



itruvius

ONAFHANKELIJK VAKBLAD VOOR ERFGOEDPROFESSIONALS

ARCHEOLOGIE | CULTUURLANDSCHAP | MONUMENTEN | IMMATERIEEL ERFGOED | VOLKSCULTUUR

JAARGANG 10 | NUMMER 37 | OKTOBER 2016



**'WIJ WILLEN MEER!
EEN BEZOEKERSEVALUATIE
VAN DE NATIONALE
ARCHEOLOGIEDAGEN**



RECENT VERSCHENEN



ERFGOEDSPECIAL
GEMEENTE 'S-HERTOGENBOSCH



ATLAS VAN DE VERDWENEN SPOORLIJNEN
IN NEDERLAND

inhoud

JAARGANG 10
NUMMER 37
OKTOBER 2016

4



'WIJ WILLEN MEER!'
EEN BEZOEKERSEVALUATIE VAN DE
NATIONALE ARCHEOLOGIEDAGEN



10

RECENT VERSCHENEN

13



ERFGOEDSPECIAL
GEMEENTE 'S-HERTOGENBOSCH



Monique van den Dries

Hoofddocent archeologisch erfgoedmanagement, Faculteit Archeologie, Universiteit Leiden.



Krijn Boom

Promovendus (Faculteit Archeologie), onderzoekt de sociale impact van publieksactiviteiten.



Roel Kramer

Masterstudent archeologisch erfgoedmanagement (Faculteit Archeologie) en docent Saxion Hogeschool (Deventer).

‘Wij willen meer!’ Een bezoekersevaluatie van de nationale archeologiedagen

Het bevorderen van actieve participatie door het publiek staat al jaren hoog op de agenda van de cultuur- en erfgoedsector.

Dit is mede ingegeven door het Europees cultuurbeleid, dat veronderstelt dat actieve cultuurparticipatie bijdraagt aan het welzijn van de burger. Actieve burgerdeelname is echter makkelijker gevraagd dan verwezenlijkt, vooral in het domein van de archeologie. Zo toont een evaluatie door vertegenwoordigers van de Europese rijksdiensten bijvoorbeeld dat ze juist op het vlak van valorisatie en communicatie van archeologisch onderzoek (artikel 9 van het Verdrag van Valletta, Raad van Europa 1992) in heel Europa nog (te) weinig vooruitgang zien (Olivier en Van Lindt 2014). Het bevorderen van de betrokkenheid van het publiek is dan ook een belangrijke reden voor de Stichting Nationale Archeologiedagen om in Nederland een grootschalig jaarlijks evenement te organiseren. In navolging van een aantal ons omringende landen wordt het evenement, na een succesvolle aftrap in oktober 2015, in 2016 nog veel groter en grootser aangepakt, opdat het evenement kan uitgroeien tot het belangrijkste landelijke archeologiefestijn. Met het oog op deze ambitie hebben de leerstoelgroep Archaeological Heritage Management van de Leidse Faculteit Archeologie, de Stichting Nationale Archeologiedagen en onderzoeksbureau Qrius een evaluatiecon-

derzoek uitgevoerd. In dit artikel vatten we de hoofdpunten daar van samen en zoeken we het antwoord op de vraag of dit de participatie is die het publiek wil.

Het onderzoek

De Nationale Archeologiedagen 2015 was het grootste archeologische festijn dat tot nu toe in Nederland heeft plaatsgevonden. Rond de tachtig archeologische organisaties boden op zo'n zeventig locaties in de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht tal van publieksactiviteiten aan (figuur 1). Naar schatting trok het evenement circa 23.000 bezoekers.

Om de toekomstige deelnemers aan de archeologiedagen zo goed mogelijk te kunnen bedienen is op 25 van deze locaties een enquête afgenomen onder de bezoekers. Het belangrijkste doel was om een beeld te krijgen van het demografische profiel van de bezoekers en van hun waardering voor de activiteiten, zodat eventueel de programmering en promotie van de volgende editie kan worden aangepast. In aanvulling daarop is een online vragenlijst uitgezet met vooral vragen over de gevoels- en belevingsaspecten. Het onderzoek is uitgevoerd met behulp van 19 vrijwilligers, waaronder studenten en amateurarcheologen, en ook aan hen is gevraagd hun observaties en waardering via een vragenlijst weer te geven.

De vrijwilligers hebben 401 [1] mensen bereid gevonden de enquête in te vullen. Daarmee is dit een representatieve steekproef (met een foutenmarge van 5% en betrouwbaarheids-niveau van 95% zouden minimaal 378 personen moeten meedoen) en geven de resultaten een betrouwbaar inzicht in de bevindingen van de bezoekers. Van de respondenten hebben er 58 ook de moeite genomen de extra 18 vragen op internet te beantwoorden. Ten slotte hebben ook de enquêteurs hun eigen bevindingen gemeld over de 25 locaties waar zij enquêtes hebben verzameld.

Bezoekersprofiel

Per locatie varieerden de aangeboden activiteiten sterk; sommige waren vooral gericht op kinderen, andere meer op volwassenen. Ook de bezoekersaantallen liepen per activiteit sterk uiteen. Een aantal locaties zag een tiental bezoekers verdeeld over twee tot drie dagen langskomen, andere hadden in een dag het tienvoudige aantal over de vloer. Dit komt ook uit de enquête naar voren; op sommige locaties deden beduidend meer mensen mee aan het onderzoek dan op andere. Over het algemeen kan worden gezegd dat een breed publiek de archeologiedagen heeft bezocht, van jong tot oud is er op afgekomen. Zoals we vaker zien bij archeologische activiteiten, bijvoorbeeld bij open dagen en tentoonstellingen, waren de wat oudere leeftijdscategorieën wel wat

meer vertegenwoordigd dan de jongere (figuur 2). Het percentage mensen tot 50 jaar was 39, meer dan de helft (55%) van de bezoekers was ouder dan 50. Het aantal jongeren onder de 20 jaar dat aan de enquête heeft deelgenomen geeft echter geen getrouwe weergave van de daadwerkelijke samenstelling van het bezoekerspubliek, omdat de enquête niet bedoeld was voor kinderen. Sommige hebben hem echter wel ingevuld. Er lijkt geen groot verschil te zijn geweest in het aantal vrouwelijke (47%) en mannelijke (50%) bezoekers, voor zover we dat uit de deelnemers aan de enquête mogen afleiden (de ontbrekende 3% heeft de vraag niet beantwoord). Van bezoekers aan de Faculteit Archeologie hebben we de man/vrouwverhouding precies bijgehouden en daar kwam een vergelijkbaar beeld uit naar voren (49% vrouw, 51% man). Van de bezoekers geeft 54% aan een hogere beroepsopleiding of een universitaire opleiding te hebben gevolgd. Dit is een bekend fenomeen bij cultuurparticipatie (zie bijvoorbeeld Van den Broek, Huysmans en De Haan 2005; Fujiwara, Cornwall en Delon 2014; Kraaykamp, Notten & Bekhuis 2014).

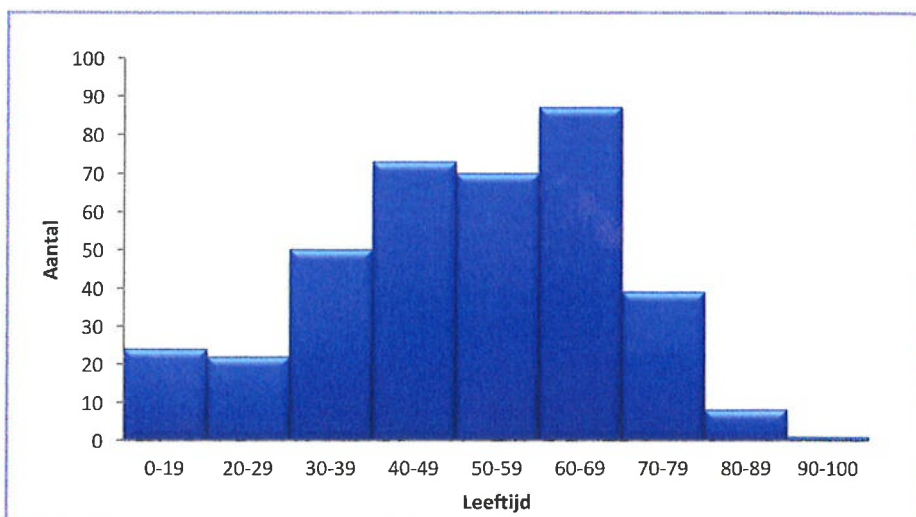
Opvallend is dat best veel mensen aangaven bij toeval op een activiteit te zijn gestuit, al verschilde dit sterk per locatie. Sommige hadden uitsluitend bezoekers die er bewust op afgekomen waren. Van de online respondenten heeft 73% het bezoek niet met iets anders gecombineerd, zij kwamen dus specifiek voor de aangeboden activiteit. Op zich is het positief dat mensen zich spontaan laten verleiden aan een activiteit deel te nemen, aan de andere kant geeft het aan dat er nog meer aan de naamsbekendheid van de archeologiedagen kan worden gewerkt. Het betekent ook dat voor activiteiten op plaatsen waar veel mensen langskomen de kans groot is dat er spontaan een groot aantal mensen deelneemt.

Voor een grote meerderheid van de deelnemers aan de enquête (78%) [3] geldt dat zij een bezoek hebben gebracht aan een activiteit in hun eigen woonplaats (50%) of in de regio (binnen een straal van 25 km). Dit sluit aan bij de algemene tendens dat mensen voor hun vrijetijdsbesteding doorgaans dicht bij huis blijven en gemiddeld maar 14,5 km afleggen, voor culturele activiteiten is dat 15,8 km (Harms 2006). Het sluit ook aan bij de bevinding uit andere onderzoeken dat vooral lokale informatiebronnen (lokale radio/tv, lokale kranten en huis-aan-



Foto: Den Haag/Stichting Nationale Archeologiedagen

1 - Tijdens de Nationale Archeologiedagen werden er op zo'n 70 locaties in Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht activiteiten aan een breed publiek aangeboden. Een meerderheid (57%) van het publiek vindt het belangrijk om - net als deze kinderen in Den Haag - plezier te hebben tijdens hun bezoek.



2 - De leeftijdsverdeling van de bezoekers.



Foto: Universiteitsmuseum Utrecht/Stichting Nationale Archeologiedagen

3 - Bijna de helft van de mensen gaf aan dat ze veel tot heel veel tijdens de archeologiedagen hebben geleerd.

huis-bladen) gebruikt worden om informatie te vergaren over de (lokale) archeologie (o.a. Wasmus 2010; NEARCH).

De bezoekers van binnen een regio (en buiten de eigen woonplaats) legden voor de archeologiedagen gemiddeld 11 km af, bezoekers van buiten de regio gemiddeld 63 km. Hoewel de meeste locaties dus vooral mensen uit de eigen woonplaats/regio aantrokken, maakten enkele hierop een uitzondering. Voor het Allard Pierson Museum (Amsterdam) bijvoorbeeld reisde men gemiddeld 49 km, voor het Castellum Hoge Woerd (De Meern) 46 km en voor het Huis van Hilde (Castricum) 43 km. De Faculteit Archeologie (Leiden) had zelfs amper bezoekers uit de eigen woonplaats, wel kwamen ze allemaal uit de eigen provincie. Veel bezoekers hadden de gelegenheid aangrepen om zich te oriënteren op de studiekeuze, wat in het licht van de afnemende studentenaantallen in het hoger onderwijs als een belangrijke functie van de archeologiedagen kan worden beschouwd. De sterke focus op de lokale archeologie blijkt ook uit de online ingevulde vragen-

lijst. Na afloop van het bezoek gaf 50% aan zich veel tot heel veel meer verbonden te voelen met de lokale archeologie. Ter vergelijking: een veel kleinere groep (29%) voelde zich na afloop meer verbonden met de algehele archeologie van Nederland.

Hoewel de helft van de ge-enquêteerden dus niet heel ver reisde, was voor 52% [4] de auto (of motor) het meest populaire middel van vervoer. De fiets/brommer volgde op flinke afstand (door 23% gekozen) en het openbaar vervoer werd het minst gebruikt (11%). Het veelvuldige gebruik van de auto is opvallend omdat de meeste activiteiten zich niet op een afgelegen plaats afspeelden, maar in stedelijk gebied. Zelfs voor de mensen die een activiteit in hun eigen woonplaats bezochten was de auto meer favoriet (36%) dan de fiets/brommer (34%). Dit is een indicatie dat de organisatoren rekening zouden kunnen houden met parkeergelegenheid, maar ook dat activiteiten in rurale gebieden kansrijk zijn om bezoekers uit de buurt te trekken (Harms 2006). Het sluit ook aan bij andere onderzoeken uit Engeland waaruit blijkt dat het hebben

van een auto een sterke stimulans is voor het bezoeken van een erfgoedsite (o.a. Fujiwara, Cornwall en Dolan 2014).

Nieuwe ervaring

Een andere interessante uitkomst is dat meer dan de helft (51%) [5] van de ge-enquêteerden aangaf nog nooit eerder een archeologische activiteit te hebben bezocht. Voor de mensen in de leeftijd onder de 50 lag dit percentage nog hoger, tot zelfs 62,5% voor de jongste deelnemers (0-19). Voor de mensen vanaf 50 jaar lag dit percentage lager; van de 80+-ers had driekwart al eens eerder een archeologische activiteit bezocht. Het zijn dus vooral de jongere mensen (tot 50 jaar) voor wie de archeologiedagen de gelegenheid voor een nieuwe ervaring hebben geboden. Het betrof iets meer mannen (51,8%) dan vrouwen (48,2%).

Dit zou betekenen dat het evenement een schot in de roos is geweest voor wat betreft de doelstelling van de organisatoren, maar ook van de beleidsmakers, om een zo breed mogelijk publiek te interesseren voor



4 - De dingen die men het leukst vond om te doen.

erfgoed en cultuur. Niettemin is het dan toch opvallend dat de groep respondenten gedomineerd wordt door mensen met de typische kenmerken van bezoekers van archeologische evenementen en andere culturele activiteiten, dat wil zeggen mensen van middelbare leeftijd (45+), meest mannen, met een hogere opleiding [2] (zie o.a. NIPO/AIC 1996; Van den Broek, Huysmans en De Haan 2005; TNS Opinion & Social 2013; Fujiwara, Cornwall en Dolan 2014). Dit lijkt er op te wijzen dat er vooral meer van hetzelfde soort publiek is aangetrokken.

Van de mensen die aangaven nog nooit eerder een archeologische activiteit te hebben bezocht, heeft bijna de helft (47%) - naar eigen zeggen - toch veel tot heel veel interesse in de archeologie. Dit kan een aanwijzing zijn dat er zich weinig gelegenheden voordoen om vaker dergelijke activiteiten te bezoeken, of dat tijdgebrek mensen weerhoudt om te participeren. Dit laatste wordt regelmatig als belangrijkste reden genoemd om niet te participeren in erfgoedactiviteiten (zie TNS Opinion & Social 2013; Fujiwara, Cornwall en Dolan 2014). Mogelijk heeft men bij deze vraag ook een politiek correct antwoord willen geven. Niettemin komt het beeld wel overeen met dat uit andere onderzoeken die enerzijds bij het publiek een grote interesse, positieve houding en sympathie voor de archeologie laten zien, met aan de andere kant een sterk achterblijvende actieve participatie (o.a. NIPO/AIC 1996; NEARCH).

Tijd goed besteed?

Op de vraag wat men van de activiteit verwachtte gaven 60 personen aan dat ze geen verwachting hadden (17% van de personen die de vraag hebben beantwoord). Een grote groep van 176 personen (50%) wilde zich laten informeren, 71 mensen (20%) kwamen om iets te leren. Van de 60 mensen die geen verwachting had, gaf bijna een derde (19 personen) aan dat ze bij toeval op de activiteit waren gestuit en dat ze er niet vanaf wisten.

De meeste bezoekers gaven aan primair te zijn gekomen om uitleg te krijgen, om kennis op te doen en om informatie te vergaren. In de online vragenlijst geeft 48% aan ook inderdaad veel tot heel veel te hebben geleerd (figuur 3). Ook dit komt overeen met de resultaten van andere publieksonderzoeken, waarin het publiek de archeologie vooral associeert met termen als 'wetenschap', 'kennis', 'leren' (NIPO/AIC 1996; NEARCH). De verklaring hiervoor is een 'kip of ei'-vraagstuk. Komt dit doordat de sector van oudsher vooral inspeelt op een kennisgerelateerde interesse en vraag, of heeft een educatieve focus van het disseminatieaanbod dit imago doen ontstaan? Het is in elk geval opvallend dat niemand aangaf primair voor vermaak te zijn gekomen. Misschien zit het zodanig ingebakken in onze cultuur, deze focus op educatie, dat het 'not done' is om de archeologie primair als een gezellige, ongedwongen vrijetijdsbesteding te zien waar je niet per se iets van hoeft te

leren? Wat wel weer opvalt is dat bijna de helft van de respondenten (47%) [6] heeft aangegeven het belangrijk tot heel belangrijk te vinden dat een activiteit 'het verleden tot leven brengt'. Dit komt na 'leren' (51%) op de tweede plaats van zaken die men heeft aangemerkt als zijnde belangrijk. Het gaat dus kennelijk toch om meer dan alleen het cognitieve (leren), het gaat ook om het gevoel, het zich kunnen inleven. Dit komt eveneens terug in de resultaten van de online vragen. Ook hierin gaf 57% aan het 'hebben van plezier' belangrijk tot heel belangrijk te vinden bij een archeologische activiteit, tegen 55% die educatie van belang vond.

Op de vraag of de bezochte activiteit aansloot bij hun verwachtingen antwoordde maar liefst 87% positief. Een aantal mensen gaf zelfs spontaan aan dat het boven verwachting was geweest. Het is dan ook niet verbazingwekkend dat 89% tevreden tot zeer tevreden was met hun bezoek. Slechts 2% was (zeer) ontevreden. De bevindingen van de enquêteurs sluit hier aardig bij aan: zij gaven een 7,7 als gemiddelde rapportcijfer voor de aantrekkelijkheid van de activiteiten. In aanvulling hierop antwoordde meer dan driekwart (79%) in de online vragen tevreden te zijn geweest met de voorlichting over de bezochte activiteit.

Er bleek geen verschil in tevredenheid tussen de mensen die al eens eerder een archeologische activiteit hadden bezocht (gemiddelde waardering van 4,4 op een 5-puntsschaal) en zij die dat niet hadden gedaan (gemiddelde waardering van 4,3). Er was eveneens amper een verschil in tevredenheid tussen de mannelijke en vrouwelijke bezoekers. De mannen hadden een gemiddelde tevredenheid van 4,4, de vrouwen 4,3. Echter, van de 6 mensen (1,5%) die hebben aangegeven in het geheel niet tevreden te zijn geweest, waren er 5 een vrouw (uit diverse leeftijdscategorieën). Niettemin waren deze 5 dames wel iets langer gebleven (of van plan te blijven) dan gemiddeld, namelijk 78 minuten (tegen 75 minuten gemiddeld).

Over het algemeen zijn de dames sowieso langer gebleven: 39,6% [7] van hen heeft langer dan een uur bij de activiteiten doorgebracht, tegen 36,6% van de mannen. Van de mensen die langer dan 2 uur heeft deelgenomen was 60% vrouw. Het betrof 11,6% van de dames, tegen 6,6% van de heren die dit geduld kon opbrengen.

Foto: Faculteit Archeologie/Monique van den Dries



5 - Creatief zijn in het bedenken van activiteiten kan de aantrekkelijkheid voor nieuwe publieksgroepen vergroten: in Leiden viel het met behulp van Minecraft nabouwen van Castellum Matilo in de smaak bij jongeren.

'Wij willen meer!'

Als we de antwoorden op de vraag wat de bezoekers het leukst vonden onderverdelen in actieve en passieve dingen, dan valt op dat 89 keer iets actiefs is genoemd, 151 [8] keer iets passiefs, 7 keer een combinatie van beide. Passief kijken en luisteren waren veruit favoriet (figuur 4), op flinke afstand gevolgd door het meer actief 'met mensen praten' en 'vragen stellen'. Het is niet vast te stellen of deze voorkeur gestuurd is door de mogelijkheden om tijdens de activiteiten iets actief of passief te doen, of dat het echt aangeeft wat iedereen het liefst doet. Dit zou in een volgend onderzoek nader kunnen worden onderzocht, omdat uit andere onderzoeken naar voren is gekomen dat een deel van het publiek juist ook graag eens wat actiever bij dingen betrokken zou willen worden (o.a. Lampe 2010; Wasmus 2010; Van den Dries, Boom en Van der Linde 2015; NEARCH).

Het feit dat er in mindere mate actief is meegedaan komt ook tot uitdrukking in de online vragen, waarbij de helft van de respondenten zegt dat de bezoeken niets tot vrij weinig hebben bijgedragen aan hun creativiteit. Bijna driekwart (72%) gaf ook aan geen nieuwe vaardigheid te hebben geleerd. Niettemin had 62% wel het gevoel dat ze actief hebben meegedaan.

Een gebrek aan mogelijkheden om iets actief te doen is wel een aantal keer als zwak punt genoemd in de evaluaties van de archeologiedagen. Maar wat vooral opvalt is

dat men aangeeft in maar liefst 86% van de aangedragen 'zwakke punten' die niet over de organisatorische aspecten gaan maar over de inhoudelijke aspecten, dat ze nog meer hadden gewild, meer vonden, meer uitleg, meer achtergrondinformatie, meer variatie aan activiteiten en meer van dit soort evenementen.

Andere zwakke punten hadden vooral betrekking op de manier waarop dingen organisatorisch waren geregeld; dit betrof 53% van alle zwakke punten. Toch was het maar een relatief een gering aantal mensen dat een zwak punten heeft aangegeven; 73% heeft deze vraag niet beantwoord of heeft aangegeven geen zwak punt te kunnen noemen. Ook de enquêteurs waren over het algemeen vrij positief over het organisatorisch verloop van de activiteiten die zij hadden bezocht. Zij beoordeelden dit met een gemiddeld rapportcijfer van 7,8.

Meer van hetzelfde?

Naar aanleiding van deze bevindingen kunnen we ons met z'n allen afvragen of we tijdens de volgende editie van de archeologiedagen meer van hetzelfde moeten aanbieden of juist ook eens verrassende, creatieve en totaal onverwacht nieuwe dingen moeten proberen. Willen we als sector meer van hetzelfde publiek blijven aantrekken of kunnen we juist ook nieuwe publieksgroepen aanspreken, zoals jongeren (figuur 5), mensen met een beperking, migranten? Hoe we dit kunnen doen is niet duidelijk, er is helaas geen kant en klaar recept. Maar wel-

licht kunnen we proberen iets af te wijken van het traditionele pad. Er is bijvoorbeeld niet naar de nationaliteit van de bezoekers gevraagd, maar het vermoeden is dat bijna alle bezoekers een Nederlandse nationaliteit en oorsprong (autochtoon) hadden. Aangezien de meeste informatie doorgaans uitsluitend in het Nederlands wordt aangeboden tijdens dit soort evenementen, kan er een flinke drempel zijn voor mensen die de taal (nog) niet machtig zijn om dergelijke activiteiten te bezoeken. Dat valt te onder- vangen door een deel van de activiteiten bijvoorbeeld (mede) in het Engels aan te bieden. We kunnen de toegankelijkheid ook vergroten door zelf naar de mensen te gaan en het erfgoed naar ze toe te brengen. Een mooi voorbeeld daarvan is het Limes-bezoekerscentrum NIGRVM PVLLVM in Zwammerdam (Hazenbergh 2015), dat op het terrein van zorginstelling Ipse de Bruggen is gerealiseerd en waarbij de gehandicapte bewoners participeren in het centrum en 'hun erfgoed' mede de inspiratie vormt voor hun dagbesteding.

Het is zonde om dergelijke kansen op het vergroten van de toegankelijkheid niet te benutten, omdat het meedoen aan culturele en kunstactiviteiten en het bezoeken van erfgoedlocaties een grote sociale betekenis kan hebben en een positief effect lijkt te hebben op het welzijnsgevoel (zie bijvoorbeeld Arts Council England 2014; Dodds en Jones 2014; Fujiwara, Cornwall en Dolan 2014; Van den Dries, Boom en Van der Linde 2015), mogelijk meer nog dan sportbeoefening (Fujiwara, Cornwall en Dolan 2014, 17). Juist bij de huidige niet-deelnemers, zoals mensen met een beperking, hoogbejaarden of sociaal zwakkeren, verwacht men het grootste positieve effect (Fujiwara, Cornwall en Dolan 2014, 18). Dit is mede de reden voor beleidsmakers om meer actieve cultuurdeelname bij met name sociaal kwetsbare groepen te bevorderen. Ook voor het meedoen aan archeologische activiteiten hebben we dergelijke positieve effecten gemeten. Het kan bij deelnemers onder meer het gevoel van betrokkenheid versterken en de onderlinge sociale cohesie (Van den Dries, Boom en Van der Linde 2015). Verder kan het betrekken van vrijwilligers bij het organiseren van een activiteit een sterke impuls geven aan hun levensvreugde (Boom in prep.). De vragen over de archeologiedagen die online zijn beantwoord tonen vergelijkbare effecten: aan 43% van de respondenten gaf het

Foto: Faculteit Archeologie/Monique van den Dries



6 - Bijna negentig procent van de bezoekers zou opnieuw deelnemen en 83% heeft een honger naar meer

bezoek een positief gevoel, het gaf energie aan 62% en 83% [9] voelde zich tijdens het bezoek enigszins tot heel erg vrolijk. Bij 40% droeg het sterk bij aan hun gevoel van betrokkenheid en bij 41% aan hun algehele motivatie. Dat het bezoeken van de Nationale Archeologiedagen in elk geval een sociaal gebeuren is, blijkt uit het feit dat tweederde van de respondenten samen met een andere persoon is gekomen. Het samen met een partner naar een activiteit kunnen gaan wordt zelfs gezien als een belangrijke stimulans voor cultuurparticipatie (Fujiwara, Cornwall en Dolan 2014).

Conclusie

Hoewel de bezoekersevaluatie van de Nationale Archeologiedagen 2015 kleinschalig was opgezet en bedoeld was als een eerste pilot, heeft het een aantal nuttige inzichten opgeleverd. De belangrijkste is dat de activiteiten hebben voorzien in een behoefte van de bezoekers. Dat blijkt onder meer uit het feit dat de gemiddelde waardering voor de activiteiten zeer hoog was en dat men doorgaans behoorlijk lang is gebleven of van plan was te blijven. Op de vraag wat ze het leukst hadden gevonden antwoordden 18 mensen spontaan met 'alles'. Bovendien trok het evenement veel mensen die niet eerder een archeologische activiteit hadden bezocht. Het was wel voornamelijk een lokaal publiek, dat als vanouds qua leeftijd, geslacht en opleidingsniveau de bekende kenmerken vertoonde. De overwegend lokale herkomst van de bezoekers zou een stimulans kunnen zijn voor de ambitie van de Stichting Nationale Archeologiedagen

om het activiteitengebied verder te verruimen naar andere provincies. Het zou de plaatselijke organisatoren kunnen aanmoedigen om het netwerk aan locaties met activiteiten te verdichten, waardoor ook mensen in plattelandsregio's aangemoedigd kunnen worden om te participeren. Het is tot slot ook zeer motiverend te weten dat 83% van de online respondenten naar aanleiding van hun bezoek aan de archeologiedagen nog meer over de archeologie wil weten, dat 88% de archeologiedagen wederom wil bezoeken en dat eveneens 88% een bezoek aan anderen zou aanraden (figuur 6). Niemand gaf aan niet nog een keer te zullen komen! Niettemin blijft het een uitdaging om ook de mensen aan te (blijven) spreken die net iets meer willen of waar we iets meer inspanning voor moeten verrichten om ze mee te kunnen laten genieten van al het moois en spannends dat de archeologie te bieden heeft.

Referenties

- Arts Council England, 2014. The value of arts and culture to people and society. An evidence review. Manchester: Arts Council England.
- Boom, K.H.J., in prep. Imprint of Action. (dissertation Faculty of Archaeology, Leiden University).
- Dodd, J. en C. Jones, 2014. Mind, body, spirit: How museums impact health and wellbeing. Leicester: Research Centre for Museums and Galleries.
- Fujiwara, D, T. Cornwall en P. Dolan, 2014. Heritage and wellbeing. English Heritage. Online beschikbaar: [\[hc.historicengland.org.uk/content/pub/2190644/heritage-and-wellbeing.pdf\]\(http://hc.historicengland.org.uk/content/pub/2190644/heritage-and-wellbeing.pdf\).](http://

</div>
<div data-bbox=)

- Harms, L., 2006. Op weg in de vrije tijd. Context, kenmerken en dynamiek van vrijetijds mobiliteit. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2006/9).
- Hazenberg, T., 2015. Crossing borders along the Dutch Limes. How the famous Roman barges of Zwammerdam support people with multiple disabilities. In: M.H. van den Dries, S.J. van der Linde en A. Strecker (eds.), Fernweh. Crossing borders and connecting people in archaeological heritage management. Essays in honour of prof. Willem J.H. Willems. Leiden: Sidestone Press, 164-168.
- Lampe, S., 2010. "Liever zelf fantaseren over vroeger." In Brabant 1(5), 60-65.
- NIPO/AIC. 1996. Samenvatting Bevolkingsonderzoek 'archeologie'. Leiden: Archeologisch Informatie Centrum (Archeologisch Informatie Cahier 10).
- Olivier, A. en P. van Lindt, 2014. Valletta Convention perspectives: an EAC survey. In: V.M. van der Haas en P.A.C. Schut (eds.), The Valletta Convention: Twenty Years After - Benefits, Problems, Challenges. Brussel: Europae Archaeologiae Consilium (EAC Occasional Paper no. 9), 165-176.
- TNS Opinion & Social 2013. Special Eurobarometer 399 - Cultural Access and Participation. Brussel: European Commission, Directorate-General for Education and Culture. Online beschikbaar: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf.
- Van den Broek, A., F. Huysmans en J. de Haan, 2005. Cultuurminnaars en cultuurmijders. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2005/7).
- Van den Dries, M.H., K.H.J. Boom en S.J. van der Linde, 2015. Exploring archaeology's social values for present day society. *Analecta Prehistorica Leidensia* 45, 221-234.
- Wasmus, F., 2010. The Past is Alive: An Analysis of Public Opinion about Archaeology in The Hague. In: A. Degenhardt en S. Lampe (eds.), Out in the Field, Internships Master Students Archaeological Heritage Management 2009-2010. Leiden: Sidestone Press (Graduate School of Archaeology Occasional Papers 5), 49-55. ■