

A photograph of an archaeological excavation site. The top layer shows green grass and a yellow flag. Below, dark brown soil contains various artifacts: a large dark pot, a smaller brown pot, several coins, a metal object, and a bone. A small globe is placed in the soil, partially overlapping the word 'OLOGIE' in the title.

nationale ARCHEOLOGIE dagen

Analyse

Bezoekersenquête 2016

Vitek Weijland, Krijn Boom
& Monique van den Dries

Juli 2017



Universiteit
Leiden

nationale
**ARCHEO
LOGIE** dagen

Bezoekersenquête Nationale Archeologiedagen 2016

Vitek Weijland
Krijn Boom
Monique van den Dries

Faculteit Archeologie
Universiteit Leiden

© Leiden, Juli 2017

Inhoud

Introductie	4
Onderzoeksopzet	5
Bezoekersprofiel	6
Leeftijd	6
Geslacht	7
Opleidingsniveau	7
Interesse	8
Vergelijking 2015/2016.....	9
Promotie	10
Vergelijking 2015/2016.....	10
Vervoer	11
Vergelijking 2015/2016	11
Met wie?	12
Geplande tijdsbesteding activiteiten.....	13
Vergelijking 2015/2016	13
Verwachtingen	14
Tevredenheid	15
Vergelijking 2015/2016	15
Belangrijke aspecten bij archeologische activiteiten	16
Vergelijking 2015/2016.....	18
Sterke en zwakke punten	18
Vergelijking 2015/2016	19
Conclusie en aanbevelingen	20

Introductie

In oktober 2016 organiseerde de Stichting Nationale Archeologiedagen voor de tweede keer het gelijknamige evenement 'Nationale Archeologiedagen'. Het doel van de Nationale Archeologiedagen is om publieksparticipatie te bevorderen en de rol die de archeologie in de samenleving speelt, te benadrukken.

Van 12 tot 16 oktober vonden door heel Nederland archeologische activiteiten plaats (figuur 1), waaraan - in veel gevallen - gratis kon worden deelgenomen. Deze varieerden van tentoonstellingen tot interactieve activiteiten, zoals gesimuleerde opgravingen en het roeien in een replica van een Romeinse boot. Bij een twintigtal van deze activiteiten zijn onder de bezoekers enquêtes afgenomen om een beeld te krijgen van wat zij van de activiteiten vinden en welke aspecten ze wel en niet belangrijk vinden. Vervolgens zijn de evaluatieresultaten van 2015 (Kramer 2015, Van den Dries et al. 2016)¹ vergeleken met die uit 2016, om na te gaan in hoeverre de bevindingen uit het voorgaande jaar werden bevestigd of dat er veranderingen waren opgetreden.

De analyse van de gegevens is uitgewerkt door medewerkers en een student van de Faculteit Archeologie, Universiteit Leiden.



Figuur 1: Locaties met activiteiten tijdens de Nationale Archeologiedagen 2016.

¹ R. Kramer, 2015. Nationale Archeologiedagen: Analyse bezoekersenquête 2015 (ongepubliceerd stagerapport Faculteit Archeologie);

M.H. van den, Dries, K.H.J. Boom en R. Kramer, 2016. 'Wij willen meer!'. Een bezoekersevaluatie van de nationale archeologiedagen. *Vitruvius* 37, 4-9.

Onderzoeksopzet

In 2016 zijn in totaal 151 enquêtes onder de bezoekers afgenomen. Dat zijn er 250 minder dan de 401 enquêtes die waren afgenomen in 2015. Dit betekent echter niet dat er minder bezoekers naar de Nationale Archeologiedagen kwamen. Integendeel, in 2015 werd het aantal bezoekers geschat op 23.000, terwijl de schatting voor 2016 op 35.000 lag. Het verschil in het aantal afgenomen enquêtes komt voornamelijk doordat er in 2016 minder enquêteurs beschikbaar waren dan in 2015.

De enquête bevatte 7 open en 14 gesloten vragen. Bij de meeste gesloten vragen was het mogelijk om een alternatief antwoord te geven indien geen van de gegeven opties van toepassing was.

Bij sommige vragen (bijv. *“Met wie bent u op deze activiteit”*) konden meerdere antwoorden worden gegeven. Bij de meer absolute vragen, zoals naar de leeftijd en het geslacht van de respondent, kon men slechts één optie aanvinken.

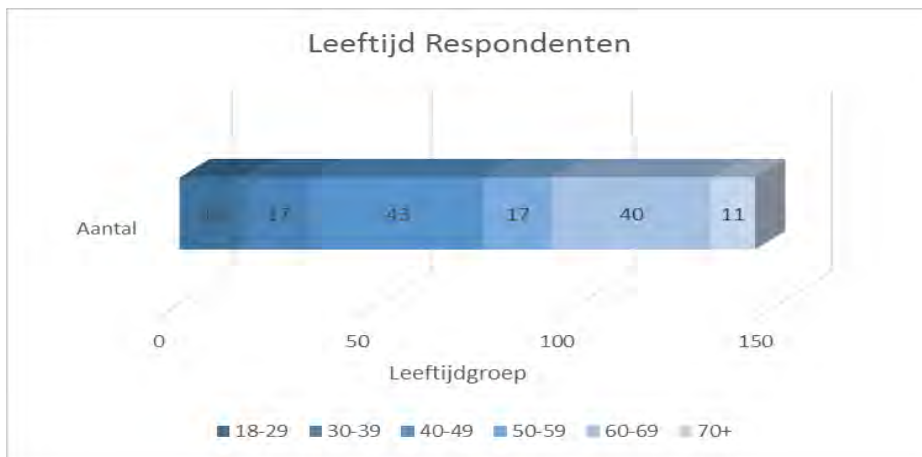
Doordat de steekproef van de enquête in verhouding met de totale populatie relatief klein is, zijn de resultaten van de enquête niet representatief voor de totale populatie. Het aantal van 151 respondenten levert bij een berekend betrouwbaarheidsinterval van 95%, een foutenmarge van 7,96% op (terwijl het streefgetal maximaal 5% is).

Bezoekersprofiel

Leeftijd

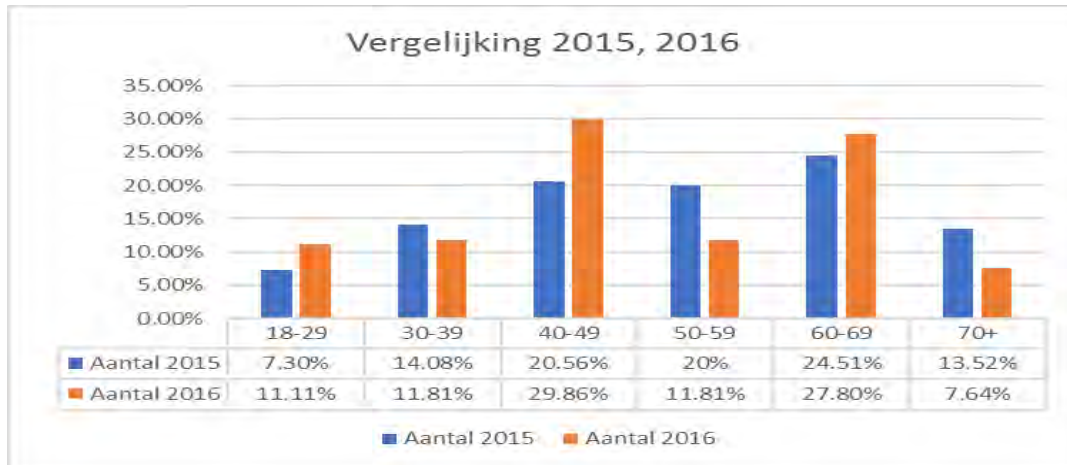
Uit de resultaten van de survey blijkt dat in 2016 bijna de helft (48,9%) van de respondenten ouder was dan 50 jaar, en slechts 22,9% jonger dan 39 jaar (figuur 2).

De gemiddelde leeftijd van de bezoekers zal ongetwijfeld lager zijn geweest dan die van de respondenten, omdat er geen enquêtes zijn afgenomen bij individuen onder de 18 jaar, maar deze wel aan de activiteiten hebben deelgenomen.



Figuur 2: Leeftijdsverdeling van de respondenten (2016).

Het demografische profiel van de volwassen deelnemers aan de enquête is niet erg verschillend ten opzichte van 2015 (figuur 3). In beide jaren werden de Nationale Archeologiedagen voornamelijk bezocht door een wat ouder publiek; in 2015 gaf 51,4% van de respondenten aan 50 jaar of ouder te zijn. Jongere generaties maken slechts een klein deel uit van het totaal aantal bezoekers.



Figuur 3: Vergelijking leeftijdsverdeling 2015/2016.

Geslacht

Uit de resultaten van de enquête uit 2016 blijkt dat circa 52% (73) vrouw was en 47,5% (67) man, circa 6% van de respondenten gaf geen geslacht aan (figuur 4). Deze verhouding wijkt enigszins af van de resultaten van de enquête uit 2015, waarin het aandeel mannen 50% was en van de vrouwen 47%.

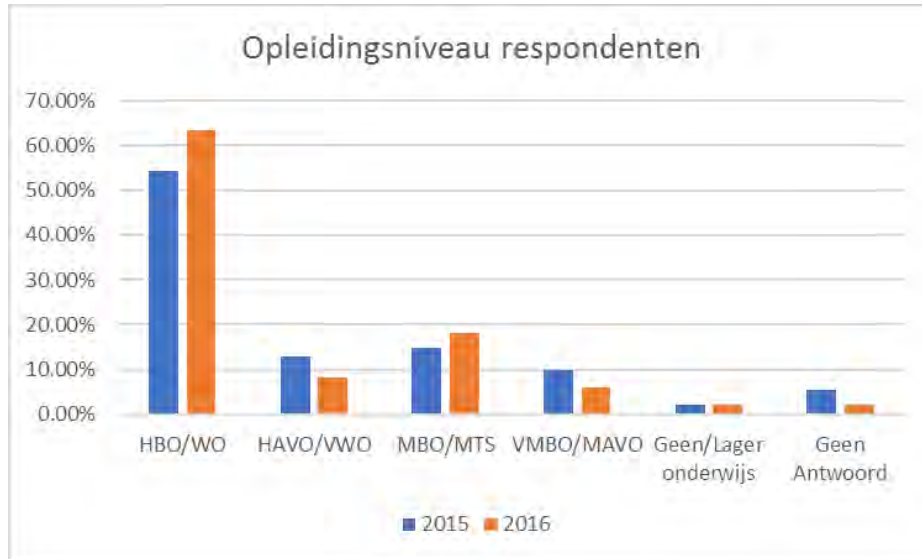


Figuur 4: Het aandeel mannelijke en vrouwelijke bezoekers in 2016.

Opleidingsniveau

Tussen het opleidingsniveau van de respondenten van 2015 en 2016 lijken geen grote verschillen te zitten (figuur 5). Het aantal respondenten met een HAVO/VWO-opleiding en die met een VMBO/MAVO-opleiding lijkt in 2016 iets lager te hebben gelegen, terwijl het aantal mensen met een HBO/WO-opleiding iets was toegenomen (ruim 60% in 2016, tegen 54% in 2015).

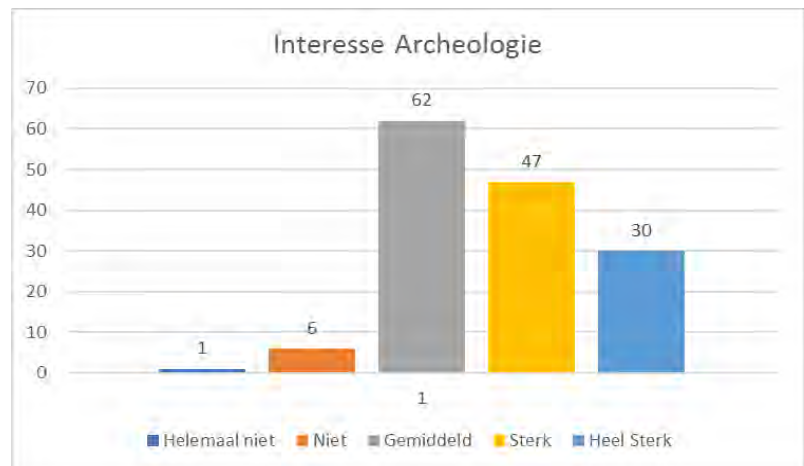
Dit hoge aantal hoogopgeleiden komt overeen met het gebruikelijke patroon dat cultuurparticipatie over het algemeen hoger is onder hoogopgeleiden en mensen van iets oudere leeftijd.²



Figuur 5: Opleidingsniveau respondenten 2015/2016.

Interesse

Op de vraag “In Hoeverre bent u geïnteresseerd in archeologie?” gaf een meerderheid van 52,7% (77 personen) aan sterk of heel sterk geïnteresseerd te zijn, terwijl slechts 4,8% aangaf ‘helemaal niet’ of ‘niet geïnteresseerd’ te zijn in archeologie. Het individu dat ‘helemaal niet geïnteresseerd’ was in archeologie gaf aan toevallig te zijn langgekomen. Van de mensen die ‘niet geïnteresseerd’ waren, gaf eveneens de helft (3) aan toevallig te zijn langgekomen. De andere individuen die niet geïnteresseerd zijn in archeologie, maar die wel van plan waren langs te

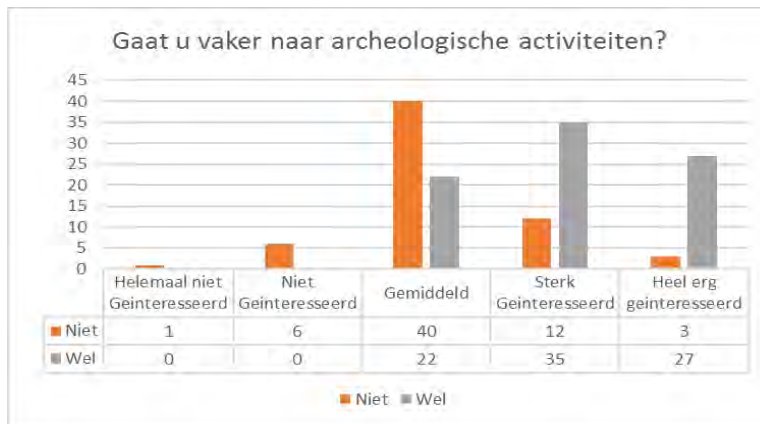


Figuur 6: Interesse voor de archeologie onder de respondenten in 2016.

² A. Van den Broek, F. Huysmans en J. de Haan, 2005. *Cultuurminnaars en cultuurmijders. Trends in de belangstelling voor kunsten en cultureel erfgoed*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

komen, hadden niet zelf het initiatief genomen maar waren met iemand anders meegekomen (gezin, uitstapje voor de kinderen).

Het lijkt er op dat archeologische activiteiten vooral mensen trekt die al geïnteresseerd zijn in archeologie, want 55,8% van de geënquêteerden zegt vaker archeologische activiteiten te bezoeken (figuur 7). Vooral de ‘heel sterk geïnteresseerden’ en ‘sterk geïnteresseerden’ (74,5%) gaan vaker naar archeologische activiteiten. Zij zijn een actieve doelgroep. Bij de andere



geënquêteerden, die zichzelf beschrijven als ‘gemiddeld’, ‘niet’ of ‘helemaal niet’ geïnteresseerd in archeologie, is de deelname aan archeologische activiteiten veel minder. Zo zegt 35,5% van de ‘gemiddeld geïnteresseerden’ vaker archeologische activiteiten te bezoeken, terwijl dit 0% is bij de ‘niet’ of ‘helemaal niet geïnteresseerden’.

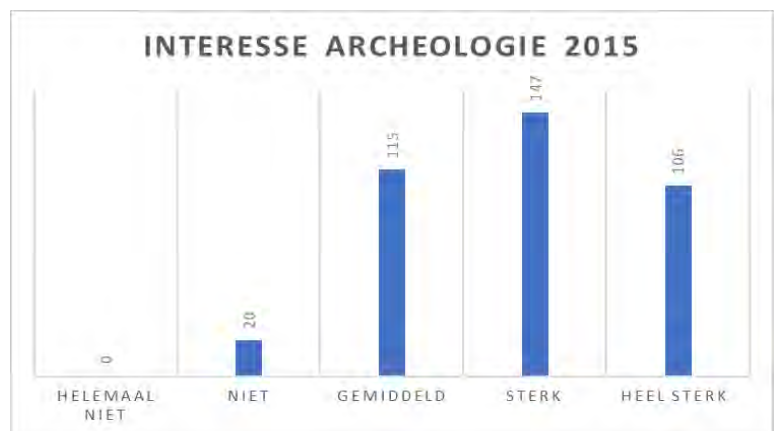
Figuur 7: Relatie tussen het bezoek aan archeologische activiteiten en de interesse in de archeologie.

De meeste ‘heel sterk’ of ‘sterk geïnteresseerden’ lieten weten dat ze hun bezoek aan de activiteiten gepland hadden, terwijl deelname bij de ‘gemiddeld’, ‘niet’ of ‘helemaal niet’ geïnteresseerden relatief vaak incidenteel was, omdat ze toevallig langs kwamen.

Het sociale aspect (samen dingen doen) lijkt dus sterk van invloed op het betrekken van minder sterk geïnteresseerden.

Vergelijking 2015/2016

De interesse van de respondenten was in 2016 niet heel anders dan in 2015 (figuur 8). Wel zijn de modale groepen verschillend: zo gaf in 2016 een meerderheid aan ‘gemiddeld’ geïnteresseerd in archeologie te zijn, in 2015 was de meerderheid ‘sterk’ geïnteresseerd. Mogelijk impliceert dit dat de Nationale Archeologiedagen van 2016 meer bezoekers hebben aangetrokken die verder (nog) niet zeer geïnteresseerd waren in archeologie.



Figuur 8: Interesse in de archeologie in 2015.

Promotie

Aan de respondenten werd ook gevraagd hoe ze van de Nationale Archeologiedagen hadden gehoord. In totaal hebben 143 respondenten deze vraag beantwoord. Hieruit blijkt dat vooral kranten/huis-aan-huisbladen (27%), Internet (24%) en vrienden/kennissen/familie (14%) de respondenten hebben geïnformeerd (figuur 9). Daarnaast geeft 27,3% aan op een andere – niet-gespecificeerde – manier van de Nationale Archeologiedagen te hebben gehoord. Soms werden publieke instellingen zoals scholen of musea genoemd.



Figuur 9: Informatiebronnen 2016.

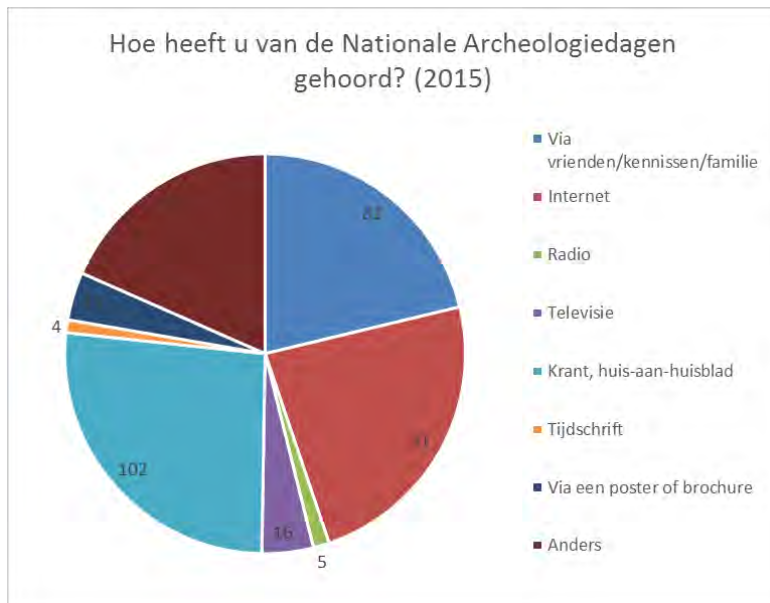
De jongere respondenten (tussen de 18 en 29 jaar oud) waren voornamelijk via kennissen of internet geïnformeerd (53,3%), waarvan 33,3% alleen via internet.

Bij de groep 29-39-jarigen gaf niemand aan informatie via een vriend/kennis/familielid te hebben gehad, wel gaf 43,8% van hen aan via internet te hebben gehoord van de Nationale Archeologiedagen. Wellicht is dit verschil deels te verklaren door de manier waarop de vraag wordt geïnterpreteerd. Zo zou het mogelijk zijn om op bijvoorbeeld Facebook van een vriend te horen dat de Nationale archeologiedagen worden georganiseerd. Hier zouden zowel de optie “Via vrienden/kennissen/familie” of “via internet” valide antwoorden zijn. Door sociale media zou men kunnen zeggen dat de grens tussen internet en vrienden/kennissen/familie vervaagd.

Bij de respondenten in de oudere leeftijdscategorieën (50-59, 60-69 en 70+) is de groep die via kennissen of internet was geïnformeerd aanzienlijk kleiner dan bij de jongere leeftijdsgroepen. In plaats daarvan geven zij aan juist vaak geïnformeerd te zijn via kranten en huis-aan-huisbladen. Bij de jongere groepen (18-29 en 30-39-jarigen) geeft juist niemand aan door middel van kranten of huis-aan-huisbladen van de Nationale archeologiedagen te hebben gehoord.

Vergelijking 2015/2016

Uit de enquêtes van zowel 2015 als 2016 blijkt dat de respondenten voornamelijk geïnformeerd worden over de activiteiten tijdens de Nationale Archeologiedagen door kranten/huis-aan-huisbladen, vrienden/kennissen/familieleden en het internet. De informatievoorziening via tijdschriften en posters was in beide jaren minimaal (figuur 10).



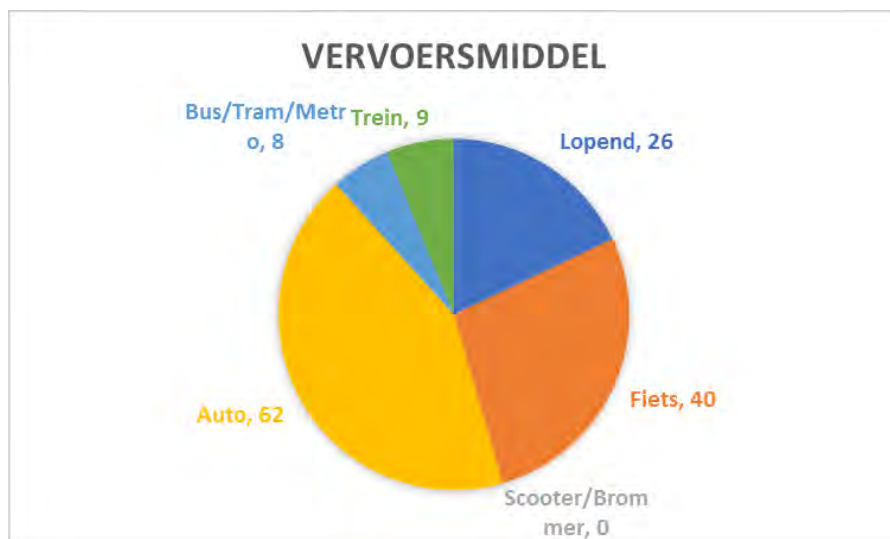
Figuur 10: Bronnen voor informatievergarig over de Nationale Archeologiedagen 2015.

Vervoer

Van de respondenten zegt 42,8% met de auto naar de activiteit te zijn gegaan, 11,7% ging met het openbaar vervoer (figuur 11).

Gezien het grote percentage respondenten dat met de auto is gegaan, kan men concluderen dat een locatie die makkelijk bereikbaar is voor automobilisten, een belangrijke factor zou kunnen zijn voor het verhogen van de bezoekersaantallen.

Omdat een aanzienlijk deel van de respondenten bij toeval op een activiteit zijn gestuit, kan ook worden aangenomen dat een locatie waar veel mensen langskomen mogelijk bijdraagt aan het vergroten van de bezoekersaantallen, aangezien daar potentiële bezoekers langskunnen komen.

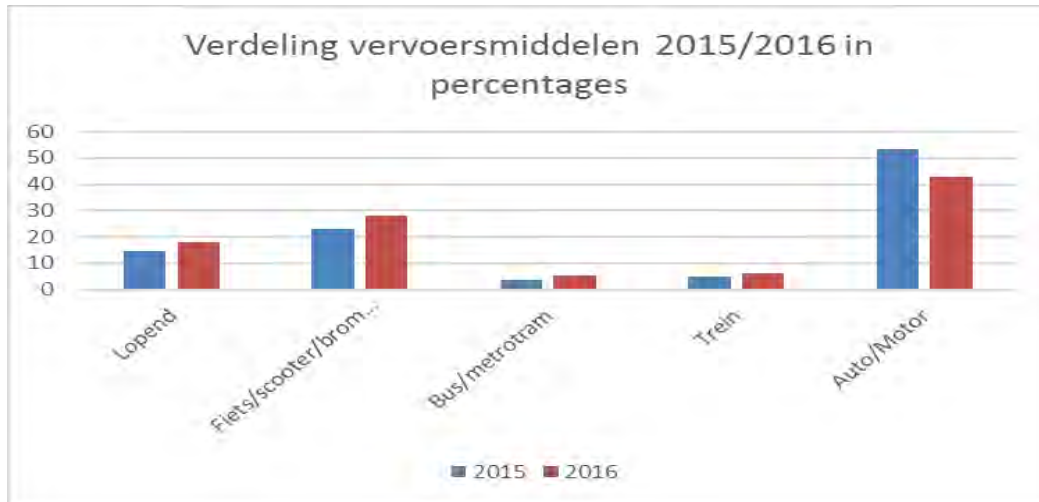


Figuur 11: Gebruikte vervoersmiddelen in 2016.

Vergelijking 2015/2016

Er lijkt geen duidelijk verschil te zijn in de wijze van vervoer in 2015 en 2016 (figuur 12). In beide jaren was de auto favoriet. Daarnaast werd ook de categorie fiets/brommer/scooter in beide

jaren relatief vaak genoemd, en werd er weinig gebruik gemaakt van het openbaar vervoer (circa 10%).



Figuur 12: Vergelijking vervoersmiddelen 2015/2016.

Met wie?

Uit de survey bleek eerder dat maar liefst 47,3% van de respondenten ‘gemiddeld’ of ‘minder dan gemiddeld’ geïnteresseerd is in de archeologie (figuur 6). Veel van deze bezoekers met een ‘neutrale houding’ ten opzichte van de archeologie gaven aan voornamelijk naar de Nationale Archeologiedagen te zijn gegaan met iemand anders. In veel gevallen blijkt dit in gezinsverband te zijn. Zo gingen 65 respondenten met hun partner naar een activiteit en 61 deden dat met de kinderen.



Figuur 13: Gezelschap met wie het bezoek werd afgelegd.

Voor veel respondenten waren meerdere antwoordopties van toepassing, omdat men bijvoorbeeld tegelijkertijd met de partner en met de kinderen naar een activiteit kan zijn geweest. Deze antwoorden zijn alle in de analyse verwerkt.

Gezien het feit dat overgrote meerderheid van de bezoekers, circa 74%, in gezinsverband naar de activiteiten is gegaan, kan men concluderen dat de activiteiten uit 2016 door veel respondenten als een geschikt kinderuitje werden gezien. Ook uit de opmerkingen van

respondenten blijkt dat de activiteiten van de Nationale Archeologiedagen door veel ouders werden gezien als een educatief evenement dat geschikt is “voor de kids”. Een van de respondenten gaf aan dat dit soort activiteiten geschikt zouden zijn als basisschooluitjes.

Geplande tijdsbesteding activiteiten

Op de vraag “In totaal, hoe lang bent u van plan bij de activiteit te blijven” antwoordde bijna een kwart (23%) dat ze van plan waren korter dan een half uur bij de activiteit te blijven (figuur 14). De grootste groep (39%) ging ervanuit tussen de 30-60 minuten bij een activiteit te blijven. Slechts een klein deel van de geënquêteerden (12%) was van plan langer dan 120 minuten te blijven. Uit de resultaten blijkt dus dat het grootste deel van de bezoekers korte bezoeken voor de activiteiten plant.

Hoe lang men van plan was te blijven, bleek mede af te hangen van het soort activiteit dat men ging bezoeken. De respondenten die bijvoorbeeld deelnamen aan de activiteiten in het RMO, gaven een geplande bezoeksduur die gemiddeld tussen de 120-180 minuten lag. Dit was in sterk contrast met de respondenten in Oss, waar niemand van plan was om langer dan een uur te blijven. Voor enkele andere *interactieve* activiteiten, zoals “ranking the pots”, werd eveneens ruim de tijd genomen.

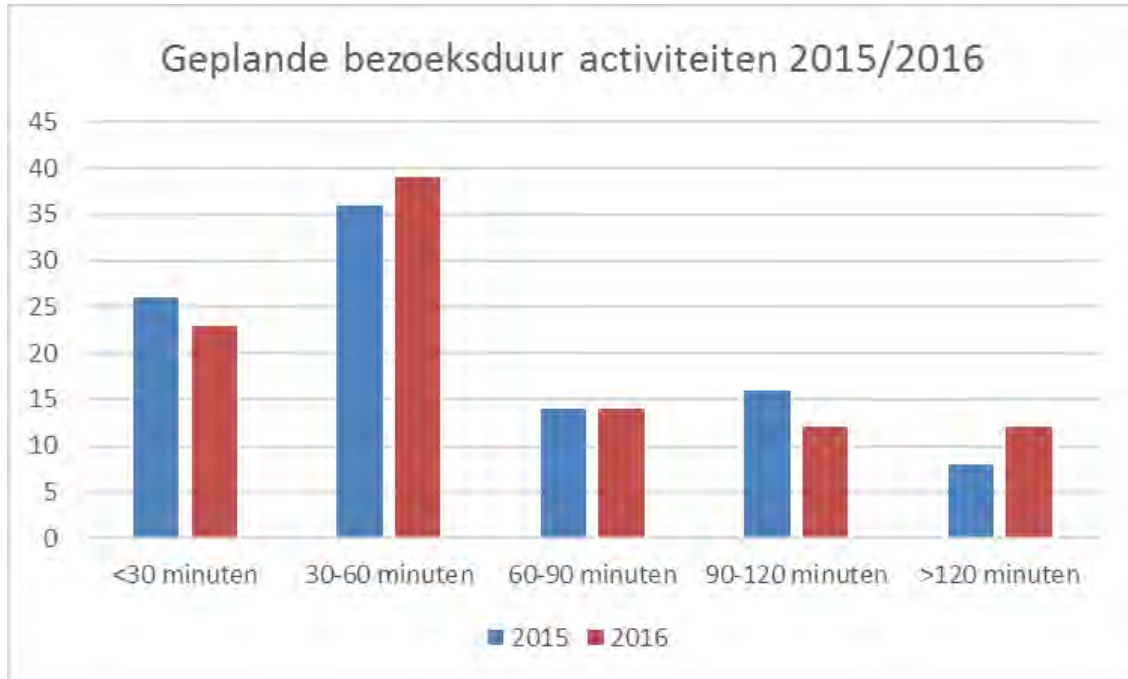


Figuur 14: Geplande duur van het bezoek in 2016.

Over het algemeen plande men voor activiteiten in musea een relatief lange bezoeksduur en er werd meer tijd gereserveerd voor ‘indoor’-activiteiten dan voor ‘outdoor’-activiteiten.

Vergelijking 2015/2016

Uit figuur 15 blijkt dat de geplande bezoeksduur in 2016 niet heel veel anders was dan in 2015. Duidelijk is dat een meerderheid van ongeveer 60% in zowel 2015 als 2016 een bezoeksduur van minder dan een uur voor ogen had. Er lijkt dus iets voor te zeggen om de tijdsduur van de activiteiten enigszins aan deze voorkeur aan te passen en activiteiten zo in te plannen dat de activiteiten ongeveer een uur tot anderhalf uur duren. Daar staat tegenover dat uit de enquête van 2015 naar voren kwam dat men vaak langer bleef dan gepland wanneer de activiteiten de interesse voldoende konden vasthouden.



Figuur 15: Vergelijking geplande bezoekduur 2015/2016.

Verwachtingen

Op de open vraag “*Wat verwachtte u van deze activiteit*” gaven de respondenten een breed scala aan antwoorden (figuur 16). Niettemin blijkt voor de meeste bezoekers educatie of ‘iets nieuws leren’ de voornaamste verwachting te zijn. Daarnaast gaven veel respondenten aan dat ze verwachtten informatie op te doen over de lokale geschiedenis. Voor anderen was de verwachting specifiek. Zo gaven meerdere individuen aan dat ze verwachtten hun kennis over de Romeinse periode te vergroten. Dit kan het gevolg zijn van het feit dat de Romeinen veelvuldig aan bod kwamen in verschillende activiteiten.

In sommige gevallen waren de antwoorden specifiek gerelateerd aan de activiteit; zo gaven meerdere bezoekers van Matilo (Leiden) aan een ‘replicaboot’ te verwachten.

Een andere verwachting die door veel respondenten werd genoemd, was dat de activiteiten geschikt en leerzaam zouden zijn voor de kinderen. In sommige gevallen hoopte men de interesse en nieuwsgierigheid voor de geschiedenis en archeologie te wekken bij de kinderen.

Naast educatie werden ook ‘een leuk uitje’ of ‘vondsten bekijken’ door veel respondenten benoemd als verwachting van de activiteiten.



Figuur 16: Wordcloud met de kernwoorden uit de geuite verwachtingen in 2016.

Tevredenheid

Op de vraag “Bent u tevreden met uw bezoek aan deze activiteit” gaf een overgrote meerderheid van de respondenten (90%) aan ‘tevreden’, of ‘zeer tevreden’ te zijn (figuur 17). Van de respondenten die aangaven zeer ontevreden te zijn, gaf de helft (4 van de 8) geen reden en twee respondenten meldden dat er geen zwakke punten waren bij de activiteit.

De vier zeer ontevreden respondenten die wel zwakke punten benoemden, hadden een fundamenteel aspect bij de activiteit gemist. Zo zei een persoon die zeer ontevreden was over de activiteit in Oss, dat het ‘zwaard’ mistte. Hij/zij herhaalde deze klacht door ook aan te geven dat er ‘te weinig items’ in de collectie aanwezig waren.

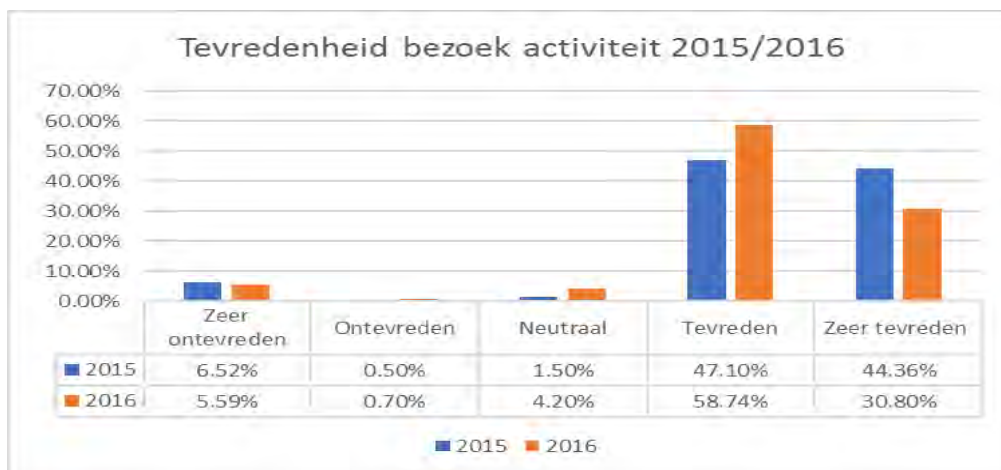
De meerderheid van de respondenten gaf echter aan tevreden tot zeer tevreden te zijn met de activiteiten, wat impliceert dat de huidige setup van de activiteiten adequaat is en positief ontvangen werd.



Figuur 17: Mate van tevredenheid 2016

Vergelijking 2015/2016

Over het algemeen lijken de resultaten van 2016 veel op die van 2015 (figuur 18). Wel gaf in 2016 een kleiner percentage respondenten aan ‘zeer tevreden’ te zijn, terwijl het percentage ‘tevreden’ respondenten in 2016 hoger was dan in 2015.



Figuur 18: Tevredenheid in 2015 en 2016.

Belangrijke aspecten bij archeologische activiteiten

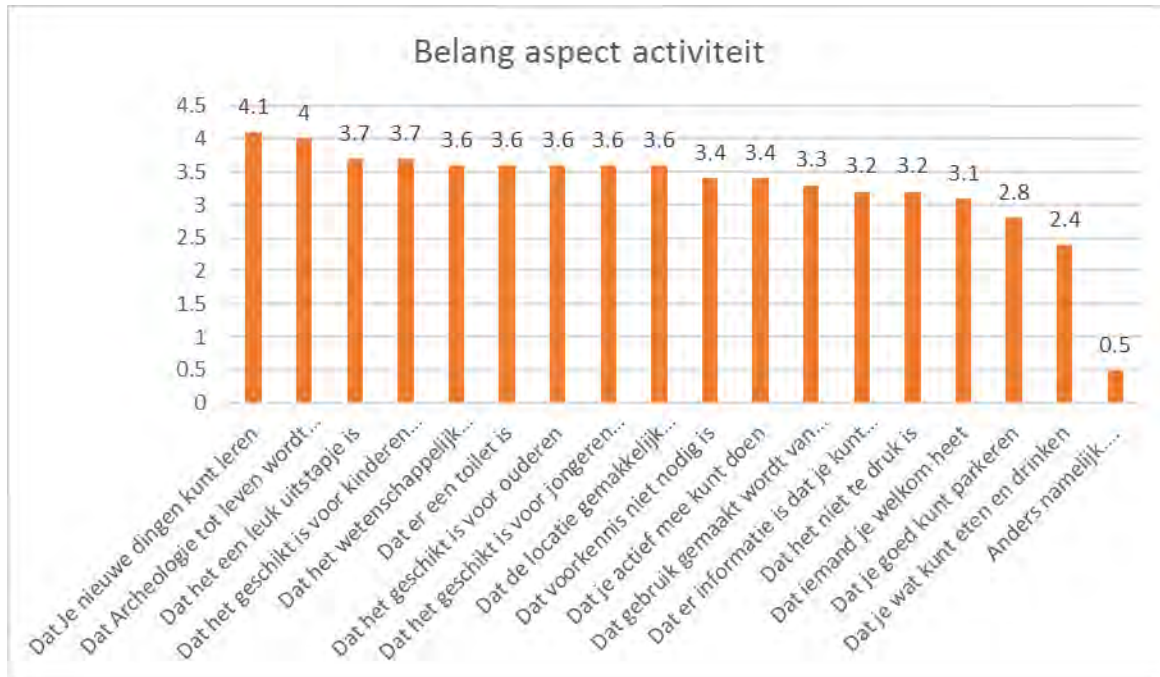
Vraag 11 van de survey vroeg aan de respondenten wat ze belangrijk vinden met betrekking tot archeologische activiteiten en legde vervolgens 18 opties voor (figuur 19).

Wat vindt u belangrijk bij een archeologische activiteit? Geef aan per onderwerp.

	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Gemiddeld belangrijk	Belangrijk	Heel belangrijk
A: Dat het een leuk uitstapje is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B: Dat je nieuwe dingen kunt leren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C: Dat je actief mee kunt doen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D: Dat iemand je welkom heet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E: Dat je wat kunt eten en drinken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F: Dat het geschikt is voor kinderen (basisschool)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
G: Dat het geschikt is voor jongeren (middelbare school)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
H: Dat het geschikt is voor ouderen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I: Dat de locatie gemakkelijk bereikbaar is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J: Dat je goed kunt parkeren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
K: Dat het niet te druk is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L: Dat het wetenschappelijk verantwoord is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
M: Dat voorkennis niet nodig is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
N: Dat archeologie tot leven wordt gebracht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O: Dat gebruik gemaakt wordt van moderne media	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
P: Dat er informatie is die je mee kunt nemen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q: Dat er een toilet is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
R: Anders, namelijk...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Figuur 19: Vraag 11 - "Wat vindt u belangrijk bij een archeologische activiteit"?

De antwoorden zijn vertaald naar een 5-puntsschaal om de gemiddeldes te kunnen berekenen (figuur 20). Hierbij stond 'helemaal niet belangrijk' gelijk aan een 1, 'heel belangrijk' aan een 5. Een hoog gemiddelde geeft dus aan dat veel respondenten veel belang hechten aan dat bepaalde aspect.



Figuur 20: Het belang van de voorgeslede keuzes, berekend als gemiddelde waarden.

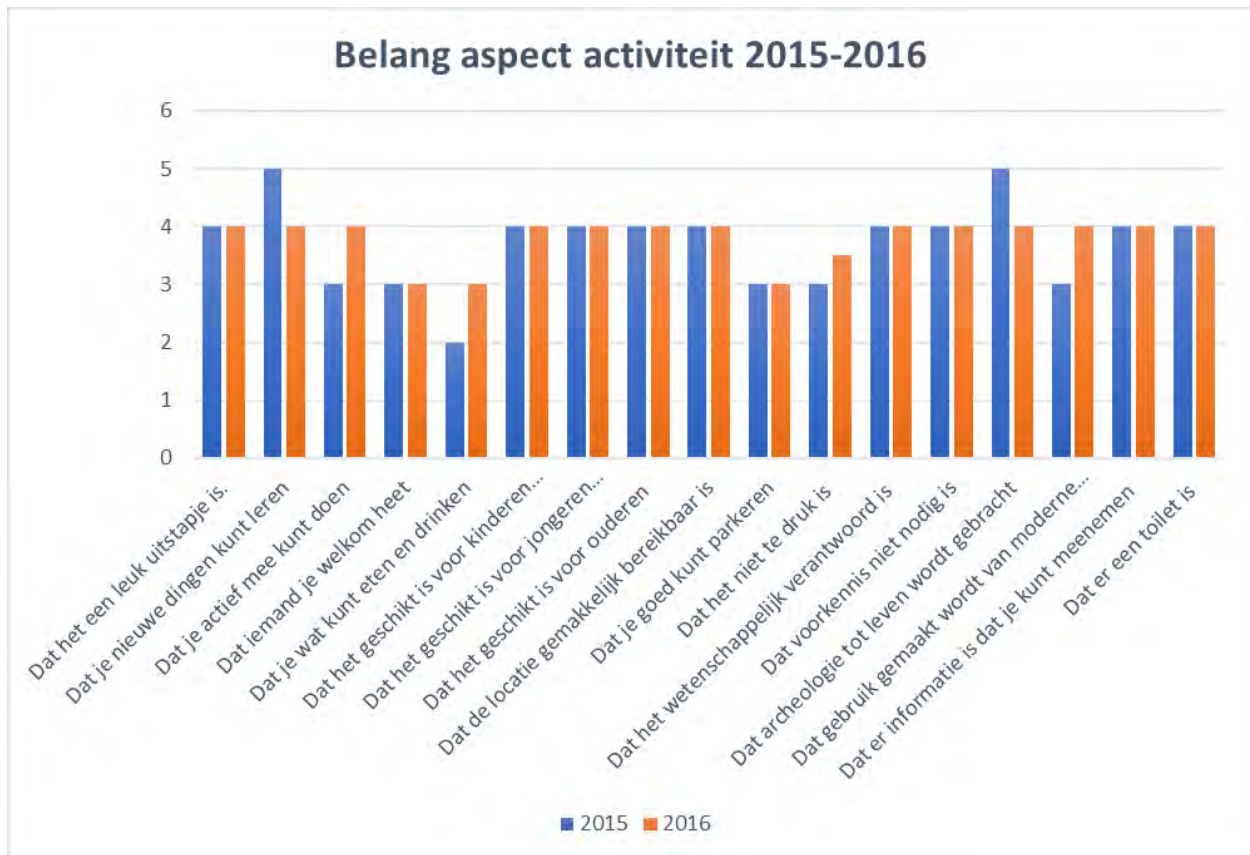
Uit de resultaten blijkt dat 'leerzaamheid', 'archeologie tot leven brengen' en 'dat het een leuk uitstapje is' de belangrijkste aspecten zijn voor de respondenten. Daarnaast blijkt ook dat veel respondenten het belangrijk vinden dat de activiteiten geschikt zijn voor kinderen en jongeren, en dat het wetenschappelijk verantwoord is.

Men vond 'de mogelijkheid om iets te eten of te drinken', 'dat je goed kunt parkeren' en dat 'iemand je welkom heet' minder belangrijk. Opmerkelijk is dat 'gebruik van moderne media' met een gemiddelde van 3,3 ook niet bijzonder hoog op de ranglijst staat. Dit komt niet alleen door het grote aandeel oudere respondenten, want ook jongere respondenten (18-29 en 30-39-jarigen) vonden het gebruik van moderne media niet belangrijker dan de ouderen.

Tevens blijkt dat wat men belangrijk vindt, voor een groot deel overeenstemt met wat men verwacht van de activiteiten. Zo bleken 'educatie/leerzaamheid' en 'leuk' primaire verwachtingen van de bezoekers en dit waren ook precies de aspecten die door het merendeel van de respondenten als belangrijk worden beschouwd voor archeologische activiteiten.

Vergelijking 2015/2016

Voor de vergelijking tussen 2015 en 2016 zijn de mediaanwaarden van beide jaren gebruikt (figuur 21). Uit de resultaten blijkt dat de verschillen tussen wat men als belangrijk ervaarde in 2015 niet heel anders is in 2016. Zo gaven de respondenten uit zowel 2015 als 2016 aan dat ze “het leren van nieuwe dingen” en “archeologie tot leven brengen” de belangrijkste aspecten van de activiteiten vinden. Verder blijkt dat de respondenten van 2016 “het gebruik maken van moderne media” belangrijker vinden dan de respondenten uit 2015. De toename in belang van moderne media zou een weerspiegeling kunnen zijn van de toenemende rol die moderne media in het dagelijks leven speelt en de continu verbredende mogelijkheden die het biedt.



Figuur 21: Vergelijking van wat men belangrijk vindt in 2015/2016. In deze grafiek zijn medianen gebruikt voor de vergelijking.

Sterke en zwakke punten

Tot slot kregen de respondenten twee open vragen waarin ze sterke en zwakke punten konden benoemen van de activiteiten die ze hadden bezocht. Hoewel er een grote diversiteit aan sterke en zwakke punten werd genoemd, keerden een aantal kernwoorden regelmatig terug (figuur 22). Zo gaven veel respondenten aan de ‘uitleg’, ‘interactiviteit’, en ‘educatie/informatie/leerzaamheid’ te appreciëren. Verder geven veel respondenten aan dat

het kindvriendelijk zijn van de activiteiten als een sterk punt werd gezien. Over het algemeen bleek dat wat men als sterke punten zag, sterk gerelateerd was aan wat men van de activiteit verwachtte.



Figuur 22: De 20 meest voorkomende kernwoorden die voortkwamen uit de vraag "Kunt u sterke punten van deze activiteit noemen?"

Op de vraag "Kunt u enkele zwakke punten noemen van deze activiteit", gaf een groot deel van de respondenten aan geen zwakke punten te kunnen benoemen. De zwakke punten die wel door de respondenten werden aangegeven varieerden sterk per activiteit. Zo zei een aantal van de respondenten in Oss (circa 19%), dat "kleinschaligheid" een zwak punt was van de activiteit, terwijl dit bij de andere activiteiten sporadisch als zwak punt werd aangemerkt.

Omdat elke activiteit uniek is, zijn de zwakke punten dat ook, waardoor het onmogelijk is om conclusie te trekken met betrekking tot alle activiteiten. Wel kan worden gezegd dat "gebrek aan begeleiding" en "organisatorische problemen" relatief vaak worden benoemd als 'algemeen' zwakke punten van de activiteiten.

Vergelijking 2015/2016

De voornaamste pluspunten en minpunten waren in 2016 niet aanzienlijk anders dan in 2015. Zo werd in beide jaren 'uitleg' het vaakst aangegeven als een sterk punt van de activiteiten. Daarnaast werden ook 'leerzaamheid' en 'verschillende vormen van interactiviteit' geprezen als sterke aspecten van de activiteiten in zowel 2015 als 2016.

In het rapport uit 2015 werd aangegeven dat de zwakke punten veelal de presentatie van artefacten betrof. Dit gaat ook op voor de activiteiten uit 2016. Zo werd bij museale activiteiten regelmatig aangegeven dat er (1) te weinig is tentoongesteld of (2) de tentoonstelling niet overeenstemt met wat er verwacht werd.

Een ander aspect dat in zowel 2015 als 2016 frequent als zwak punt werd aangegeven is 'schaal' of 'ruimte'. Zo gaven meerdere respondenten aan dat de ruimte waarin een activiteit werd georganiseerd te 'klein' of 'kleinschalig' was. Verder werd zowel in 2015 als in 2016 aangegeven dat sommige activiteiten 'slecht zichtbaar' waren of 'slecht bereikbaar voor invaliden'. Het is dan ook aan te bevelen om voorafgaand aan de activiteiten in 2017 duidelijk te maken voor welke doelgroepen een activiteit geschikt is.

Conclusie en aanbevelingen

In dit rapport zijn de resultaten van de enquête van 2016 gepresenteerd en vergeleken met de resultaten uit de enquête van 2015. In de meeste gevallen lijken de bevindingen van 2016 veel op die van 2015, hoewel de steekproef van 2016 kleiner was. Het demografische profiel van de respondenten vertoonde veel gelijkheid, behalve dat er in 2016 iets meer vrouwen deelnamen aan het onderzoek. Verder waren de respondenten – en dus waarschijnlijk de bezoekers – voornamelijk van middelbare leeftijd en hoogopgeleid. In 2017 zou er extra aandacht kunnen worden besteed aan het trekken van andere, jongere mensen, bijvoorbeeld door de activiteiten aan te passen en nieuwe (sociale) media meer te benutten bij het promoten van de activiteiten. Aangezien vrij veel mensen in het gezelschap van gezinsleden (kinderen) deelnamen aan de activiteiten en tamelijk veel respondenten deze activiteiten als ‘uitermate geschikt voor kinderen’ beschouwden, zouden de Nationale Archeologiedagen wellicht kunnen worden aanbevolen als uitje voor basisscholen.

Uit de enquête van 2016 blijkt dat de meeste respondenten tevreden waren over de activiteiten. Dat gold voor alle profielgroepen. Toch zijn er ook verbeterpunten. Zo werd in zowel 2015 als 2016 door sommige respondenten aangegeven dat er niet aan hun verwachtingen werd voldaan. Dat impliceert dat het aan te bevelen is om (nog meer) heldere informatie te verstrekken per activiteit, bijvoorbeeld door op de website (met behulp van symbolen) aan te geven wat de activiteit exact inhoudt en hoe lang deze gaat duren. Op die manier kunnen potentiële bezoekers eenvoudiger een activiteit kiezen die hen aanstaat.

Verder gaf een groot deel van de respondenten aan niet langer te willen blijven dan een uur. Dat betekent dat het aan te bevelen is om activiteiten te plannen die binnen die tijdspanne passen, of om verschillende activiteiten te organiseren, zodat de bezoekers kunnen bepalen waaraan ze wel of niet willen deelnemen. Dit werd op een aantal locaties gedaan en zeer geapprecieerd door de bezoekers.

Concluderend blijkt dat de Nationale Archeologiedagen overwegend positief worden ontvangen door alle respondenten en lijken te voorzien in een behoefte bij het publiek.

