Dit gebeurt zowel op nationaal niveau, door organisaties als Stichting Nationale Archeologiedagen (zie ook het kader hieronder) en Open Monumentendag, als op regionaal niveau. Nationale open dagen zijn vaak evenementen met gerichte marketing en nevenprogrammering, om zo een breder publiek te bereiken. Regionale open dagen worden vaak georganiseerd door gemeenten, die bewoners een kijkje willen geven bij lokale opgravingen. Dit gebeurde bijvoorbeeld in Vleuten bij de opgraving van het schip 'Vleuten 3' uit de vroege middeleeuwen in het Máximapark.<sup>13</sup> Open dagen hebben (ondanks hun tijdelijkheid) de potentie om een bepaalde archeologische interesse op te wekken en kunnen op lange termijn bijdragen aan frequenter bezoek van archeologisch erfgoed en breder archeologisch draagvlak.

### Casusvoorbeeld: Stichting Nationale Archeologiedagen

Stichting Nationale Archeologiedagen is een aansprekend voorbeeld van een organisatie die open dagen organiseert. De stichting organiseert jaarlijks de Nationale Archeologiedagen, met als doel een groot publiek te betrekken bij archeologie. De stichting werkt samen met provincies om zoveel mogelijk organisaties binnen de provincie die een relatie hebben met archeologie, hun deuren te laten openen voor publiek. Het betreft zowel locaties die normaal zijn gesloten voor publiek als instellingen die altijd te bezoeken zijn. De stichting stimuleert de betrokken organisaties om een laagdrempelige programmering aan te bieden.

<sup>13</sup> Zie: <https://utrecht.nieuws.nl/geschiedenis/71242/opgraving-middeleeuws-schip-vleuten-3-eenmalig-te-bezoeken/>

#### 4.2.2 (Online) educatieprojecten

Sommige gemeenten, musea en depots zien archeologie (ook) als een educatief middel, meestal gericht op schoolgaande jeugd<sup>14</sup>. Zij zetten (online) educatieprojecten op rond onderzoeken of vondsten. Niet zelden zoeken ze hierbij samenwerking met andere partijen; denk aan scholen en musea, bibliotheken, maar ook natuurorganisaties.

De meerwaarde van praktische educatieprojecten ligt in het 'doe-karakter' van de activiteiten<sup>15</sup>. Kinderen mogen objecten aanraken, vasthouden en gebruiken. Regelmatig wordt de link gelegd tussen het archeologisch verleden en het heden door eeuwige thema's als eten of mode op een (inter)actieve manier aan te bieden. Bovendien wordt in deze projecten een relatie gelegd met de lokale en regionale omgeving. De gedachte hierachter is dat dit helpt om kinderen meer binding te doen ervaren met hun omgeving en onder meer bijdraagt aan de ontwikkeling van hun identiteit. Deze projecten worden zowel online als offline aangeboden.

Online educatieprojecten over archeologie zijn een relatief nieuwe ontwikkeling die vooral op beperkte schaal plaatsvindt. Bij offline educatieprojecten zijn grofweg twee vormen zichtbaar. De eerste vorm is de meer 'klassieke' vorm waarbij de doelgroep naar een plek komt, bijvoorbeeld een museum, en daar in aanraking komt met archeologie. Een voorbeeld daarvan is Huis van Hilde in Castricum, dat zowel scholen als (gezinnen met) kinderen als primaire doelgroepen ziet en past haar programma's en thema's daar op aan. Een ander voorbeeld is het Archeon, dat lesprogramma's heeft ontwikkeld voor basisscholen als voortgezet onderwijs. De tweede vorm bestaat uit een voorzichtige nieuwe trend waarbij niet de doelgroep naar de archeologie komt, maar andersom: de archeologie komt naar de doelgroep. Archeologie hoeft niet langer beleefd te worden in een museum of een andere centrale 'archeologieplek'. Dit verlaagt de drempel voor het publiek om ermee in aanraking te komen. Een voorbeeld waarin archeologie juist naar de doelgroep toe komt is het gemeentelijk depot in Den Haag, dat actief onderwijsprogramma's – inclusief archeologische objecten – aanbiedt op scholen.

#### Casusvoorbeeld: gemeente Den Haag en schooleducatie op locatie

De afdeling Archeologie van gemeente Den Haag werkt mee in verschillende onderwijsprogramma's van scholen in de stad. De afdeling Archeologie ontvangt wekelijks<sup>16</sup> basisscholen. In de lessen op locatie wordt gewerkt met Haagse archeologische objecten die de kinderen mogen aanraken en vasthouden. Samen met begeleiders mogen de kinderen op locatie zelf opgravingen uitvoeren en in gesprek gaan met archeologen. Op deze manier komen kinderen spelenderwijs in aanraking met archeologie.

<sup>14</sup> Basisonderwijs en (vaak de onderbouw van) middelbaar onderwijs

<sup>15</sup> Dit blijkt niet alleen uit gesprekken met respondenten, maar ook uit het Jongerenonderzoek dat is uitgevoerd door Stichting Nationale Archeologiedagen. Zie onder meer <https://www.archeologieleeft.nl/jongerenonderzoek/>.

<sup>16</sup> Situatie in 'normale' omstandigheden zonder coronamaatregelen

### 4.2.3 Communicatie en marketing

Naast de fysieke en/of online exposities, en (educatieve) projecten speelt ook communicatie en marketing een belangrijke rol in het bereiken van archeologiepubliek. Archeologie is zichtbaar in zowel traditionele media (print, radio en televisie) als op internet en sociale media (websites, YouTube, Facebook, podcasts, et cetera). Afhankelijk van het specifieke kanaal en de uitingsvorm kennen deze communicatievormen elk hun eigen specifieke doelgroep. Zoals reeds beschreven in hoofdstuk 3 ligt het percentage jongeren dat archeologie via sociale media weet te bereiken in Nederland hoger dan het Europees gemiddelde. Traditionele, geschreven media weten het huidige publiek echter vooralsnog het meest te informeren.

#### Traditionele media

Traditionele landelijke media besteden structureel weinig aandacht aan archeologie. Daarentegen worden sommige archeologische ontdekkingen of vondsten vrijwel gegarandeerd breed uitgemeten in diezelfde media. Denk dan aan grootse, spectaculaire vondsten of ontdekkingen die (wereldwijd) tot de verbeelding spreken en bij tijd en wijle worden opgeblazen tot 'vloek van de Farao-verhalen' (De Volkskrant, 2020). Die sensatieverhalen hebben echter weinig raakvlak met de alledaagse archeologische praktijk, worden vaak geplaatst in een wetenschappelijk kader en dragen weinig bij aan duurzame betrokkenheid van het publiek bij archeologie.

Lokale media brengen relatief gezien vaker nieuws over lokale of regionale archeologie. Dit blijkt onder meer uit televisieprogramma's over archeologie die vertellen over het erfgoed in de regio en die structureel worden uitgezonden op regionale omroepen, zoals De Vondst (Limburg TV) en Achter de Scherven (Omroep West).

Musea, gemeenten en andere partijen in de Nederlandse archeologiesector creëren ook hun eigen campagnes door zelf tijdschriften of (reclame)campagnes te organiseren.

#### Archeologietijdschriften: drie voorbeelden

Er wordt een aantal tijdschriften over archeologie uitgegeven, met elk een andere inhoud en doelgroep. Om een beeld te krijgen van deze verschillende inhoud en doelgroepen, kijken we naar drie uiteenlopende archeologietijdschriften.

##### 1. SCHATRIJK

De provincie Noord-Holland heeft opdracht gegeven tot het maken van een 'archeoglossy' genaamd SCHATRIJK. Dit wordt uitgegeven in samenwerking met het provinciaal Steunpunt Monumenten. Het doel is een verbreding van het publiek. De 'glossy' is strak (en visueel) vormgegeven, komt circa twee keer per jaar uit en is digitaal in te zien en te koop op diverse erfgoedlocaties. Het tijdschrift zet aan 'te inspireren' om archeologie te gebruiken in educatieve projecten, kunstwerken, bouwprojecten of gebiedsplannen. Het richt zich doelbewust op een breed publiek dat het op verschillende manieren in aanraking wil brengen met archeologie. Dit



doet het door de archeologie in Noord-Holland te belichten en zich in iedere uitgave op één of twee archeologiegebieden te richten.

## 2. Archeologie in Nederland

Een ander archeologisch tijdschrift is *Archeologie in Nederland*, uitgegeven door AWN Vereniging van Vrijwilligers in de Archeologie. Het is de opvolger van *Westerheem* en *Archeobrief* en bestaat sinds 2017. Het blad wordt voor AWN-leden aangevuld met het *AWN-Magazine*.

Het tijdschrift vertrekt vanuit de inhoud, leest technisch en is rijk aan tekst, en komt vijf keer per jaar uit. Daarmee bedient het haar achterban en de bestaande doelgroep van geïnteresseerden in de Nederlandse archeologie.

## 3. Archeologie Magazine

*Archeologie Magazine* bestaat ruim twintig jaar en beschrijft zowel binnen- als buitenlandse archeologie. Net als *SCHATRIJK* concentreert ook dit tijdschrift zich op een brede doelgroep van geïnteresseerden en focust het minder op de technische kant van archeologie. *Archeologie Magazine* biedt aan om erfgoedprofessionals te ondersteunen in communicatietrajecten om publiek te bereiken. Het tijdschrift wordt uitgegeven door Virtùmedia, heeft een oplage van 7.500<sup>17</sup> en verschijnt zes maal per jaar.

### Internet: social media en websites

Archeologisch professionals en musea ontdekken het bereik van sociale media, waar ze zowel relatief veel controle hebben over de inhoud van de boodschap als over het kunnen bereiken van de beoogde doelgroep (op basis van demografische gegevens). Archeologische partijen gebruiken sociale media om doelgroepgericht marketingcampagnes op te zetten. Ook hebben zij hun eigen online profielen waarop ze berichten, foto's en nieuws delen. Online media zijn vaak toegankelijker dan printmedia zoals kranten: daar wordt vaak gepubliceerd vanuit wetenschappelijk kader, terwijl er online juist meer laagdrempelige informatie, gericht op een breed publiek, te vinden is.

Online, bijvoorbeeld op sociale media, kan verslag worden gelegd van de voortgang van archeologisch onderzoek. In Vlaanderen onderhoudt “de helft van de Vlaamse archeologische bedrijven een actieve facebookpagina met maandelijks tot wekelijks berichten en foto's over in de eerste plaats de eigen werven en vondsten” (Danniau, Reniere, & Trachet, 2020, p. 132).

---

<sup>17</sup> De exacte oplagen van *SCHATRIJK* en *Archeologie in Nederland* zijn niet bekend.

### **De Archeologievlogs van Windplanblauw**

In Nederland is social media verslaggeving van archeologisch onderzoek minder gebruikelijk. Het is wel te vinden, bijvoorbeeld op het YouTube kanaal<sup>18</sup> van Windplanblauw, een ontwikkelingsproject van windmolens bij Swifterbant. Er worden video's geplaatst van de archeologische opgravingen die met de bouw gepaard gaan. De archeologen ter plaatse vloggen over hun werkzaamheden en het publiek krijgt een digitaal kijkje bij archeologisch onderzoek.

Online media worden ook gebruikt als platform of verzamelplek voor nieuws, ontwikkelingen, zichtbaarheid en activiteiten. Verzamelwebsites kunnen als heldere online verzamelplekken bijdragen aan een betere zichtbaarheid van activiteiten voor het publiek en voorkomen "diep graven in onoverzichtelijke websites met elk een eigen logica ten aanzien van de burger" (Danniau, Reniere, & Trachet, 2020, p. 20).

### **Archeologieplatform Archeologieleeft.nl**

Archeologieleeft.nl is een en platform van en voor de archeologische wereld, opgezet vanuit de Stichting Nationale Archeologiedagen. Het platform heeft als doel om de maatschappelijke positie van archeologie te verstevigen, en beter zichtbaar te maken voor een breder publiek. Dit doen ze door op het platform nationale en internationale voorbeelden van inspirerende publieksactiviteiten ('archeosuccessen') te delen, evenals laagdrempelige interviews en artikelen. Op deze manier beoogt Archeologieleeft.nl om haar publiek te inspireren, en over de grenzen van het eigen vakgebied te laten kijken.

### **Erfgoedstem.nl**

Deze website richt zich op professionals en geïnteresseerden binnen de gehele erfgoedsector, waaronder Nederlandse archeologie. De website houdt het nieuws bij, een erfgoedagenda en erfgoedvacatures. Jaarlijks ontvangt de website 250.000 bezoekers; de nieuwsbrief heeft 10.000 abonnees. De website wordt financieel ondersteund door stichtingen, die op hun beurt subsidies ontvangen en worden gesponsord.

<sup>18</sup> Zie: [https://www.youtube.com/channel/UCToGzy23pt4U7X\\_WDHlso5A](https://www.youtube.com/channel/UCToGzy23pt4U7X_WDHlso5A)

### **Archeologieopdekaart.nl**

De website is een initiatief van het Rijksmuseum van Oudheden (RMO) en de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (RCE), en presenteert de belangrijkste archeologische vondsten van Nederland. De website presenteert tien 'topstukken' per tijdvak op een kaart. De bezoeker kan deze aanklikken voor meer informatie en foto's. De website geeft ook (openlucht)musea met archeologische collecties weer. Ook heeft de website een verklarende woordenlijst om de bezoeker te helpen met jargon. De website is specifiek gericht op leerdoelstellingen van kinderen tussen 10 en 14 jaar.

#### **4.2.4 Nieuwe technologie**

De aandacht groeit voor experimenten waarbij archeologie wordt verbonden met technologische ontwikkelingen. Technologie wordt ingezet om praktische hindernissen in de ontsluiting van archeologisch erfgoed te ondervangen. Het CODA museum in Apeldoorn nam bijvoorbeeld een hologramvitrine op in hun tentoonstelling 'Geheimen uit Gelderse bodem', om op deze manier objecten te presenteren die niet in situ in het museum bewaard worden (Geheimen uit Gelderse Bodem, sd).

#### **Virtual reality**

Nieuwe technologie wordt meestal ingezet om aan te sluiten bij de belevingswereld van jongeren, bijvoorbeeld via virtual reality. (Digitale) interactie met erfgoed werkt prikkelend en de achterliggende gedachte is dat het een positieve ervaring en associatie met erfgoed stimuleert.

### **Virtual reality in de archeologie**

#### *Museon: 'Ötzi in Virtual Reality'*

De afdeling archeologie van de Gemeente Den Haag is al langer bezig om archeologische gegevens via virtual reality (VR) tastbaar te maken voor een groter publiek. Het nieuwe VR-project is gebaseerd op het onderzoek rondom Ötzi en de gelijktijdige Haagse opgraving bij de Wateringse Binnentuinen. In de tentoonstelling kan de bezoeker met een VR bril 5 min rondlopen in de tijd van Ötzi en zijn Haagse tijdgenoten, om zo te 'proeven' hoe het toen geweest moet zijn. (Museon, sd).

### Groninger Instituut voor archeologie: 'Dig it all'

Ook Het Groninger Instituut voor Archeologie maakte gebruik van VR in de tentoonstelling 'Dig it all'. Het publiek ervaart hoe het is om zelf bij een archeologische opgraving te zijn. De bezoeker stapt middels een VR-bril op afstand graftombes uit het Oude Italië en Griekenland binnen. (Dig it all. Archeology of the future, sd)

### Archeologie op afstand

Technologische ontwikkelingen maken het mogelijk om archeologie op afstand te ervaren, bijvoorbeeld online. Een voorbeeld hiervan is het door het RMO en RCE ontwikkelde 'Archeologie op de Kaart', een interactieve website ontwikkeld voor leerlingen en docenten van de bovenbouw van het primair onderwijs. De interactieve website stimuleert kinderen om zelf op onderzoek te gaan, en met digitale kaarten kennis te maken met de Nederlandse archeologie.<sup>19</sup>

### Kritische noot bij nieuwe technologie

Technologische ontwikkelingen brengen nieuwe mogelijkheden om archeologie te ontsluiten, maar zijn geen 'silver bullet'. Zo stelt een gesprekspartner vanuit Stichting Archeologie & Publiek:

*"Je hebt nu een beweging die ik het 'verhippen van de archeologie' noem, denk aan de ontwikkeling van escape rooms, archeologie games en hologrammen. Ik herken hierin niet direct een breder publiek. Daarbij komt: is zulk bereik duurzaam? Het is namelijk een vluchtige ervaring."*

Er is nog weinig tot geen onderzoek verricht naar de behoeften van de jongere doelgroep en het is evenmin bekend of de ontwikkeling daadwerkelijk een duurzaam effect heeft op de verbreding van het publiek. Sommige (technologische) ontwikkelingen worden weinig gebruikt, of alleen door de bekende doelgroep (mannelijke, hoger opgeleide senioren).

### 4.2.5 Koppelen met andere lokaliteiten

Door het archeologisch aanbod te koppelen aan andere, reeds bestaande plekken, proberen erfgoedprofessionals het publieksbereik te verbreden.<sup>20</sup> Een gesprekspartner van Archeon refereert naar dergelijke archeologie als een 'prachtige bijzaak':

*"Samenwerkingen zijn heel belangrijk; kennis van archeologie bij het brede publiek is behoorlijk summier. Fietstochten zijn populair omdat fietsen leuk is en archeologie is dan een prachtige en kwalitatieve bijzaak."*

<sup>19</sup> Zie: <https://www.archeologieopdekaart.nl/>

<sup>20</sup> Zie ook: Huysmans & De Haan (2007), p.74. Hier is te zien hoe museumbezoek (ook archeologisch) plaatsvindt in combinatie met andere activiteiten.

Ondanks dat de archeologie niet de belangrijkste stimulans is, maakt het vormgeven van ontsluiting op deze manier wel dat het publiek kennismaakt met archeologisch erfgoed. Het is een vorm van het publiekelijk toegankelijk maken van *in situ* archeologie.

### Casusvoorbeeld 1: Romeinse Limesroute

De Limes-route is een wandel-/fietsroute langs de oude grens van het Romeinse rijk. De belangrijkste activiteit is recreëren en toerisme; archeologie komt op de tweede plek. Door bewegwijzering en door op vaste locaties op de route (o.a.) informatiepunten in te richten bereikt archeologisch erfgoed een diverse doelgroep van mensen.

### Casusvoorbeeld 2: Hunebed informatiecentrum in Borger

Het Hunebed informatiecentrum in Borger koppelt het verhaal van de hunebedden en andere archeologische monumenten aan het Hondsrug UNESCO Global Geopark. In het informatiecentrum wordt het publiek verschillende wandelroutes en fietsroutes aangeboden die tegelijkertijd iets vertellen de archeologie het van het gebied.

#### 4.2.6 Bereik door participatie

Erfgoedprofessionals zetten vaker in op actieve interactie met archeologie of het onderzoek. Publieksbereik is een (neven)effect van deze erfgoedparticipatie: het 'mee mogen doen' heeft een bepaalde aantrekkingskracht en spreekt een breder publiek aan dan wanneer het publiek uitsluitend toeschouwer is. Het publiek heeft het gevoel om een bijdrage te leveren aan het verhaal van het erfgoed. In een interview benadrukt een deskundige dat:

*“(...) publiek zich door interactie met archeologische objecten verhoudt tot archeologie. Archeologische vondsten verkrijgen op deze manier hun waarde. Die waarde is namelijk niet intrinsiek, maar wordt toegekend door publiek. Een object alleen is niet van waarde.”*

### Erfgoed Gezocht – Citizens Science bij de Grafheuvels in Ermelo

De archeologen van de Universiteit Leiden en Erfgoed Gelderland besloten het publiek om hulp te vragen toen een nieuwe techniek (LiDAR) de hoogte van Nederland gedetailleerd in kaart kon brengen. In het project, gesubsidieerd door de provincie Gelderland, helpen vrijwilligers mee bij het speuren naar archeologische sporen, zoals grafheuvels (2800 v.Chr.-200 na Chr.), Celtic fields of raatakkers (1000 v.Chr.-200 na Chr.) en houtskoolmeilers (vanaf 1200 AD). Dat kon allemaal

online. Het project was een groot succes. De resultaten zijn niet alleen opgenomen in het archeologische onderzoek, maar ook in een studie naar kunstmatige intelligentie en het automatisch herkennen van specifieke soorten archeologische structuren door de computer.<sup>21</sup>

### **Buurtarcheologie in een nieuwbouwwijk in Oss**

Een voorbeeld van waar publieksbereik en publieksparticipatie elkaar raken is het buurtarcheologie-project dat de gemeente Oss startte in 2013 en 2014. Bij aanbouw van een nieuwbouwwijk werd gebruik gemaakt van de educatieve waarde van archeologie. De gemeente organiseerde in samenwerking met Universiteit Leiden twee 'meegraafdagen'. Op het terrein van de nieuw te bouwen woonwijk De Horzak werden toekomstige buurtbewoners uitgenodigd om mee te helpen met de archeologische opgravingen die aan de nieuwbouw vooraf gingen. Dertig nieuwe bewoners hielpen hier aan mee. Zij werden als nieuw publiek bereikt en naast het leerzame karakter ervan, droeg de deelname bij aan besef van het gedeelde lokale verleden, en daarmee aan de toekomstige sociale cohesie. (Boom & van den Dries, 2016)

### **De Grote Archeologieprijs**

De Grote Archeologieprijs is een initiatief van Stichting Archeologie & Publiek. De prijs wordt tweejaarlijks uitgereikt en is onderdeel van de Maand van de Geschiedenis. Door het belonen van inspirerende archeologieprojecten wil de stichting archeologie en publiek dichter bij elkaar brengen en het publiek 'bekend maken met de aansprekende voorbeelden van publiekprojecten die het verleden tot leven wekken'<sup>22</sup>. Projecten kunnen door iedereen worden ingediend en de prijswinnaar wordt door het publiek gekozen.

## **4.3 Publiekspotentieel en belemmeringen**

Er is in de praktijk een groot potentieel aan archeologiegeïnteresseerden, maar deze worden onvoldoende bereikt (Danniau, Reniere, & Trachet, 2020, p. 24) (zie ook paragraaf 3.2). In de praktijk worden vooral twee doelgroepen bediend:

- Een hoger opgeleid en vaak ouder en mannelijk publiek (zie paragraaf 3.3).<sup>23</sup>
- Schoolkinderen (tot en met 12 jaar) en hun ouders, in gezinsverband en op school.

<sup>21</sup> Zie: <https://www.archeologieleeft.nl/archeosuccessen/erfgoed-gezocht/>

<sup>22</sup> Zie ook: <https://www.archeologieleeft.nl/de-grote-archeologieprijs/>

<sup>23</sup> Respondenten noemen in interviews dat zij zien dat er over de afgelopen jaren ook meer vrouwen uit dezelfde doelgroep belangstelling tonen.

In de volgende subparagraaf verkennen we de factoren die een breder publieksbereik in de weg staan.

#### 4.3.1 Belemmeringen

Er bestaan verschillende drempels voor een breed publieksbereik.<sup>24</sup> Het betreft onder meer de mate waarin archeologie zichtbaar, toegankelijk of aansprekend is voor het publiek. We vatten deze belemmeringen als volgt samen:

- aanbod spreekt onvoldoende aan;
- kennisdrempel;
- afstand en bereikbaarheid;
- financiële drempel.

Het is niet één factor die het bereik bepaalt, maar de combinatie van factoren die een te hoge drempel opwerpt voor een deel van het publiek.

##### **Aanbod spreekt onvoldoende aan**

Om een archeologische activiteit te gaan bezoeken, moet het aanbod aansluiten bij de interesses, wensen en behoeften van het publiek en moet het publiek weten dat het aanbod bestaat.

Het archeologisch aanbod is van oudsher weinig gedifferentieerd en richt zich op de doelgroep die al betrokken is. Dat uit zich in de behandelde thema's, de wijze waarop die worden benaderd en manier van communicatie. Het aanbod en de communicatie sluit vooral aan bij wat het bestaande publiek interessant vindt, en onvoldoende bij de belevingswereld van een breder en ander publiek. Die groep weet daardoor niet wat archeologie inhoudt, wat er 'te halen valt', en voelt zich niet aangesproken of uitgenodigd om deel te nemen.

##### **Kennisdrempel**

Archeologie profileert zich als een inhoudelijk en wetenschappelijk vakgebied met focus op kleine details. Dat zien we ook terug in mening van het publiek over archeologie (paragraaf 3.2). Er bestaat een spanningsveld tussen kennis en publiek. Archeologen slagen er onvoldoende in om de archeologie te vertalen van 'het wetenschappelijke' naar de taal van een breed publiek.<sup>25</sup> Het vertrekpunt is vaak vanuit de wetenschap en de onderzoeksresultaten, en niet zo zeer vanuit "de wil en openheid om 'publiek' in meer of mindere mate te betrekken in archeologie (...) of vanuit een vraag over de omgang met archeologie vanuit het publiek zelf" (Danniau, Reniere, & Trachet, 2020, p. 129). Een gesprekspartner van Stichting Archeologie & Publiek verwoordt dit als volgt:

---

<sup>24</sup> We kijken naar de groep *potentieel geïnteresseerden*. De groep die überhaupt niet geïnteresseerd is in archeologie en er geen affiniteit mee heeft blijft buiten beschouwing.

<sup>25</sup> Hier staat tegenover dat sommige pogingen om de kennisdrempel te beslechten resulteren in een al te simplistisch of overdreven sensationeel beeld dat geen recht doet aan de archeologische vondsten zelf. Ook dat leidt niet tot een duurzame betrokkenheid tussen publiek en archeologie.

*“Wat wordt gecommuniceerd is bij uitstek ‘talig’. Er wordt veel jargon gebruikt, en dat is niet voor iedereen geschikt. Je moet al beschikken over kennis om het te kunnen begrijpen, te kunnen plaatsen in de tijd.”*

Archeologische vondsten hebben duiding nodig zodat het publiek weet waar het naar kijkt. Dat maakt archeologie ‘talig’. In veel gevallen wordt nu van het publiek verwacht dat zij zich het wetenschappelijke jargon van de archeologie eigen maken.<sup>26</sup> Dit vereist een investering en is een drempel voor het bereiken van een breed publiek.

#### **Afstand, bereikbaarheid en toegankelijkheid**

Archeologie wordt vaak in situ bewaard (‘zit in de grond’) en archeologische musea houden hun exposities binnen de muren. Het publiek moet dus actief op pad om een archeologische opgraving of expositie mee te maken. Ook hier geldt dat vooral de reeds betrokken doelgroep wordt bereikt. Zij hebben al een sterke affiniteit met archeologie; de mate van affiniteit bepaalt mede hoe ver ‘té ver’ is.

Bij archeologische opgravingen komen extra drempels in beeld. Daar waar musea zijn voorzien van voorzieningen voor slechtzienden, slechthorenden en anderen met fysieke beperkingen, is dat bij opgravingen niet altijd het geval. De bereikbaarheid en toegankelijkheid voor sommige groepen een fysieke belemmering: een archeologische site is niet vaak toegankelijk voor mensen met mobiele beperkingen. Ook het weer heeft in de praktijk invloed op de belangstelling.

#### **Financiële drempel**

Kleine(re) gemeenten stellen vaak geen budget beschikbaar voor de ontsluiting van archeologisch erfgoed. Vanuit gemeenten wordt archeologie vaak benaderd als wettelijke verplichting in het ruimtelijk domein. Publiekstoegang (en het culturele aspect) zou door de gemeente aanvullend gefinancierd moeten worden.

#### **4.3.2 Doelgroepen die beperkt worden bereikt**

Het niet-bereikte, maar potentieel geïnteresseerde publiek is relatief groot en daar ligt een kans om een belangrijke uitbreiding van het publiek te realiseren. Kenmerken van doelgroepen die structureel beperkt worden bereikt zijn:

- **Jongeren in de leeftijd van 12 tot 34 jaar**
  - Archeologen zien bij kinderen tot en met 11 jaar interesse in archeologie, waarna de interesse weer verdwijnt. Soms komt die weer terug als zij zelf kinderen hebben die geïnteresseerd zijn in archeologie en ze er opnieuw mee in aanraking komen.

---

<sup>26</sup> Niet alle archeologische wetenschappers zien de noodzaak van publieke betrokkenheid bij een wetenschappelijk proces: “dat hebben wiskundigen toch ook niet?”



- **Mensen met niet-westerse migratieachtergrond**
  - Het publiek voor archeologie bestaat voor het overgrote deel uit Nederlanders zonder migratieachtergrond (zie Tabel 3.5).<sup>27</sup>. Er is voor zover ons bekend geen onderzoek verricht naar de oorzaken van deze ondervertegenwoordiging.
- **Lager opgeleide volwassenen**
  - Opleidingsniveau maakt niet uit voor de interesse van kinderen. Bij volwassenen speelt de genoemde ‘taligheid’ een grotere rol dan bij kinderen, en daardoor speelt ook het opleidingsniveau een grotere rol.

#### 4.3.3 Mogelijkheden om een breder publiek te bereiken

Het aanbod van archeologie moet beter aansluiten op de behoeften, wensen en interesses van het brede publiek. Hiervoor zijn in de praktijk al enkele goede initiatieven gestart, zoals de ArcheoHotspots, die verschillende drempels wegnemen door náár het publiek toe te bewegen, met een laagdrempelig (en vaak interactief) aanbod.

##### ArcheoHotspots

Een ArcheoHotspot is een plek waar het publiek zelf kennis maakt met archeologie. Het is gratis en interactief en het publiek kan bijvoorbeeld helpen met het sorteren van of puzzelen met scherven. De organisatie achter ArcheoHotspots wil archeologische organisaties helpen om (tijdelijke) hotspots op te zetten en organisaties te ondersteunen met diensten, materiaal, marketing, communicatie en een trainingsprogramma.

Het idee achter ArcheoHotspots is om het publiek op een laagdrempelige manier in aanraking te laten komen met archeologie. Door als pop-up te verschijnen op verschillende plekken door het land wordt archeologie bereikbaarder. Doordat er vaak vrijwilligers actief zijn die weten hoe om te gaan met het publiek, wordt archeologie begrijpelijker en toegankelijker. ArcheoHotspots streeft ernaar om het publiek te verbreden en te diversifiëren en kan daarmee een voorbeeld zijn voor toekomstige publieksinitiatieven.

ArcheoHotspots wordt georganiseerd door onder andere het Allard Pierson museum, de AWN Vereniging van Vrijwilligers in de Archeologie, de stichting Nationale Archeologiedagen en verschillende fondsen.

Behalve het aanbod dient ook de communicatie en de aandacht van de sector zich meer naar buiten te richten. Uit praktijkervaring van Huis van Hilde blijkt bijvoorbeeld het succes van verschillende extern gerichte communicatie- en marketingcampagnes.

<sup>27</sup> Zie ook: RCE, (2017) *Erfgoedbalans 2017*, p. 107. Ook wordt in dit rapport de nuance aangegeven dat “ [M]igranten (...) inmiddels zo verschillend [zijn] qua herkomstland, migratiemotief en migratieduur dat ze niet meer onder de overkoepelende termen ‘allochtonen of ‘westers’ en ‘niet-westers’ zijn te vangen (p. 65).

## Huis van Hilde

Huis van Hilde zoekt actief haar publiek op en zoekt nadrukkelijk de aansluiting bij de verschillende doelgroepen. Een aantal voorbeelden:

- Het verdelen van flyers over campings, B&B's, vakantiehuisjes en hotels in Noord-Holland;
- Zelf opzoeken van samenwerking op met receptionisten van campings zodat ook zij het Huis van Hilde kennen en hun gasten erop wijzen;
- In de gaten houden van actualiteiten en daar op tijd bij aansluiten;
- Een actieve marketingstrategie op verschillende sociale media, in bladen, kranten, tijdschriften en websites en met driehoeksborden langs de weg.;
- Aansluiten bij geplande activiteiten in de buurt: bijvoorbeeld door de locatie te zijn voor kaartverkoop bij een foto-expositie in de duinen, of bij het 100-jarig bestaan van Tata Steel.

Huis van Hilde benadrukt dat de communicatiestrategie en het aanbod goed op elkaar moeten aansluiten, bijvoorbeeld door de inzet van goed getrainde vrijwilligers, het vinden van een balans tussen tekst en (interactieve) schermen, maar óók door sommige bordjes op 'kindhoogte' neer te zetten.

Lokale archeologie en archeologisch onderzoek dat plaatsvindt in de publieke ruimte roept interesse op. Op drukke plekken in Vlaanderen wordt daarop ingespeeld door met "werfpanelen basisinformatie over de site en het archeologisch onderzoek te communiceren. De gemeenten, erfgoeddiensten, IOED's<sup>28</sup> en andere lokale erfgoedactoren beseffen de opportuniteit van de zichtbaarheid van de site om contact te leggen met publiek" (Danniau, Reniere, & Trachet, 2020, p. 131). Het is onbekend of dit besef in Nederland op dezelfde manier leeft, en of daar op dezelfde manier op wordt ingespeeld.

Er is een rol weggelegd voor gemeenten om in te gaan op deze behoefte aan lokale archeologie, ofwel wat in er in de buurt in de 'eigen' grond zit of er bij onderzoek uitkomt. Gemeenten richten zich op hun wettelijke taak archeologie (de ruimtelijke opgave), maar zelden op het organiseren van publieksactiviteiten.

---

<sup>28</sup> Intergemeentelijke onroerenderfgoeddienst (Vlaanderen)

### Historische InformatiePunten (HIP)

Een goed voorbeeld van het inzetten van gebundelde kennis om lokale archeologie aan de man te brengen, zijn Historische InformatiePunten (HIP's).

Door verschillende plaatsen in Nederland vinden samenwerkingen plaats tussen gemeentelijke archeologische diensten, musea, gemeentearchieven, monumentenzorg bibliotheken om HIP's op te zetten.

In Den Haag worden er op verschillende locaties in de stad (bijvoorbeeld buurtbibliotheken) plekken ingericht waar de lokale geschiedenis wordt uitgelicht in tentoonstellingen van foto's, oude kranten en boeken. Ook worden er presentaties en lezingen georganiseerd die gaan over de geschiedenis van de wijk<sup>29</sup>, zijn er rondwandelingen met een gids, en historische workshops voor volwassenen en kinderen (zoals 'Schrijven met een ganzenveer' en 'Romeinse hapjes maken').

De HIP's maken archeologie lokaal toegankelijk voor bewoners, zonder dat zij ver hoeven te reizen en het lokale karakter ervan maakt dat het aansluit bij hun belevingswereld.

### Schatten uit de Schilderswijk

In het project Schatten uit de Schilderswijk maken kinderen en wijkbewoners in clubhuis De Mussen Haagse archeologie door onder andere verbindingen te zoeken tussen de verhalen van mensen in Den Haag, toen en nu. De organiserende *Stichting voor de Haagse Jeugd* wil het publiek meegeven dat iedereen onderdeel is van de stad, er thuishoort en er actief iets mee kan doen. Het organiseert hiervoor een cursus Archeologie voor kinderen van 7 t/m 12 jaar, een jeugdvakantieweek Schatten uit de Schilderswijk voor kinderen van 4 t/m 12 jaar, een bezoek aan Archeon, het verzamelen van schatten uit de wijk en bijpassende verhalen, en het samenstellen van een tentoonstelling. In de project werkt De Mussen samen met onder meer de afdeling Archeologie van de gemeente Den Haag en het Haags Historisch Museum.<sup>30</sup>

## 4.4 Conclusies

Het potentieel voor verbreding en vergroting van het publieksbereik van archeologie wordt op dit moment nog niet voldoende benut, hoewel archeologische organisaties grote stappen zetten.

<sup>29</sup> Lezingen over specifieke onderzoeksresultaten zijn vooral interessant voor een specifiek (bestaand) publiek.

<sup>30</sup> Zie: <https://cultuurparticipatie.nl/projecten/951/schatten-uit-de-schilderswijk-archeologie-verbindt>.

- **Ondanks het brede potentieel, richt de archeologische sector zich vooral op de reeds actieve en geïnteresseerde doelgroep.**
  - Voor een brede doelgroep is archeologie op dit moment nog niet voldoende toegankelijk. Bij het opzetten van publieksevenementen bestaat bij archeologisch professionals te weinig aandacht (of interesse) voor wat er zich buiten de archeologische wereld afspeelt. Er is een spanning tussen het bedienen van de bestaande doelgroep en een breed publieksbereik. Deze spanning bestaat uit het type aanbod en de communicatievorm. Deze lijken uitsluitend gericht te kunnen zijn op één van beiden tegelijk.
- **Lokale initiatieven zijn van groot belang.**
  - Lokale initiatieven oefenen een grote aantrekkingskracht uit op verschillende doelgroepen en spelen een belangrijke rol in het verbreden van het publieksbereik. Een voorwaarde is dat het aanbod ook qua invulling en communicatie aansluit bij de behoeften en het kennisniveau van (bijvoorbeeld) bewoners.

## 5 Synthese

### 5.1 Inleiding

Een actueel totaaloverzicht van het publieksbereik van archeologie in Nederland ontbreekt. De centrale vraag luidt daarom: *Hoe zichtbaar is archeologie in Nederland voor een breed publiek?*

Deze vraag valt uiteen in de volgende drie deelvragen:

- Welke onderzoeken zijn en worden gedaan naar de zichtbaarheid van archeologie bij een breed publiek?
- Wat zijn de conclusies over de zichtbaarheid van archeologie bij een breed publiek?
- Welke witte vlekken bestaan er in het onderzoek naar het publieksbereik van archeologie?

In een quick scan hebben we op basis van de schaarse empirische informatie een poging gedaan om in kaart te brengen wat het resultaat is van de inspanningen om het publiek te bereiken en welke witte vlekken er qua kennis over het publieksbereik bestaan. Daarnaast hebben we via interviews proberen te achterhalen welke aanpak succesvol is om het publiek te bereiken, welke drempels voor een groter en breder publieksbereik worden ervaren en welke mogelijkheden er bestaan om een groter en breder publieksbereik te realiseren.

In het hoofdstuk vatten we eerst onze bevindingen samen (paragraaf 5.2) en daarna presenteren we een aantal aanbevelingen voor een verbetering van de informatie over het publieksbereik (paragraaf 5.3).

### 5.2 Bevindingen

#### **Beperkte empirische informatie**

Het aantal publicaties en databronnen met actuele empirische informatie over het publieksbereik van archeologie blijkt – ondanks uitgebreid speurwerk van onze kant – beperkt. Dat maakt het lastig om een compleet en actueel beeld van het publieksbereik van archeologie te schetsen:

- Ten eerste is de beschikbare informatie vaak fragmentarisch en daarnaast loopt de kwaliteit van de daaraan ten grondslag liggende informatie uiteen.
- Ten tweede ontbreken actuele cijfers over het publieksbereik van archeologie bij de verschillende bevolkingsgroepen en de trends daarin. De meest recente goed op archeologie toegespitste cijfers van de Nederlandse bevolking betreffen het jaar 2004. De vraagstelling in de huidige VrijeTijdsOmnibus (VTO) is te beperkt om een volledig beeld te schetsen van het publieksbereik van archeologie.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Archeologische musea worden bijvoorbeeld in de VTO niet afzonderlijk onderscheiden, maar vormen een onderdeel van musea voor geschiedenis of archeologie. De enige andere onderscheiden categorie van archeologische activiteiten betreft het bezoek aan archeologische opgravingen.

- Ten derde berusten cijfers over het aantal bezoeken aan archeologische depots veelal op schattingen van de betreffende depots, niet op een registratie van het aantal bezoeken.
- Ten vierde beschikken we niet over cijfers over het publieksbereik van archeologie in de openbare ruimte en over de belangstelling voor archeologie op lokaal niveau.
- Ten slotte blijkt het buitengewoon lastig om informatie te vinden over het bereik van archeologie via onder meer de media, internet, boeken en tijdschriften. In het algemeen wordt de informatie niet bijgehouden op het gewenste detailniveau, maar uitsluitend op het hogere aggregatieniveau van geschiedenis.

### **Potentiële belangstelling voor archeologie is groter dan de getoonde belangstelling**

Circa 45% van de Nederlandse respondenten geeft in het NEARCH-onderzoek aan in meer of mindere mate interesse te hebben in archeologie en wil er meer over te weten komen. Dat is weliswaar onder het Europees gemiddelde (62%), maar beduidend hoger dan de daadwerkelijk getoonde belangstelling voor archeologie. Uiteraard hoeft het zeggedrag in een enquête zich niet volledig te vertalen in de vorm van bezoeken aan archeologische musea, depots, objecten en activiteiten. Dat neemt echter niet weg dat de cijfers duiden op een groter potentieel publieksbereik dan het getoonde publieksbereik. Dat spoort met de toegenomen belangstelling voor het bredere thema geschiedenis.

### **De getoonde belangstelling voor archeologie neemt over de hele linie toe, maar er bestaat nog voldoende ruimte voor een verbreding en vergroting van het publieksbereik**

Een steeds groter deel van de bevolking bezoekt archeologische depots, musea en activiteiten. De stijging van het publieksbereik vindt bij vrijwel alle bevolkingsgroepen plaats, hoewel de verschillen in publieksbereik tussen bevolkingsgroepen grotendeels in stand blijven. Hoger opgeleiden en mensen met een relatief hoog inkomen zijn het vaakst bezoeker van opgravingen en musea voor geschiedenis of archeologie. Daar staat tegenover dat de overige bevolkingsgroepen, zoals mensen met een lagere opleiding, een lager inkomen en een niet-westerse migratieachtergrond nog onvoldoende worden bereikt.

Archeologische depots van gemeenten en provincies besteden in toenemende mate aandacht aan vergroting van het publieksbereik. Dat uit zich in meer dan een verdubbeling van het aantal bezoeken in vijf jaar tijd tot een niveau van 138.000 in 2018. De omvang van het publieksbereik is echter nog beperkt. 95% van de bezoeken vindt plaats bij de gemeentelijke depots, die inspelen op de belangstelling voor lokale archeologie.

Het aantal bezoeken aan musea met een archeologische presentatie is tussen de 2011 en 2019 met bijna de helft toegenomen tot een niveau van 2,7 mln. bezoeken in 2019. Dat is een minder sterke stijging van het bezoek dan bij de overige musea. Ruim 60% van de bezoeken vindt plaats bij de 13 musea met een archeologische presentatie van bovenregionaal belang. Volwassenen en ouderen nemen ongeveer driekwart van het totale bezoek aan musea met een archeologische presentatie voor hun rekening.

De Nationale Archeologiedagen dragen bij aan de belangstelling voor (lokale of regionale) archeologie. Sinds 2015 is het bezoek aan de Nationale Archeologiedagen nagenoeg verdubbeld tot bijna 40.000 bezoeken in 2019. De dagen trekken vooral een ouder en hoger opgeleid publiek.

Archeologie kan rekenen op een toegenomen belangstelling van het publiek en omgekeerd kan het publiek ook rekenen op meer aandacht van archeologische organisaties. De samenstelling van het publiek vormt echter nog geen evenwichtige afspiegeling van de huidige Nederlandse bevolking. Organisaties richten zich in hun publieksbereik behoudens een aantal uitzonderingen nog vooral op de bestaande publieksgroepen. Dat zien we terug in de samenstelling van het publiek. De zichtbaarheid van archeologie is daardoor nog niet groot genoeg.

### **Veel projecten voor vergroting en verbreding van het publieksbereik**

Archeologische organisaties proberen op verschillende manieren hun publieksbereik te vergroten. Musea met een archeologische presentatie organiseren steeds meer tentoonstellingen over aansprekende onderwerpen om publieksgroepen te bereiken die met de vaste collectie minder goed worden bereikt. Interactie met het publiek wordt steeds belangrijker. Steeds vaker vinden ook exposities van archeologische vondsten plaats in de openbare ruimte. Deze zijn vrij toegankelijk en bereiken volgens de geraadpleegde experts een breder publiek. Diverse organisaties houden open dagen om archeologisch erfgoed zichtbaar te maken dat normaal niet zichtbaar is voor het publiek. Dat geschiedt onder meer via de Nationale Archeologiedagen en diverse andere lokale en regionale evenementen met gerichte marketing en een nevenprogramma. Het doel daarvan is om een groter en breder publiek te trekken.

Een aantal gemeenten, depots en musea zet in samenwerking met andere partijen educatieprojecten op rond archeologische onderzoeken of vondsten. Daarin wordt een verbinding gelegd tussen het verleden en het heden, en in het bijzonder de lokale en regionale omgeving. Deze projecten vinden zowel online als offline plaats. Een nieuwe ontwikkeling is dat de archeologie naar de scholen en de buurt komt in plaats van dat de doelgroep naar een museum of archeologisch depot komt. Dat verlaagt de drempels voor de beoogde doelgroepen.

Archeologische organisaties maken steeds meer gebruik van sociale media om bepaalde doelgroepen via gerichte marketingcampagnes te bereiken en te voorzien van laagdrempelige informatie. Archeologische organisaties zetten online media ook in als platform voor nieuws en activiteiten. Ze gebruiken de bekende les uit de marketing dat je daar moet zijn waar je klanten zijn. Dat vergroot de zichtbaarheid van archeologie voor het publiek.

Archeologische organisaties experimenteren met nieuwe technologieën om praktische hindernissen in de ontsluiting van archeologisch erfgoed te ondervangen. Daarmee probeert men onder meer om beter aan te sluiten bij de belevingswereld van jongeren; bijvoorbeeld via virtual reality. Het is nog onvoldoende bekend of de inzet van nieuwe technologie een duurzaam effect heeft op de publieke belangstelling voor archeologie.

### **Drempels belemmeren verbreding van het publieksbereik**

De potentiële belangstelling van het publiek is groot, maar de archeologische organisaties slagen er – ondanks de inzet en de effecten van de hiervoor genoemde instrumenten – nog niet in om een breed publieksbereik te realiseren. Dat heeft onder meer te maken met de mate waarin archeologie zichtbaar, toegankelijk en aansprekend is voor het publiek. In de praktijk spelen de volgende belemmeringen een rol:

- het aanbod spreekt het publiek onvoldoende aan;
- er is sprake van een kennisdrempel;
- de afstand, bereikbaarheid en toegankelijkheid;
- een financiële drempel.

Het archeologisch aanbod richt zich nog vooral op de doelgroep die al betrokken is bij archeologie. Het aanbod en de communicatie sluit onvoldoende aan bij de belevingswereld van een breder en ander publiek. Archeologie profileert zich als een wetenschappelijk vakgebied met aandacht voor kleine details. Dat zien we ook terug in de mening van het publiek over archeologie. Archeologen slagen er nog te weinig in om archeologie te vertalen naar de taal van het brede publiek om zo hun kennisdrempel te slechten. Het publiek moet actief op pad om een archeologische opgraving of presentatie te bezoeken. De mate van affiniteit bepaalt hoe ver men bereid is om daarvoor te reizen. Bij archeologische opgravingen spelen daarnaast fysieke toegangsdrempels een rol. Ten slotte stellen kleinere gemeenten doorgaans onvoldoende budget beschikbaar om archeologisch erfgoed te ontsluiten.

Nog te weinig bereikte doelgroepen zijn:

- jongeren vanaf 12 jaar en jongvolwassenen;
- mensen met een niet-westerse migratieachtergrond;
- lager opgeleide volwassenen.

## 5.3 Aanbevelingen

### **Organiseer een landelijk onderzoek op basis van een voldoende grote steekproef**

Actuele empirische kennis over het publieksbereik van archeologie laat te wensen over. Dat vraagt om een landelijk onderzoek naar het publieksbereik van archeologie onder de Nederlandse bevolking via een redelijk grote steekproef die een netto respons van 4.000 à 5.000 personen oplevert.<sup>32</sup> Die relatief grote steekproef is ten eerste nodig omdat het publieksbereik van archeologie beperkt is. Daardoor bestaat bij kleine steekproeven het risico dat toevallige factoren het beeld vertekenen. Ten tweede is een relatief grote steekproef noodzakelijk om het publieksbereik van de verschillende bevolkingsgroepen betrouwbaar in kaart te brengen, ook van de doelgroepen die nu niet of beperkt worden bereikt.

### **Inventariseer op grotere schaal lokale initiatieven en goede praktijken**

Op nationaal niveau is het bereik van lokale initiatieven een witte vlek. Juist op lokaal niveau blijkt de belangstelling voor archeologie aanwezig. Het is van groot belang om op nationaal niveau een goed overzicht te hebben van lokale initiatieven en goede praktijken op het gebied van publieksbereik op organisatieniveau. Betrek daarbij ook de toegankelijkheid van archeologische activiteiten voor mensen met een fysieke beperking. Met de opgedane kennis kunnen alle archeologische organisaties en het publiek hun voordeel mee doen.

---

<sup>32</sup> Op grond van de ervaringen met de non-respons bij de VTO vergt dat ongeveer een twee keer zo grote steekproef (CBS Microdata Services, 2020).



### **Organiseer de informatievoorziening over het bereik van archeologie via de media, internet, boeken tijdschriften**

Het bereik van archeologie komt onder meer tot stand via de media, internet, boeken en tijdschriften. Onderzoek samen met de brancheorganisaties en andere partijen of het mogelijk is om in de toekomst ook informatie te verzamelen over het bereik van archeologie via deze bronnen. Dat vergt een verdere detaillering van de informatieverzameling dan de huidige met de categorie geschiedenis als laagste detailniveau. De verkregen kennis kan leiden tot een betere benutting van deze bronnen om daarmee het publieksbereik van archeologie te vergroten en te verbreden.

### **Maak gebruik van bestaande technische mogelijkheden om meer inzicht te krijgen in het publieksbereik**

Empirische informatie over het publieksbereik van archeologie in de openbare ruimte ontbreekt. Met de huidige stand van de technologie en de brede verspreiding van de smartphone kan deze informatie betrekkelijk eenvoudig worden verzameld via wifi trackers. Supermarkten, musea en de Nederlandse Spoorwegen maken al gebruik van deze technologie om de looproutes van hun bezoekers in kaart te brengen en te optimaliseren.

## 6 Bijlage achtergrondinformatie

### 6.1 Overzicht van musea met een archeologische presentatie

Tabel 6.1 en Tabel 6.2 geven een overzicht van de geselecteerde musea met een archeologische presentatie. De selectie berust grotendeels op een opgave van de RCE en beperkt zich tot musea die lid zijn van Museumvereniging en daardoor in Museana zijn opgenomen.

Tabel 6.1 Geselecteerde musea met een archeologische presentatie van bovenregionaal belang

Drents Museum	Assen
Hunebedcentrum	Borger
Fries Museum	Leeuwarden
Het Noordbrabants Museum	's-Hertogenbosch
Limburgs Museum	Venlo
Erfgoedpark Batavialand	Lelystad
Museum Het Valkhof	Nijmegen
Rijksmuseum van Oudheden	Leiden
De Museumfabriek	Enschede
Allard Pierson Museum	Amsterdam
Museum Kaap Skil	Oudeschild
Museumpark Archeon	Alphen aan den Rijn
Thermenmuseum	Heerlen

Tabel 6.2 Geselecteerde musea met een archeologische presentatie van lokaal belang

Het Hof van Nederland	Dordrecht
Historisch Museum De Bevelanden	Goes
Museon	's-Gravenhage
Zeeuws Museum	Middelburg
Museum Flehite	Amersfoort
Stichting Oldenzaalse Musea	Oldenzaal
Museum Nairac	Barneveld
Waterliniemuseum Fort bij Vechten	Bunnik
Stedelijk Museum Alkmaar	Alkmaar
Amsterdam Museum	Amsterdam
CODA / Cultuur Onder Dak Apeldoorn	Apeldoorn
Historisch Museum Ede	Ede
Museum Jan Cunen	Oss
Gemeentelijk Archeologisch Museum Aardenburg	Oostburg
De Domijnen	Sittard
Stedelijk Museum Coevorden	Coevorden
Museum Wierdenland Ezinge	Ezinge
Museum Het Pakhuis	Ermelo

## 6.2 Overzicht van in het rapport genoemde voorbeelden van archeologische organisaties en activiteiten

Vaste collecties en exposities, en tijdelijke tentoonstellingen	Expositie in de openbare ruimte	Open dagen	(Online) educatieprojecten	C&M: Gevestigde media	C&M: sociale media en websites	Nieuwe technologie	Archeologie op afstand	Koppeling met lokaliteiten	Bereik via participatie
Den Haag: in combinatie met gemeentelijk depot	Below the Surface (gemeente Amsterdam)	Vleuten 3 (gemeente Utrecht)	Gemeente Den Haag en schooleducatie	Ter promotie en ondersteuning van evenementen en activiteiten	Eigen campagnes ter promotie of ondersteuning	Ötzi in Virtual Reality (Museum/Den Haag)		HIPs; Schatten uit de Schilderswijk ; Romeinse Limesroute; ArcheoHotspots	Buurtarcheologie in Oss
Huis van Hilde (verbonden met provinciaal depot Noord-Holland)	ArcheoHotspots	In samenwerking met Stichting Nationale Archeologiedagen		Archeoglossy SCHAT-RIJK (Noord-Holland i.s.m. provinciaal Steunpunt Monumenten)			Archeologie op de Kaart (RMO & RCE)	Romeinse Limesroute ArcheoHotspots	Erfgoed Gezocht (Leiden Universiteit, Erfgoed Gelderland)
Rijksmuseum van Oudheden Allard Pierson Museum Archeon Huis van Hilde	ArcheoHotspots		Huis van Hilde Archeon	Eigen campagnes	Archeologieopdekaart.nl (RMO en RCE) Eigen campagnes ter promotie of ondersteuning			Huis van Hilde Romeinse Limesroute Hunebedcentrum ArcheoHotspots	Interactieve tentoonstellingen
					Eigen campagnes ter promotie of ondersteuning	Dig it All (VR) (Groninger Instituut van Archeologie)			Erfgoed Gezocht (Leiden Universiteit, Erfgoed Gelderland)
	ArcheoHotspots			Archeologie in Nederland (AWN)	Eigen campagnes ter promotie of ondersteuning			Huis van Hilde ArcheoHotspots	ArcheoHotspots
	ArcheoHotspots	Stichting Nationale Archeologiedagen Stichting Open Monumentendag			Archeologieleeft.nl (Stichting Nationale Archeologiedagen) Erfgoedstem.nl			ArcheoHotspots	ArcheoHotspots

## 7 Literatuur

Boom, K., & van den Dries, M. (2016, maart). Buurtarcheologie in Oss - Horzak-bewoners op zoek naar hun prehistorische burenen. In *Brabant*, pp. 66-69.

CBS Microdata Services. (2020). *Documentatie Vrijtijdsomnibus (VTO)*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Danniau, F., Reniere, S., & Trachet, J. (2020). *Publieksarcheologie in Vlaanderen. Een landschapstekening met aanbevelingen*. Agentschap Onroerend Erfgoed Wetenschappelijke instelling van de Vlaamse Overheid.

De Groot, A. (2017). *Publieksbereik in de archeologie: Een internationale verkenning*. Amersfoort: Rijksdienst voor het Culturele Erfgoed.

De Rokin Vitrines. (sd). Opgehaald van *Below the Surface*:  
<https://belowthesurface.amsterdam/nl/pagina/de-rokin-vitrines>

De Volkskrant. (2020, januari 8). 'Tienduizenden rotsschilderingen van 12 duizend jaar oud!'  
Waarom archeologische vondsten al snel worden opgepompt. *De Volkskrant*.

Dig it all. Archeology of the future. (sd). Opgehaald van Rijksuniversiteit Groningen:  
<https://www.rug.nl/university-museum/exhibitions/2020/dig-it-all-archeology-of-the-future>

Erfgoedinspectie (2016). *Graven in depots: Behoud en toegankelijkheid in provinciaal archeologische depots*. Den Haag: Erfgoedinspectie.

Geheimen uit Gelderse Bodem. (sd). Opgehaald van CODA Apeldoorn: <https://www.coda-apeldoorn.nl/nl/agenda/geheimen-uit-gelderse-bodem>

Gemeente Den Haag. (2018). *Inwonersonderzoek 2018 - Fysiek domein*. Opgehaald van  
<https://denhaag.incijfers.nl/handlers/ballroom.ashx?function=download&id=29&rnd=0.4222841393295007>

Harris Interactive (2015). *Image of archeology in Netherlands (Resultaten NEARCH-onderzoek)*. Parijs: Harris Interactive.

Huysmans, F., & De Haan, J. (2007). *Het bereik van het verleden*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Knoop, R.R., Visser, Y.J., & Grosze Nipper, L. (1996). *Samenvatting Bevolkingsonderzoek 'archeologie'*. Leiden: Archeologisch Informatie Centrum.

Ministerie van OCW (2018). *Erfgoed telt: de betekenis van erfgoed voor de samenleving*. Den Haag: ministerie van OCW.

- Museon. (sd). Opgehaald van Ötzi in Virtual Reality: <https://www.museon.nl/nl/activiteit/oetzi-in-virtual-reality>
- Museumvereniging (2020) *Museumcijfers 2019*. Amsterdam: Museumvereniging.
- RCE. (sd). Archeologische depots – toegankelijkheid. Opgehaald van *Erfgoedmonitor*: <https://erfgoedmonitor.nl/indicatoren/archeologische-depots-toegankelijkheid>
- Romeinen langs de Rijn. (sd). Opgehaald van Rijksmuseum van Oudheden: <https://www.rmo.nl/tentoonstellingen/tijdelijke-tentoonstellingen/romeinen-langs-de-rijn/>
- Tiessen-Raaphorst, A. & van den Broek, A. (2016). *Sport en Cultuur: Patronen in belangstelling en beoefening (inclusief losse bijlage)*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Van den Broek, A. (2014). *Culturele activiteiten in 2012: bezoek, beoefening en steun*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Van den Broek, A. & Gieles, Y. (2018). *Het culturele leven: 10 culturele domeinen gezien vanuit 14 kernthema's*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Van den Broek, A., & van Houwelingen, P. (2015). *Gisteren vandaag*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Van den Dries, M. & Boom, K. (2017). *The image of archaeology: consistencies and deflections through time among the Dutch, concurrences and deviations across Europe*. Leiden: *Analecta Praehistorica Leidensia*.
- Van Geffen, M. (2012). *Het publiek bekeken. Onderzoek naar de publieksparticipatie in de Nederlandse archeologie in de periode 2000-2010*. Groningen.
- Weijland, V., Boom, K. & van den Dries, M. (2017). *Nationale Archeologiedagen: Analyse bezoekersenquête 2016*. Leiden: Universiteit Leiden.