

onderzoek in de cultuursector



**Letty**  
**Ranshuysen**

Postbus 25324

3001 HH Rotterdam

Telefoon (010) 4361548

Telefax (010) 2250286

E-mail [letty@lettyranshuysen.nl](mailto:letty@lettyranshuysen.nl)

[www.lettyranshuysen.nl](http://www.lettyranshuysen.nl)

## **BELEVEN HOE HET VROEGER WAS**

**GEZINNEN, 50-PLUSSERS EN EXCURSIEGROEPEN  
OVER HET ZUIDERZEEMUSEUM**

**Letty Ranshuysen**  
**Anna Elffers**  
**Rotterdam, juli 2004**

## **INHOUDSOPGAVE**

<b>1 INLEIDING</b>	<b>3</b>
1.1 Onderzoeksdoelstelling	3
1.2 Onderzoeksopzet	3
1.3 Leeswijzer	4
<b>2 EEN DAGJE UIT (NAAR HET ZUIDERZEEMUSEUM)</b>	<b>5</b>
2.1 Bezoekgeschiedenis en herhalingsbezoek aan het Zuiderzeemuseum	5
2.2 Motivatie voor een dagje uit (naar het Zuiderzeemuseum)	5
2.3 Oriëntatie op een dagje uit (naar het Zuiderzeemuseum)	7
2.4 Internet	9
2.5 De belangrijkste concurrenten	10
<b>3 DE INHOUD VAN HET MUSEUM</b>	<b>11</b>
3.1 Verwachtingen	11
3.2 Het buitenmuseum	12
3.3 Het binnenmuseum	14
3.4 Verdieping versus attractie	15
3.5 Groepsarrangementen	15
<b>4 PRAKTISCHE FACTOREN</b>	<b>17</b>
4.1 Horeca en winkels	17
4.2 Informatieverstrekking in het museum	18
4.3 Prijzen en kaartsoorten	18
4.4 Vervoer	20
4.5 Openings tijden	21
4.6 Voor kinderen	21
4.7 Toegankelijkheid	22
<b>5 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN</b>	<b>23</b>
<b>BIJLAGE 1: DEELNEMERS GROEPSDISCUSSIES</b>	<b>28</b>
<b>BIJLAGE 2: CONCURRERENDE BESTEMMINGEN</b>	<b>30</b>

# 1 INLEIDING

Het Zuiderzeemuseum verzamelt sinds vijf jaar veel kwantitatieve gegevens over haar publiek. Op basis daarvan is het inzicht in het publiek onder de medewerkers toegenomen, maar het is nog niet volledig. Aan het begin van een nieuwe beleidsperiode heeft het museum behoefte om naast de kwantitatieve gegevens ook meer kwalitatieve informatie te verzamelen. Waarom heeft het bereikte publiek voor dit museum gekozen, hoe beleeft dit publiek het museum en wat zijn specifieke wensen en behoeften van kansrijke doelgroepen? Om die reden is Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen gevraagd een kwalitatief onderzoek uit te voeren onder bestaand en potentieel publiek.

## 1.1 Onderzoeksdoelstelling

Het Zuiderzeemuseum is op zoek naar meer handvatten om meer bezoekers te kunnen werven. De staf wil meer inzicht krijgen in de totstandkoming van de beslissing om het Zuiderzeemuseum te bezoeken bij verschillende doelgroepen. Om zo goed mogelijk aan verwachtingen van de bezoekers te kunnen voldoen, wil de staf ook meer weten over de wensen en behoeften ten aanzien van het museum. Er zijn drie kansrijke doelgroepen geselecteerd waarover de museumstaf graag meer wil weten: gezinnen, 50-plussers en groepen die een dagje uit willen. De doelstelling van het onderzoek is:

**Inzicht krijgen in bezoekmotieven, oriëntatiewijzen, wensen, behoeften en ervaringen ten aanzien van het Zuiderzeemuseum van gezinnen, 50-plussers en bezoekers die in groepsverband komen, zodat deze doelgroepen op een effectieve manier kunnen worden geworven en het museum dusdanig kan worden ingericht dat het zo veel mogelijk aan de verwachtingen van deze doelgroepen voldoet.**

## 1.2 Onderzoeksopzet

Als onderzoeksmethode is gekozen voor groepsdiscussies met leden van de drie geselecteerde doelgroepen. Door enquêtes heeft het museum een algemeen beeld van het publiek gekregen aan de hand van vooraf vastgelegde antwoordcategorieën. Tijdens een groepsdiscussie staat het perspectief van de te onderzoeken groep echter veel meer centraal. Door de open benadering kunnen er onvermoede dimensies worden opgespoord van de motivatie en beleving van het publiek. Er is aandacht voor het gedrag, de denkbeelden, de emoties, de motieven en de specifieke context van de centraal gestelde groepen. Met deze werkwijze wordt dus geen representatieve steekproef getrokken om zo te achterhalen wat de behoeften zijn van de gemiddelde bezoeker. Door met minder mensen meer uitgebreid te spreken is gezocht naar een dieper gaand beeld van de behoeften, ervaringen en wensen van de drie doelgroepen.

Er is in totaal met 26 personen gepraat die over de volgende drie panels waren verdeeld<sup>1</sup>:

**Gezinnen:** ouders die de afgelopen jaren met hun kinderen een bezoek brachten aan het Zuiderzeemuseum. De meeste leden van dit panel komen uit de omgeving van Enkhuizen. Het zijn veelal geen frequente museumbezoekers.

**50-plussers:** mensen in die leeftijdsfase, die de afgelopen jaren een bezoek aan het Zuiderzeemuseum brachten. De meeste leden van dit panel zijn geïnteresseerd in cultuurhistorie. Ze maken regelmatig dagtochtjes, waarbij vaak musea wordt bezocht, en hebben vaak een Museumkaart. De meerderheid van hen woont in Amsterdam.

**Groepsboekers:** Personen die de afgelopen jaren een groepsexcursie naar het Zuiderzeemuseum hebben georganiseerd. Zij komen vanuit heel Nederland.

---

<sup>1</sup> In bijlage 1 zijn de individuele panelleden beschreven. Hieruit blijkt dat sommige paneldeelnemers niet helemaal voldeden aan de selectiecriteria. Zo stuurde ouders hun inmiddels volwassen dochter naar de groep 'gezinnen' en bleken twee 50-plussers vaders van jonge kinderen te zijn. Met deze persoonsgebonden contexten is rekening gehouden bij de verwerking van de notulen.

### 1.3 Leeswijzer

Sommige van de navolgende paragrafen beginnen met een samenvatting van uitkomsten uit de MuseumMonitor 2003 die voor de inhoud van die paragraaf relevant zijn. Door middel van een heranalyse van de data betreffende de steekproef in het Zuiderzeemuseum<sup>2</sup> is nagegaan in hoeverre de drie centraal gestelde groepen (gezinnen, 50-plussers en groepsexcursies) van elkaar verschillen.

Hoofdstuk 2 schetst eerst een algemeen beeld van het gedrag van de drie doelgroepen bij het ondernemen van uitjes en specifiek bij een bezoek aan het Zuiderzeemuseum. Waarom kozen zij voor het Zuiderzeemuseum? Hoe oriënteren ze zich wanneer ze een dagje uit gaan? Wat zijn de belangrijkste concurrenten?

Hoofdstuk 3 gaat dieper in op de beleving van de inhoud van het Zuiderzeemuseum door de drie doelgroepen. Wat bevalt hen aan het museum en wat juist niet? Wat zijn sterke en zwakke punten en waarom?

Hoofdstuk 4 gaat in op praktische factoren die een rol spelen bij de waardering van een bezoek aan het Zuiderzeemuseum. Factoren als toegangsprijzen, horeca en winkels en vervoer komen in dit hoofdstuk aan de orde.

Het rapport wordt in hoofdstuk 5 afgesloten met conclusies, die worden vertaald naar concrete aanbevelingen voor bijstellingen in het publieksbeleid.

In de eerste drie hoofdstukken worden alle paragrafen kort samengevat. Deze gedeeltes zijn vet en schuin gedrukt. Degenen die zich de inhoud van dit rapport snel eigen willen maken, kunnen eerst deze samenvattingen lezen en dan het slothoofdstuk. Om een goed beeld te krijgen van wat er in de groepsdiscussies allemaal naar voren is gebracht, is het noodzakelijk om het gehele rapport te lezen. Hierdoor ontstaat een groter begrip van wat de (potentiële) bezoeker drijft.

Bij de interpretatie van de navolgende onderzoeksuitkomsten dient de lezer te beseffen dat de beschreven doelgroepen niet representatief zijn voor alle gezinnen, alle 50-plussers en alle groepen. Bij alledrie panels gaat het om personen die het Zuiderzeemuseum hebben bezocht en daar dus meer over weten dan de gemiddelde Nederlander. Voor de gezinnen geldt dat het hier vooral gaat om gezinnen uit de omgeving van Enkhuizen die 1 tot 3 keer per jaar een museum bezoeken. Voor de 50-plussers geldt dat het grotendeels om frequente museumbezoekers gaat.

---

<sup>2</sup> De MuseumMonitor 2003 bevat een steekproef van 168 bezoekers uit het Zuiderzeemuseum.

## 2 EEN DAGJE UIT (NAAR HET ZUIDERZEEMUSEUM)

### 2.1 Bezoekgeschiedenis en herhalingsbezoek aan het Zuiderzeemuseum

Uit de MuseumMonitor 2003 is bekend dat de helft van de bezoekers van het Zuiderzeemuseum voor het eerst komt, een kwart van het publiek is binnen één jaar teruggekomen.

#### Gezinnen

Bij gezinnen zijn doe-musea en openluchtmusea populair, met name bij degenen die van huis uit geen musea bezoeken. Veel panelleden kennen het Zuiderzeemuseum doordat familieleden er in de buurt wonen. Het Zuiderzeemuseum was voor sommige het eerste museum dat ze ooit bezochten, daarna zijn ze ook andere musea gaan bezoeken. Anderen houden het bij het Zuiderzeemuseum. De kinderen zijn vaak de aanleiding om te gaan. Kinderen die er in het verleden zijn geweest blijken zich het museum nog steeds goed te kunnen herinneren, vertellen hun ouders. Veel van de deelnemers komen regelmatig terug: "Ik probeer één keer per jaar te komen. Ik kom voor de gezellige sfeer die er hangt. Het verveelt nooit en is nog elke keer verrassend." Vaak is er een aanleiding om nog eens te gaan, bijvoorbeeld een familiedag of verjaardag. Sommige liefhebbers gaan wel 10 keer per jaar: "Er is gewoon zo veel te zien." Dat de kaart voor het binnenmuseum nog een jaar geldig is valt in goede aarde, het is alleen erg jammer dat het publiek niet altijd bekend blijkt te zijn met deze mogelijkheid.

#### 50-plussers

In de groep met 50-plussers zit een aantal mensen die het Zuiderzeemuseum al heel lang kennen. Zij kwamen er bijvoorbeeld al tijdens een voorbezichtiging toen het net open ging. Men herinnert zich dat het museum toen nog niet zo levend was als nu. Men blijkt graag terug te komen: "Ik kwam voor het eerst met een bedrijfsuitje: dat was heel vermoeiend, want men was meer met elkaar bezig dan met het museum, ik ben toen nog eens terug gegaan met mijn partner." De Museumkaart maakt het mogelijk om dat vaak te doen. Speciale evenementen, maar ook persoonlijke omstandigheden zoals de 80<sup>ste</sup> verjaardag van een oma, geven goede aanleidingen om nog eens te gaan: "We hoopten dat oma over vroeger zou gaan vertellen. Dat mislukte, want de kinderen wilden alles zelf doen en zien. Maar iedereen had het naar zijn zin." Een fanatieke bezoeker heeft er elk jaar weer moeite mee als het seizoen is afgelopen: "De herfstvakantie is echt afscheid nemen."

#### Groepsboekers

Excursiegroepen komen doorgaans maar één keer naar het Zuiderzeemuseum. Wel gaan de organisatoren ervan vaak op verkenningsbezoek voorafgaand aan het groepsbezoek. Het blijkt dat de groepsboekers het Zuiderzeemuseum vaak al kenden van een eerder bezoek, waardoor ze op het idee kwamen om dit museum als bestemming te kiezen voor een groepsuitje (zie ook paragraaf 2.3).

***Het Zuiderzeemuseum is veelal al lang geleden voor het eerst bezocht, vaak met iemand die in de buurt van het museum woont. Dit museum leent zich - behalve voor excursiegroepen - uitstekend voor herhalingsbezoek. Een bezoek met een groep kan aanleiding geven om met een kleiner gezelschap terug te keren.***

### 2.2 Motivatie voor een dagje uit (naar het Zuiderzeemuseum)

Uit de MuseumMonitor 2003 blijkt dat 92% van het publiek van het Zuidermuseum voor het gehele museum komt, 6% komt voor een speciale expositie en 2% voor een speciale activiteit.

1: BEZOEKMOTIEVEN PUBLIEK ZUIDERZEEMUSEUM	Totaal	Gezin	50+	Groep
Om informatie op te doen (algemene kennis vergroten)	51%	54%	50%	39%
Om te recreëren (er even gezellig uit zijn)	52%	54%	46%	77%
Om inspiratie op te doen (iets moois zien)	23%	28%	22%	31%
Voor de afwisseling (iets nieuws beleven)	27%	30%	24%	39%
Om tot rust te komen (even los komen van de alledaagse drukte)	19%	14%	18%	8%

Bron: MuseumMonitor 2003

Tabel 1 (zie vorige pagina) toont dat het publiek van het Zuiderzeemuseum even vaak naar dit museum komt om te recreëren (52%) als om iets te leren (51%). Een vijfde (21%) combineert beide motieven. De motieven 'inspiratie opdoen' en 'voor de afwisseling' zijn door een kwart aangegeven en een vijfde komt om tot rust te komen.

### **Gezinnen**

Tabel 1 toont dat gezinnen even vaak voor de gezelligheid komen als om iets te leren. Uit de groepsdiscussie blijkt echter dat ze vooral op zoek zijn naar een gezellig dagje uit. De panelleden vinden het wel leuk dat de kinderen tijdens zo'n dagje iets opsteken, maar dat staat niet voorop. De behoefte aan sfeer en gezelligheid is groot en het Zuiderzeemuseum voldoet uitstekend aan die behoefte, blijkt uit opmerkingen, zoals: "In het Zuiderzeemuseum kom ik voor de gezelligheid, in het Rijksmuseum om echt cultuur te snuiven" of "Een museum met scherven boeit me niet, dat is me te abstract. In het Zuiderzeemuseum kun je echt iets beleven."

Gezinnen uit de streek vinden het leuk om dingen te herkennen. Het zelf aan den lijve ondervinden hoe het vroeger was, spreekt deze groep ook erg aan. Het Zuiderzeemuseum wordt gebruikt om vrienden uit het buitenland of de kinderen daar iets van te laten zien. Voor de kinderen zoek en ouders naar een combinatie tussen leuk en leerzaam. Men vindt het Zuiderzeemuseum geschikt voor het hele gezin, want: "Iedereen vindt er iets van zijn gading." De panelleden beslisten doorgaans een aantal dagen van tevoren om naar het Zuiderzeemuseum te gaan. Het bezoek werd niet gecombineerd met andere activiteiten, omdat "je er de hele dag zoet mee bent".

### **50-plussers**

Deze groep is voor het merendeel heel actief als het gaat om museumbezoek. Ze gaan graag naar tentoonstellingen en houden goed bij welke exposities er te zien zijn in de Nederlandse, maar ook in buitenlandse, musea. De leden van het 50+-panel houden van grotere kunstmusea, maar ook van kleinere streekmusea. In streekmusea moet er dan wel iemand zijn die er veel over weet te vertellen om daar echt van te kunnen genieten. Deze panelleden gaan vaak even voor een uurtje een museum in. Men beslist doorgaans vrij kort van tevoren om te gaan. Sommigen gaan graag meerdere keren naar hetzelfde museum. De meesten hebben een Museumkaart die dat goed mogelijk maakt. Hoe meer vrije tijd men heeft, hoe vaker men ook verder weg wil reizen voor musea. Dan wordt het echt een gezellig dagje uit. Van de Amsterdammers gaan sommigen graag in eigen stad naar musea, terwijl anderen zich juist concentreren op musea buiten de stad. Die laatste groep is vooral op zoek naar ontspanning.

Deze groep is over het algemeen meer geïnteresseerd in de inhoud van een museum dan de andere twee groepen. Uit tabel 1 blijkt dan ook dat 50-plussers iets minder op recreatie zijn gericht dan gezinnen en veel minder dan leden van een groepsexkursie<sup>3</sup>. Hun interesse voor de inhoud illustreren de panelleden met: "Ik bekijk nooit alles, maar wat ik bekijk, bekijk ik intensief.", "Ik vind het heel leuk om oog in oog te staan met het echte ding" en "Mijn man en ik bekijken het museum elk in ons eigen tempo, we ontmoeten elkaar op het einde weer." Interesse in hoe het vroeger was is één van de belangrijkste drijfveren om het Zuiderzeemuseum te bezoeken.

### **Groepsboekers**

De groepsomvang van de groepen in dit panel varieert van 30 tot 500 man. Die laatste groepsomvang is wel een uitzondering. Het gaat om de gepensioneerdenvereniging van Stork, die maar liefst vijf dagen achter elkaar hetzelfde uitstapje organiseert, zodat alle 500 gepensioneerden mee kunnen. Het gaat in de meeste gevallen om groepen volwassenen zonder kinderen en soms alleen om senioren. Voor de oudere groepen geldt dat de deelnemers nog redelijk goed ter been moeten zijn om mee te kunnen gaan.

Voor alle verenigingen en bedrijven die een dagje uit gaan geldt dat gezelligheid en sociale contacten voorop staan. Tabel 1 bevestigt dit: deelnemers aan een groepsexkursie komen relatief vaak om te recreëren en relatief weinig om informatie op te doen. Vaak heeft het uitje tot doel om de contacten te verstevigen. Vandaar dat die elementen belangrijker zijn dan de bestemming. "We zien elkaar slechts één keer per jaar en bijpraten is dan echt het hoofddoel." Vandaar dat men graag langere tijd op een boot, in een bus of in een restaurant of café zit, dan is er de gelegenheid om elkaar te spreken. Toch vinden organisatoren vaak dat de groep wel wat van het reisje mag opsteken. Daarom hebben ze ter

---

<sup>3</sup> Uit divers eerder onderzoek van Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen blijkt dat cultureel actieve senioren zich relatief vaak op tentoonstellingen richten en sterk gericht zijn op verdieping in het in een museum centraal gestelde onderwerp.

plekke het liefst een gids: "Anders zien ze nog niets." Gidsen zijn echter vaak te duur voor groepen. Een goed alternatief is dan een routebeschrijving op papier, met toelichtende informatie: dat geeft ook weer aanleiding om met elkaar in gesprek te gaan. De ervaring leert dat bijna iedereen in de groep daar dan gebruik van maakt, veelal in kleine subgroepjes. Het educatieve element is echter nooit het belangrijkste: "Mijn groepen vragen er niet om, maar als je toch iets aan verdieping doet, krijgt het wel waardering."

Bestemmingen hebben vaak te maken met een onderwerp dat de groep bindt, bijvoorbeeld: een bezoek aan een scheepvaartmuseum met zeilers, een bezoek aan een technisch bedrijf met oud-ingenieurs en een bezoek aan een polder met boeren. Toch wil men ook wel 'even iets heel anders'. Zo willen Westfriezen bijvoorbeeld persé bomen zien als ze erop uit gaan, omdat ze die weinig hebben in hun eigen woonomgeving. Tabel 1 bevestigt dit: leden van groepsexcursies zijn iets vaker op 'iets nieuws beleven' gericht dan de andere twee groepen. Verrassingstochten zijn echter niet (meer) zo populair: men wil toch graag weten wat er gaat gebeuren, met name met het oog op de planning. Zo moeten boeren vaak eerder weg of komen ze wat later vanwege werkzaamheden in het bedrijf. Iets eten en drinken is een belangrijk element in een groepsuitje. Daarom is het belangrijk dat dit goed verzorgd is. Het mag, bij de meeste groepen, simpel zijn, maar het moet wel kwaliteit hebben en dat geldt ook voor de bediening. Zo willen groepen ouderen heel graag bediening bij een buffet hebben, zodat ze niet hoeven te schuttern. Jongere groepen stellen vaak een beetje luxe en bijzonder eten op prijs. De twee vertegenwoordigers van groepen boeren geven aan dat bij deze groep vooral belangrijk is dat er veel eten is, want: "Wij eten nou eenmaal erg veel". Vaak wensen groepen ook nog wat entertainment bij het eten in de vorm van een muziek- of ander optreden.

***Gezinnen, 50-plussers en groepsboekers zijn elk op zoek naar een verschillend uitje. Gezinnen zoeken naar een gezellig dagje uit waarbij voor elk gezinslid iets te beleven is, 50-plussers zijn meer gericht op educatie en kiezen vaker voor een museum als bestemming voor een uitje, voor groepen is het sociale element tijdens een uitje het belangrijkste.***

## 2.3 Oriëntatie op een dagje uit (naar het Zuiderzeemuseum)

Uit de MuseumMonitor 2003 blijkt dat ruim een derde van het publiek van Zuiderzeemuseum op grond van een eerder bezoek weer naar dit museum is gekomen, een derde ging op aanbevelingen van anderen af, een tiende had zich georiënteerd middels een vakantie- of vrije tijdsgids, een tiende was geïnformeerd door een folder van het museum en iets minder dan een tiende door internet en één op de twintig door de VVV. Uit een door een TNS/NIPO uitgevoerde meting blijkt dat de spontane naamsbekendheid van het Zuiderzeemuseum op 6% ligt en de geholpen naamsbekendheid op 62%. Hiermee ligt dit museum qua naamsbekendheid tussen Museum Boijmans Van Beuningen (67%) en het Mauritshuis (62%) in.

2: INFORMATIEKANALEN PUBLIEK ZUIDERZEEMUSEUM	Totaal	Gezin	50+
Een eerder bezoek	39%	42%	52%
Mond-tot-mondreclame	29%	36%	28%
Vakantie- of vrije tijdsgids	11%	14%	10%
Folder van het museum	10%	12%	8%
Internet	7%	10%	3%
VVV	5%	6%	2%

Bron: MuseumMonitor 2003<sup>4</sup>

### **Gezinnen**

Gezinnen blijken zich doorgaans niet heel uitgebreid te oriënteren op een dagje uit. De meesten geven aan een aantal attracties in Nederland te kennen en daar naartoe te gaan als de mogelijkheid zich voordoet. Een enkeling leest folders en tijdschriften, zoals de Kampioen van de ANWB, Libelle en

<sup>4</sup> Leden van excursiegroepen blijven in deze tabel buiten beschouwing omdat het museumbezoek voor hen is georganiseerd. Men kon meerdere informatiekanalen opgeven.

Margriet en doet zo inspiratie op. Tabel 2 toont dat uit de publieksenquête blijkt dat mond-tot-mondreclame een relatief grote rol speelt bij gezinnen.

De panelleden kennen het Zuiderzeemuseum allemaal al langere tijd. Vaak weten ze niet meer waarvan. Iemand vertelt: "Ik kende het museum van naam en fietste er een keer langs; toen dacht ik hé, is dat hier?". Men kent het museum vaag of van een bezoek in de eigen jeugd en heeft een duwtje in de rug nodig om het daadwerkelijk te bezoeken. Zo kwam iemand op het idee om weer eens naar het Zuiderzeemuseum door een stand van het museum op de Floriade. De panelleden menen dat veel mensen in hun omgeving het museum niet kennen: "Mijn man werkt op Schiphol en daar kende niemand van zijn collega's het." en "Toen we er met de school heen gingen, kende geen van mijn collega's het." Men denkt dat het museum bekender zou kunnen worden, bijvoorbeeld door een aansprekende en goed te onthouden slogan de wereld in te brengen à la *Beleef de dag van je leven in de Flevohof*. Die slogan dient helder aan te geven wat er zo uniek is aan het Zuiderzeemuseum: en dat is volgens de panelleden de *living history*. Tv is volgens de panelleden een ideaal medium om de speciale sfeer van het museum over te dragen: "Het zou goed zijn als het Zuiderzeemuseum op tv zou komen, bijvoorbeeld als locatie van een dramaserie." Twee onderwijzeressen in het panel verbazen zich erover dat ze op school nog nooit informatie over het Zuiderzeemuseum hebben ontvangen.

### **50-plussers**

De groep 50-plussers oriënteert zich voor het merendeel heel actief op museumaanbod. Men leest uitkranten, artikelen in dagbladen en (museum)tijdschriften, bijvoorbeeld in het Museumkaartmagazine ("Die lees ik van voor naar achteren"). Men kijkt ook wel op het internet naar museumsites en kijkt trouw naar het programma Museumgasten. Men richt zich op tentoonstellingen: sommigen gaan in bepaalde musea altijd de nieuwe tentoonstelling bekijken (bijvoorbeeld in het Haags Gemeentemuseum of Westfries Museum), anderen maken verre reizen speciaal voor een bepaalde tentoonstelling. Er is, kortom, een aanleiding nodig om een bepaald museum te bezoeken en dat geldt ook voor het Zuiderzeemuseum. Dat kan een tentoonstelling zijn, maar bijvoorbeeld ook een evenement (of een uitnodiging voor een groepsdiscussie!). Deze groep vindt het leuk om naar het Zuiderzeemuseum te gaan en hoeft weinig drempels over om er toe te komen om echt eens te gaan. Alle panelleden kennen het Zuiderzeemuseum al lang en kwamen bij hun laatste bezoek niet door een prikkel vanuit het Zuiderzeemuseum: "Je gaat op basis van je eigen ervaring." Het mooie weer, een ADV-dag en een Jazzfestival waren destijds aanleidingen. Tabel 2 toont dat 50-plussers inderdaad relatief vaak op basis van een eerder bezoek naar het Zuiderzeemuseum komen. Ook in dit panel geeft iemand aan door de stand van het Zuiderzeemuseum op de Floriade tot een nieuw bezoek te zijn gekomen. Dit panel vindt ook dat het Zuiderzeemuseum veel meer reclame moet maken: "De PR is echt heel slecht." Het zou vaker in weekbladen, huis-aan-huis-bladen, museumtijdschriften, op RTV Noord-Holland, in tv-spotjes of op de radio bij Meta de Vries te zien en horen moeten zijn. "In Amsterdam hoor je er heel weinig over, je ziet nooit affiches of folders", aldus de Amsterdammers. De filmmaker in het gezelschap geeft aan dat tv-spotjes niet persé heel duur hoeven zijn. Zijns inziens is het museum heel visueel en daardoor vrij gemakkelijk goed in beeld te brengen: "Je moet communiceren wat er allemaal te doen is. Je zou flarden kunnen laten zien van een man die een kind iets uitlegt. Mensen worden dan nieuwsgierig en kunnen bijvoorbeeld op internet verder zoeken naar informatie."

### **Groepsboekers**

De groepsboekers geven aan zich meestal via via te oriënteren op geschikte uitjes: "Onze leden wonen door het hele land, dus ik gebruik hen voor tips uit de eigen omgeving" en "Er is bij onze leden genoeg know-how: in iedere uithoek van het land is wel iemand bekend." Ook de manager van een touring-carbedrijf die aan de groepsdiscussie meedeed, geeft aan dat dit standaard is: "Het gaat vooral via mond-tot-mond-reclame. Ze vertellen het op verjaardagen." Niemand geeft dan ook de brochure of de website van het museum als eerste informatiebron op: "Het Zuiderzeemuseum was mij bekend zoals het ook het Loo algemeen bekend is." Het idee om naar het Zuiderzeemuseum te gaan, wordt vaak geoperd door iemand die er al eens is geweest. De meeste organisatoren van groepsuitjes gaan zelf even voorproeven of de gekozen bestemming inderdaad geschikt is, want: "Er mag geen misser tussen zitten".

Als hen de arrangementenbrochure wordt voorgelegd, zijn de panelleden daar wel positief over. Alleen heeft men niet door waar hoog en laag voor staat in de prijslijst<sup>5</sup>. Degenen die de site van het Zuiderzeemuseum kennen, zijn daar ook goed over te spreken.

---

<sup>5</sup> Hiermee wordt verwezen naar hoogseizoen en laagseizoen.



Er is echter nogal wat kritiek op het Zuiderzeemuseum als het gaat om het boeken van het museum-bezoek: "Van het museum gaat geen enkele prikkel uit", vindt men. Volgens de meeste boekers komt het erop neer dat zij steeds het museum moeten benaderen om een uitje geregeld te krijgen. Dat blijkt nog niet makkelijk, want iedereen kreeg te maken met slecht bereikbare contactpersonen en hun collega's die nergens van weten: "Het lijkt erop alsof ze niks in de computer hebben staan, ik moest elke keer mijn verhaal opnieuw vertellen. Op een gegeven moment had ik drie namen en nog wist niemand ergens van. Als je na een eerste boeking nog iets wilt wijzigen, loop je vast." Ook het feit dat je eerst meerdere keren wordt doorverbonden voordat je de juiste afdeling hebt, wordt als zeer storend ervaren. Daarnaast is er veel kritiek op het feit dat het museum en de horeca apart benaderd moeten worden om afspraken te maken: er is geen enkele communicatie tussen deze twee partijen. De groepsboekers raden het Zuiderzeemuseum aan om een veel actievere houding aan te nemen ten opzichte van potentiële klanten: "Zij zouden mij moeten benaderen als ik heb aangegeven dat ik nog vragen heb in plaats van ik hen." Dat is, volgens hen, niet zo moeilijk: het museum kan bijvoorbeeld terugbellen als ze een vraag niet meteen kunnen beantwoorden. Het zou ook helpen als je als boeker wordt uitgenodigd om het museum gratis te komen bekijken. Ook is het prettig als alle informatie bij het boekingsbureau vastligt in de computer, zodat je altijd een geïnformeerde persoon aan de telefoon krijgt.

***Gezinnen oriënteren zich niet zo uitgebreid op een dagje uit, hooguit bladeren ze de ANWB Kampioen of een ander tijdschrift door om op ideeën te komen. Aanbevelingen van familie en kennissen zijn erg belangrijk. 50-plussers oriënteren zich uitgebreid op het aanbod in musea via allerlei media. Groepsboekers gaan doorgaans af op mond-tot-mond-reclame. Zowel gezinnen en 50-plussers als groepsboekers kennen het Zuiderzeemuseum doorgaans via via of uit eigen ervaring en niet door de reclame die het museum zelf maakt. Ze menen dat het museum te weinig aan PR doet, want ze komen het Zuiderzeemuseum weinig tegen: ook als men zich wel uitgebreid oriënteert. Groepsboekers hebben veel kritiek op de wijze waarop het boekingsproces verloopt.***

## **2.4 Internet**

### **Gezinnen en 50-plussers**

De gezinsleden en 50-plussers die ervaring hebben met de website van het Zuiderzeemuseum zijn hierover enthousiast: "Op die site staat heel veel, het is duidelijk wat er per dag te doen is. Dat is handig. De website is zeker zo goed als de folder met het activiteiten- en evenementenoverzicht. Het is handig dat je zo van tevoren op kan zoeken wat er te doen is." Er zijn echter maar weinig panelleden die internet actief gebruiken om naar bestemmingen voor een uitje te zoeken. De meesten gebruiken internet vooral om openingstijden of routebeschrijvingen op te zoeken.

Gezinnen en 50-plussers vinden het belangrijk dat het Zuiderzeemuseum op internet goed laat zien wat er zoal te beleven is. Foto's van bijvoorbeeld de schrijflines kunnen mensen enthousiasmeren, denken zij, want: "Je moet oppassen dat je niet een al te erg suf imago krijgt". Filmpjes vinden zij niet zo nodig, omdat dit gedoe geeft met downloaden en een foto net zo veel duidelijk maakt. Men is er van overtuigd dat internet het medium van de toekomst is, dus dat het Zuiderzeemuseum goed zichtbaar moet zijn op internet: de site van het Zuiderzeemuseum moet aan zo veel mogelijk andere sites gelinkt zijn.

### **Groepsboekers**

Voor de meeste organisatoren van groepsuitjes geldt dat ze erg gesteld zijn op persoonlijk contact met de vertegenwoordigers van de bestemming van hun keuze. Op zich is men enthousiast over de site van het Zuiderzeemuseum, maar als het om het maken van gedetailleerde keuzes gaat overlegt men toch het liefst even telefonisch: "Ik heb ideeën en bel dan het liefst om de mogelijkheden te bespreken. Het internet vind ik dan te omslachtig."

***Internet wordt steeds belangrijker als oriëntatiemedium voor verschillende doelgroepen. Momenteel gebruikt nog lang niet iedereen internet om zich echt te oriënteren, maar wel steeds meer mensen zoeken snel praktische informatie op een museumsite. Het is dus belangrijk dat dit soort informatie prominent op de website staat, maar daarnaast is het belangrijk dat de website een goede indruk geeft van wat er in het museum te doen is. Groepsboekers vinden telefonisch contact prettiger dan contact via e-mail.***

## 2.5 De belangrijkste concurrenten

In de groepsdiscussies is door middel van een opdracht in kaart gebracht welke concurrenten het Zuiderzeemuseum heeft en wat de voor- en nadelen van dit museum zijn ten opzichte van deze concurrenten. De uitkomsten van deze opdracht zijn in bijlage 2 per doelgroep in een schema gezet.

### Gezinnen

Gezinnen hebben een voorkeur voor attracties. Dat kunnen pretparken zijn, zoals de Efteling (dat wel veel duurder is en vermoeiender), maar ook dierentuinen (maar daar is het vaak te druk in de vakanties) of een themapark als Archeon (waar minder te doen is). Daarnaast worden natuurbestemmingen als Texel en een strand of bos vaak genoemd. De belangrijkste nadelen van het Zuiderzeemuseum voor deze groep zijn: dat kinderen te weinig actief bezig kunnen zijn (zoals in een speeltuin wel mogelijk is), te moeilijk, slecht toegankelijk voor gehandicapten en te vroege sluitingstijd. Belangrijkste voordelen zijn: veel te zien, *living history*, gevarieerd programma (varen, wandelen, kijken en doen), leuke sfeer (met uitzondering van het museumrestaurant), geen wachttijden, informatief, leuk om gasten mee naar toe te nemen, alles is op één dag te doen (als je het binnenmuseum buiten beschouwing laat).

### 50-plussers

50-plussers zijn erg gericht op musea, waaronder kunstmusea (wat gemakkelijker kan worden gepland omdat een bezoek daaraan niet veel tijd kost). Daarnaast worden oude stadjes (die een grotere bewegingsvrijheid bieden) en de natuur (rustiger) veel genoemd. Deze groep vergelijkt het Zuiderzeemuseum nog al eens met het Openluchtmuseum in Arnhem. Vaak wordt gekozen voor het museum dat het dichtst bij huis ligt. Een panellid heeft echter een duidelijke voorkeur voor het Zuiderzeemuseum: "In Arnhem krijg je minder gevoel voor hoe men leefde. Je ziet het hier echt en dan besef ik hoe goed we het nu hebben."

De belangrijkste nadelen van het Zuiderzeemuseum voor deze groep zijn: de drukte<sup>6</sup>, duur parkeren en slechte publiciteit: waardoor niet vooraf bekend is wat er precies te doen is. Belangrijkste voordelen zijn: er is gedetailleerde informatie over het aanbod via internet te vinden<sup>7</sup>, vriendelijke sfeer, leerzaam (oude beroepen), wekt herkenning en verbazing op, prikkelt de verbeelding en je bent de hele dag buiten aan het water.

### Groepsboekers

Groepsboekers hebben grote voorkeur voor bezoeken aan steden en stadjes (dat is afwisselender, goedkoper en biedt meer bewegingsvrijheid), boottochten (gezelliger en voor iedereen aantrekkelijk) en bustochten (meer tijd voor bijpraten en kortere wandelingen mogelijk). De belangrijkste nadelen van het museum voor deze groep zijn: parkeren, noodzakelijke boottocht die te kort is om te benutten voor een gesprek, te weinig afwisseling, te groot, binnen- en buitenmuseum liggen te ver uit elkaar en de horeca en de gidsen zijn te duur. Naar aanleiding van dit laatste is gezegd: "Om de prijs te drukken, maak je dan geen gebruik van een gids of het horeca-aanbod, maar dat gaat ten koste van het beoogde groepsgevoel." Dat de afstanden een bezwaar zijn, komt doordat er enkele senioren groepen vertegenwoordigd zijn waarvan de leden niet allemaal even goed ter been zijn. Belangrijkste voordelen zijn: sfeervolle havens, eten is goed verzorgd, overzicht Zuiderzee-historie, het is iets totaal anders, binnen en buiten, het programma kan helemaal met één organisatie worden afgestemd. Belangrijke basisvoorwaarden voor groepsboekers zijn: een afwisselend programma en dat het uitstapje gemakkelijk te organiseren is. Daar kan het Zuiderzeemuseum aan voldoen, hoewel er nog wel wat te verbeteren valt (zie paragraaf 2.3).

***Het Zuiderzeemuseum concurreert bij gezinnen vooral met attractieparken en dierentuinen, bij 50-plussers vooral met andere musea en natuurgebieden en bij groepsboekers vooral met oudhollandse binnensteden en boottochten. Toch beschikt dit museum over een aantal unique selling points, zoals: de living history, de combinatie ontspannen en informatie opdoen, de bijzondere sfeer, voor een kinder attractie niet erg druk, de havens en de boottocht en het feit dat er voldoende te zien en te doen is om een hele dag zoet te zijn.***

<sup>6</sup> Gezinnen ervaren kennelijk minder drukte dan 50-plussers.

<sup>7</sup> Mensen die internet actief gebruiken en de site van het museum weten te vinden, hebben dus geen problemen met de gebrekkige informatieverstrekking.

## 3 DE INHOUD VAN HET MUSEUM

### 3.1 Verwachtingen

#### Gezinnen

De meeste leden van het gezinspanel geven aan dat het altijd een beetje een gok is om naar een museum te gaan, omdat musea toch het imago hebben saai te zijn. Dat valt in het Zuiderzeemuseum dan vaak honderd procent mee. Iemand die nooit eerder in een museum was geweest zegt daarover: "Ik had er veel over gehoord, maar ik dacht toch 'Als ze maar niet alleen maar plaatjes hebben'. Ik vond het fantastisch, mooier dan ik had gedacht. Het werd steeds leuker. Ik ga zeker nog een keer met mijn man." Een bezoekerster van het Openluchtmuseum in Arnhem zegt: "Ik was in Arnhem geweest en verwachtte een beetje hetzelfde: huisjes. Ik had niet verwacht dat je het zo zelf zou kunnen beleven. Het was echt een hele dag genieten." Een vader geeft aan: "De kinderen ervoeren het niet als een museum. Dat vond ik heel positief."

Bezoekers die al eerder in het Zuiderzeemuseum kwamen, merken op dat het levendiger is geworden. Dat komt vooral omdat er nu meer huisjes bewoond zijn. Sommige bezoekers vinden het overigens prettig dat het Zuiderzeemuseum elke keer hetzelfde is: "Er verandert gelukkig niks." Toch mag het voor sommigen nog wel levendiger: "Voor kinderen moet er echt iets te doen zijn. Als je bij het vierde huis naar binnen loopt, is het voor hen niet meer interessant." Dat bleek ook te gelden voor sommige ouders die het schoolreisje van een van de onderwijzeressen in de groep begeleidden: "De ouders waren niet zo enthousiast: ze hebben toch liever een pretpark dan een museum. Ze willen dat de kinderen uit kunnen razen en niet weer iets moeten leren net als op school."

#### 50-plussers

Veel 50-plussers stonden aanvankelijk sceptisch tegenover het buitenmuseum, terwijl ze het binnenmuseum wel als een echt museum zien: "Ik was bang dat het oubollig en gekunsteld zou zijn." Dat viel iedereen heel erg mee. "Het was niet rigide. Ik was blij verrast." Men vindt het erg goed dat het zo authentiek gehouden is: "Het is niet te mooi gemaakt. Ze hebben het authentiek gehouden inclusief de eerdere reparaties." Het buitenmuseum biedt een verrassend prettige omgeving: "Ik ging voor de grap eens kijken met vriendinnen. We hebben het heerlijk gehad. Het was zo gezellig, er stonden prachtige fruitbomen. Ik hoefde echt niet meer naar het binnenmuseum." Een panellid is inmiddels al tien keer geweest, steeds een uurtje: "Ik vind het zo boeiend dat ik steeds weer terug ga."

#### Groepsboekers

Ook de groepsboekers hebben, net als de vertegenwoordigers van gezinnen, moeite met het begrip museum: "Ik associeer dat met benauwd." In het Zuiderzeemuseum aangekomen is men vervolgens verbaasd dat dit hier niet van toepassing is. Voor gepensioneerden van Stork of C&A geldt dat veel van hen een museum nog deftig vinden: "De arbeider heeft daar niks te zoeken." Daarom zou het museum beter een andere naam krijgen: bijvoorbeeld Zuiderzeedorp, want dat schrikt veel minder af. Het moet wel een Nederlandse naam hebben, vindt men, want Engels past niet bij de Oud-Hollandse sfeer.

***Voor het gezinspanel en de groepsboekers heeft het woord museum een negatieve bijklank. Een museum is saai, benauwd en stoffig. Het Zuiderzeemuseum blijkt echter helemaal niet te voldoen aan dat negatieve imago. Men is blij verrast door de levendigheid en de bewoonde huisjes<sup>8</sup>. De 50-plussers vreesden juist dat het buitenmuseum te weinig op een museum zou lijken, maar ook deze groep was blij verrast toen bleek hoe authentiek het buitenmuseum is vormgegeven en hoe prettig er te wandelen en te recreëren valt. Degenen die voor het eerst kwamen, wisten veelal niet dat er living history en demonstraties in het museum zijn.***

---

<sup>8</sup> De 'living history' wordt door de panelliden vaak aangeduid met 'bewoonde huisjes'.

## 3.2 Het buitenmuseum

### Gezinnen

In het gezinspanel overheerst een positief gevoel over de sfeer in het buitenmuseum. Uit de Museum-Monitor 2003 blijkt dan ook dat het Zuiderzeemuseum een relatief hoog gemiddeld rapportcijfer krijgt voor de algemene sfeer: te weten een 8½ versus gemiddeld een 7½ bij de overige 25 onderzochte musea.

Het feit dat alles authentiek is, is voor deze groep heel belangrijk: "Het is net een ansichtkaart." Men is hier zeer van onder de indruk: "Zo was het dus echt vroeger. Ze maakten alles met natuurlijke middelen. Niks geen licht, op tijd naar bed. Dat heeft iets heel moois." De *living history* en de demonstraties maken het helemaal af: "Je kunt het echt beleven en je mag zelf een bezem maken. Dat is echt geweldig." en "Het aanschuiven bij het eten vond ik zo leuk: het rook er echt naar oma. Het was net of het daardoor lekkerder was." Met deze 'echtheid' en de bijbehorende nostalgische sfeer scoort het buitenmuseum enorm bij de gezinnen.

Favoriete onderdelen van de gezinnen zijn: Urk, de stoomwasserij (vanwege het grote contrast met de huidige tijd), de school (schrijfles), de visrokerij (je kunt zelf een visje eten), de vleeschhouwerij, Kapel Den Oever, de zeilmakerij, de smederij (als de smid er is), Zoutkamp, de veldschuit (romantisch met zijn tweetjes varen), de schuithelling, het schildersatelier, de apotheek, de stadgracht met de touwslagerij, de verkleedkist en de boerderij uit bronstijd. Sommige favoriete onderdelen hebben alles te maken met persoonlijke voorkeuren. Zo heeft een panellid een bepaald huis en zijn bewoners echt gekend en zien sommigen hun eigen beroep of hobby uitgevoerd worden. Onderdelen die algemeen aanslaan zijn Urk, de school en de stoomwasserij. De bootreis naar het buitenmuseum wordt als zeer positief ervaren. Als er dan ook nog eens op de boot accordeon wordt gespeeld, is dat extra aantrekkelijk.

De *living history* in Urk is een echt pluspunt. Toch weet niet iedereen meteen hoe ermee om te gaan. "Je denkt eerst ik ga weer weg, want ik dacht echt dat het realiteit was. Het duurt even voor je erachter bent dat het er allemaal bij hoort." Het lijkt een goed idee om ergens aan te geven dat je zelf mee kunt doen. Ook zouden sommige spelers iets minder afwachtend kunnen zijn, maar al met al is er veel waardering voor de spelers: ze blijven perfect in hun rol. Iedereen vindt Urk een onmisbaar onderdeel: "Ik had zoiets van hè jakkes, jammer dat die straat zo kort is."

Naast dit enthousiasme is er ook kritiek op het buitenmuseum. Men geeft aan het jammer te vinden dat er zo veel achterstallig onderhoud is. De indruk leeft dat het museum het niet kan bolwerken en dat er meer donateurs nodig zijn. Daarnaast geeft men aan het heel jammer te vinden wanneer huisjes 'onbewoond' zijn. De demonstraties die werden gegeven zijn echt onontbeerlijk. Voor kinderen is het belangrijk dat ze zelf mee mogen doen. Dan wordt het onvergetelijk. Een video kan dat niet vervangen. Het liefst zou iedereen zien dat alle huisjes bewoond zijn. Dit geeft het buitenmuseum een grote aantrekkingskracht, maar: "Het zou nog levendiger kunnen". Zo geeft iemand aan dat het leuk zou zijn als ook volwassenen zich zouden kunnen verkleden. Ook vindt men het leuk dat als je zelf iets mag maken (bijvoorbeeld een borstel) je het zelfgemaakte product kan kopen. En als het echt niet mogelijk is om de huisjes continu te bemannen zou het fijn zijn als er een bord staat wanneer de demonstrateur er weer is: "Anders sla je het over en kom je er nooit achter wat je gemist hebt."

Een aantal onderdelen van het buitenmuseum blijken door veel mensen over het hoofd te worden gezien. Het gaat bijvoorbeeld om de picknickboerderij, de eendenkooi, de boten en de kapel. Iemand vindt het heel jammer dat je in het haventje niet op de schepen kan: "Het zou echt heel leuk zijn als daar ook een schipper was en je leerde hoe dat vroeger ging: men woonde toen op schepen." Het kaaspakhuis wordt expliciet genoemd als een onderdeel dat niet leuk wordt gevonden: "Ik had geen idee waar dat voor diende." Twee mensen missen meer dieren: "Ze zijn er wel, maar ze zitten verstopt in achtertuinen. Dat is jammer. Vroeger liepen er toch overal dieren rond".

Over de entree bij de parkeerplaats verschilt men van mening: de een vindt het te modern en daarom niet passen bij het museum, de ander vindt het juist een mooie tijdstunnel. Je gaat van de moderne tijd via de bootreis terug in de tijd.

## **50-plussers**

Voor de 50-plussers is de authenticiteit van het buitenmuseum, net als voor het gezinspanel, het allersterkste punt. Men stelt het erg op prijs dat de dingen niet mooier worden gemaakt dan ze zijn. Alles is gereconstrueerd zoals het echt was: "Het is heel goed dat de geschiedenis op die manier bewaard blijft." De manier waarop oudere vrijwilligers en acteurs de bezoekers trots deelgenoot maken van hoe dingen vroeger werkten, slaat erg aan. Men krijgt hierdoor het gevoel iets bijzonders mee te maken, dat niet iedereen te zien krijgt. De *living history* en demonstraties zijn voor de 50-plussers net zo belangrijk als voor het gezinspanel: "Vroeger waren het dooie huisjes, dat was echt een stuk minder leuk." en "Daar waar iets gebeurt, sta je ademloos te kijken. Door het verhaal, de overdacht van hoe iets ging, dat is zo leuk." Een bezoeker vat het zo samen: "Van mij krijgt iets nul sterren als het in een vitrine ligt, één ster als het echt is, twee als er demonstrateur bij is en drie als je mee mag doen. En het is helemaal geweldig als het lijkt alsof anderen dat niet mogen en jij wel. Dat is het grote geheim. Je moet meegenomen worden in een andere wereld." Iemand lijkt het leuk als er op zondagmorgen een echte kerkdienst, met ouderwetse donderpreken, in de kerk zou zijn. Nu staan er planten in de kerk, dat is jammer.

De ondervraagde 50-plussers vinden het heel belangrijk dat alles in het museum authentiek is: er hoeven geen moderne dingen tussen te zitten als video's en films. "Als dit toch moet, dan moet de film op een oude krakerige projector vertoond worden, zodat je in sfeer van vroeger blijft."

Favoriete onderdelen van de 50-plussers zijn: Urk, de school ("als er wat gebeurt"), de haven, de visrokerij, de kalkoven ("interessant om te zien hoe dat gebeurde"), de visrokerij ("het stinkt er als de hel"), de zeilmakerij (opnieuw: "als er iemand is"), het houtatelier, de kapper ("ik heb me laten scheren"), de smid en het kindereiland ("als je tenminste mee mag als volwassene"). De 50-plussers stellen de boottocht en het moderne entreegebouw op prijs: zij vinden het tijdreisidee goed uit de verf komen. "Je laat de moderne auto's achter in de moderne tijd." Sommigen vinden het jammer dat de bewegwijzering zo modern is, omdat dit het gevoel dat je in het verleden bivakkeert doorbreekt.

Men vindt het prettig dat het museum zo groot is: "Het is niet erg om gedeeltes niet gezien te hebben, want dan kom je daar nog eens voor terug. Als je alles in een uurtje kan zien, is dat veel minder leuk." De entree vanaf het binnenmuseum vindt men een dood gedeelte. Het kindereiland is te onbekend. Je moet echt weten dat je je daarvoor in moet schrijven. Voor kinderen wordt een speeltuin gemist. Er is behoefte aan een helder informatiebord bij de entree van het buitenmuseum, "waar je kan zien wat er is en waar je je ook meteen kan inschrijven voor de diverse activiteiten, want je moet daarvoor nu eerst helemaal naar de boekhandel". Het blijkt dat het informatiepunt bij Leshuis Hasselt vaak over het hoofd wordt gezien.

## **Groepsboekers**

De groepsboekers sluiten zich in grote lijnen aan bij de positieve punten die genoemd werden door de gezinnen en 50-plussers: de demonstraties, de *living history* en de authenticiteit. Ze vinden Urk, de smid, de school en het vis roken de leukste onderdelen. Ook dit panel geeft aan het leuk te vinden als er meer (liefst alle) huisjes 'bewoond' zijn: "Als je wordt betrokken in hun spel, ontdek je veel beter hoe het er in die tijd toeging. Toen wij er waren, waren niet alle huisjes bewoond: dat is jammer." De *living history* geeft een belangrijke aanleiding om naar het Zuiderzeemuseum te gaan en dit is ook erg aantrekkelijk voor senioren.

De boottocht is prettig, omdat het even tijd geeft om met elkaar te kletsen. De boottocht terug kan gelijk benut worden om na te praten: "Dat is een waardevol element." Hiervoor bleek al dat de bootreis vanwege deze meerwaarde wel iets langer zou mogen duren. De mogelijkheid om in kleine groepjes rond te zwerven in het museum en op een bankje neer te strijken, is ook een belangrijk pluspunt. Techneuten zijn specifiek geïnteresseerd in technische onderdelen. Één van hen suggereert om een opstelling rond katrollen en de werking daarvan te maken. Een ander suggereert dat er meer boten uit het binnenmuseum naar het buitenmuseum zouden kunnen worden verplaatst.

***Alle drie doelgroepen zijn zeer positief over het buitenmuseum. Met name de authenticiteit van de gebouwen, de historische sfeer en de levendigheid worden geroemd. Favoriete onderdelen bij alle groepen zijn: de living history op Urk en de schoonschrijflles op school. Men zou willen dat er nog veel meer huisjes 'bewoond' zijn en het buitenmuseum zou nog consequenter in historische stijl kunnen worden gehouden.***

### 3.3 Het binnenmuseum

#### Gezinnen

Zeven leden van het gezinspanel zijn lang geleden in het binnenmuseum geweest en twee waren daar recentelijk. Men is over het binnenmuseum veel minder enthousiast dan over het buitenmuseum. De schepenhal is de plek die de meeste indruk maakt. Toch is hier ook kritiek op. Men vindt dat de schepen niet genoeg toelichting krijgen: "Ik zou er graag verhalen bij willen horen. Als je er niks over weet, komt het gewoon niet binnen." Ook vindt men het jammer dat de schepen niet toegankelijk zijn. Over het algemeen vindt men het binnenmuseum te statisch, te afstandelijk, te groot en niet informatief genoeg. Op de een of andere manier weet het de gezinnen niet te boeien, waar dat in het buitenmuseum juist wel het geval is. Een bezoeker vertelt: "Ik ben er ooit een keer geweest, maar ik ben niet meer teruggegaan: het boeit me niet. Het is niet gezellig en niet herkenbaar zoals het buitenmuseum, waar je vanzelf ingezogen wordt. Je kunt je in het buitenmuseum veel beter inleven."

Het buitenmuseum blijkt het binnenmuseum weg te concurreren. Niet alleen doordat het buitenmuseum veel meer aanspreekt, maar ook doordat het niet haalbaar is om na het buitenmuseum nog naar het binnenmuseum te gaan: daar is dan gewoon geen tijd meer voor. Degenen die toch nog naar het binnenmuseum gaan, doen dat vaak te vluchtig: "Ik ben er snel doorheen gelopen en vond het zeker niet slecht, maar na het buitenmuseum valt het gewoon tegen."

Toch zijn er een aantal panelleden, met name degenen die vaker een museum bezoeken, wel te porren om terug te komen voor het binnenmuseum, zeker als dit gebeurt in combinatie met een bezoek aan het centrum van Enkhuizen. "We kregen op de boot de tip het te combineren met een wandeling. Over een paar weken wil ik daarom terugkomen met het kaartje dat een jaar geldig is." Dit lijkt eigenlijk iedereen wel leuk, maar daar komt men zelf niet zo snel op. Het binnenmuseum alleen wordt als te klein gezien om speciaal voor naar Enkhuizen te gaan. Een combinatie met een stadswandeling of een verhalenavond, die ook wel eens in het binnenmuseum plaatsvindt, zou die reis wel de moeite waard maken. Met een hotel erbij zou dit laatste zelfs tot een totaalarrangement omgebouwd kunnen worden.

#### 50-plussers

De 50-plussers geven, net als de gezinnen, aan dat het buitenmuseum een niet te overwinnen concurrent is voor het binnenmuseum: "Het kind is de moeder over het hoofd gegroeid." en "Het is logisch dat je het binnenmuseum niet meer bezoekt na het buitenmuseum." Toch zien deze museumliefhebbers ook wel kansen voor het binnenmuseum. "Als je de tijd ervoor neemt is het prachtig." In de winter vindt men dit een aantrekkelijk uitje, in combinatie met een bezoek aan Enkhuizen. Wel blijkt het binnenmuseum vooral aan te slaan bij echte botenliefhebbers. De niet-botenliefhebbers lijkt het aantrekkelijker als het binnenmuseum een wat breder tentoonstellingsbeleid zou voeren. Dat dit al het geval is, was bij hen niet bekend: "Dat er tentoonstellingen zijn, hoor ik nu voor het eerst." Eens te meer komt dus naar voren dat de publiciteitsvoering van het Zuiderzeemuseum niet optimaal is.

De leden van het panel waarderen het dat het kaartje voor het binnenmuseum nog een jaar geldig is. Ze zijn alleen erg bang dat ze dit vergeten. Het zou dus heel prettig zijn als je een 'reminder' zou krijgen twee maanden voordat het kaartje ongeldig wordt.

#### Groepsboekers

De groepsbezoekers bezochten zelden het binnenmuseum. Als winteractiviteit is het bij een enkeling wel bekend en wordt het positief gewaardeerd, maar niet als groepsactiviteit. Eén groep begon in het binnenmuseum. Zij hadden geluncht in het Wapen van Enkhuizen en kwamen hier het eerste langs. Het gevolg was dat de groep geen tijd meer had voor het buitenmuseum, wat ze heel jammer vonden. Het café-restaurant in het binnenmuseum is wel door een aantal groepen bezocht.

***Het binnenmuseum blijkt weggeconcentreerd te worden door het buitenmuseum. Men heeft simpelweg geen tijd meer om dit te bezoeken na een bezoek aan het buitenmuseum. Bovendien blijken gezinnen moeilijk te porren voor het binnenmuseum, omdat ze het – na het buitenmuseum - te statisch en te afstandelijk vinden. 50-plussers en de gezinnen die vaker in musea komen vinden het binnenmuseum echter wel interessant, met name in combinatie met een dagje Enkhuizen of een vertelavond of als er een bijzondere tentoonstelling is. Ze komen hier echter zelf niet zo snel op en zouden graag meer gestimuleerd worden door het Zuiderzeemuseum. Voor groepen is het binnenmuseum minder geschikt.***

### 3.4 Verdieping versus attractie

#### Gezinnen

Zoals al eerder aan de orde kwam, zijn de meeste gezinnen zeer te spreken over de attractiewaarde van het buitenmuseum. Zij zijn blij dat dit het stoffige imago dat musea vaak hebben niet waar maakt. Het woord museum kan gezinnen afschrikken, vinden zij: "We gaan niet naar die oude troep." Het in een ander panel geopperde 'Zuiderzeedorp' zou een betere naam zijn. Toch heeft een enkeling behoefte aan meer diepgang. "Er is zo weinig toelichting. Er zouden meer beschrijvingen van de objecten mogen zijn. Er staat soms niet eens bij hoe oud iets is." en "Ik wil wel weten of iets echt is of een replica." De meeste panelleden hebben echter geen behoefte aan deze extra informatie. Zij vinden dat er voldoende wordt duidelijk gemaakt, bijvoorbeeld op de foto's en video's over hoe de huisjes verplaatst zijn.

#### 50-plussers

Bij de 50-plussers leeft het idee dat er meer achtergrondinformatie zou moeten zijn meer dan bij het gezinspanel. Ze vinden de informatiebordjes te summier. Men geeft elkaar de tip om met een rondleiding mee te gaan, omdat dit het gebrek aan informatie perfect opvangt, maar het zal niet altijd lukken om zich bij een rondleiding aan te sluiten. Het zou fijn zijn als er in de huisjes losse bladen zouden zijn met meer informatie. De liefhebbers kunnen die gebruiken en je voorkomt dat de bordjes te veel tekst gaan bevatten.

Dit panel is kritisch over alles wat naar pretpark riekt. Pretparkachtig definiëren ze als: geen waar voor je geld, onecht, slecht uitgevoerd en alleen op vermaak gericht. Men vindt dit vooral gelden voor Wonderwaterland. "Die film is 100 jaar cultuur in 15 minuten geperst." Ook de film die het Zuiderzeemuseum op de Floriade vertoonde kan op weinig bijval rekenen: "Dat was echt vreselijk."

Op zich vindt deze groep dat muziek, geluiden en dergelijke wel passen bij het Zuiderzeemuseum. Over film verschilt men van mening. Opvallend genoeg vindt de filmmaker in het gezelschap dat je juist geen film moet gebruiken in het Zuiderzeemuseum: "In het Zuiderzeemuseum is juist het glas ertussenuit, dat is het mooie. Film is het glas weer invoeren." Toch zien andere 50-plussers wel mogelijkheden: "In Arnhem werkt het wel heel leuk." En je zou ook met oude projectoren of toverlantaarns kunnen werken.

#### Groepsboekers

De groepen die het panel van groepsboekers vertegenwoordigt, hebben doorgaans niet zo veel behoefte aan veel achtergrondinformatie. Zij ontdekken de geschiedenis van de Zuiderzee liever spelenderwijs

***Met name bij 50-plussers, maar ook bij sommige gezinnen, is er behoefte aan meer achtergrondinformatie in het buitenmuseum, bijvoorbeeld door middel van informatiebladen. De 50-plussers vinden daarnaast dat het museum moet uitkijken met elementen die te veel aan een pretpark doen denken, zoals de film Wonderwaterland.***

### 3.5 Groepsarrangementen

Niet alle groepsboekers hebben ook daadwerkelijk een groepsarrangement geboekt. Een aantal koos ervoor om 'gewoon' het museum te bezoeken: meestal uit kostenoverwegingen, maar in een enkel geval ook omdat ze niet bekend waren met de arrangementen. Zo'n 'gewoon bezoek' blijkt niet altijd goed uit te pakken, omdat de organisator dan niet goed op de hoogte is van de mogelijkheden in het museum en bijvoorbeeld te kort tijd uittrekt voor het bezoek of per ongeluk met het binnenmuseum begint en het buitenmuseum moet overslaan.

Favoriete onderdelen van het groepsarrangement zijn de schrijfles, de rondleiding en het verteldiner. Daarnaast maakt men gebruik van borrels, lunches en diners in de verschillende horecagelegenheden. Bij de schrijfles krijgt de 'juf' alle lof. De groepsboekers stellen ook de rondleidingen erg op prijs, omdat dat de manier is om wat inhoudelijke informatie aan de groep over te brengen. De gidsen zijn goed, vindt men, en de duur van een uur is prima. Het is ook leuk dat de gids tips geeft over wat de groep later zelf nog kan bezoeken. "Door de gidsen is het voor veel mensen veel leuker geworden." Jammer genoeg kunnen niet alle groepen zich een gids veroorloven. Daarom lijkt het enkele deelnemers een goed idee als er ook een soort route op papier komt, zoals bij de Zaanse Schans.

Het verteldiner krijgt heel veel lof: "Het was keurig opgeknipt tussen de gangen in drie onderdelen van 20 minuten. Dat is precies goed: de groep kan zich dan concentreren. Dat verteldiner is echt een heel sterk punt!" Veel andere panelleden lijkt dit ook heel erg leuk arrangement.

Degenen die een arrangement boekten vinden het heel prettig als ze dit zelf uit verschillende elementen kunnen samenstellen. Wel vindt men het goed dat er via de arrangementen in het boekje ideeën worden aangedragen. Men wil echter niet gedwongen worden om zich strikt aan één arrangement te houden.

Het idee van het Zuiderzeemuseum om een zogenaamde managementgame waarin een huishoudboekje een rol speelt te ontwikkelen, lijkt een aantal deelnemers erg leuk. De naam 'managementgame' vindt men echter niet geschikt. Bij deze groepen gaat het namelijk alleen om een sociaal uitje en is teambuilding niet aan de orde. Toch lijkt het hen leuk om een spel te spelen om de mensen dichter bij elkaar te brengen. Het moet dan wel in groepjes gespeeld worden en niet individueel. Men vindt het heel leuk als de mensen samen actief bezig kunnen zijn.

***Niet alle groepsboekers boeken groepsarrangementen. Soms vindt men die te duur of was men er niet mee bekend en is er daarom gekozen voor een 'vrij' bezoek. Men is wel enthousiast over het arrangementenaanbod, met name als daar een rondleiding, een schrijfles of een verteldiner in voorkomt. De groepsboekers stellen dan wel graag zelf het arrangement samen, geïnspireerd door de suggesties in de arrangementenfolder. Groepen die zich geen rondleiding kunnen veroorloven, zouden het fijn vinden als er als alternatief een route op papier zou komen. Een huishoudboekjesspel zou bij een aantal groepen zeker in de smaak vallen.***



## 4 PRAKTISCHE FACTOREN

### 4.1 Horeca en winkels

#### Gezinnen

In de groep met gezinnen is heel veel kritiek op het grote, moderne restaurant, het Amsterdamse huis, in het buitenmuseum: "Dat lelijke restaurant mogen ze afbreken". Men vindt dat dit restaurant "als een reus op je af komt" en "helemaal niet past bij de rest van het museum". Voor sommigen is dit een zeer zwaarwegend bezwaar dat ze keer op keer noemen. Veel van de gezinnen geven dan ook aan hier heel bewust niet naartoe te zijn gegaan. Men vindt dat het eten op zich wel goed van kwaliteit is, maar dat het te duur is en helemaal niet bijzonder. Men zou veel liever echt Oudhollands kunnen eten en drinken, bijvoorbeeld 'Jan in de zak'.

De gezinnen geven de voorkeur aan café Hindeloopen aan de dijk. Dit etablissement is wel in stijl, maar wel erg klein. De gezinnen zouden het prettig vinden als er meer van dit soort horeca zou komen. Ze vinden dat horeca in attractieparken vaak duur en slecht is, en dat het Zuiderzeemuseum zich juist kan onderscheiden door leuke, niet al te dure en sfeervolle horeca. Daarvoor kan men inspiratie opdoen bij het Archeon, want: "Daar kun je heel leuk en in stijl eten".

De winkeltjes in het Zuiderzeemuseum vallen wel goed in de smaak. De snoep- en boekwinkel en de apotheker vindt men heel leuk. Toch konden sommigen niks van hun gading vinden. Iemand zocht vergeefs naar een boek over de Zuiderzee en over het museum met mooie foto's van de huisjes en de mensen. Een ander vond wel een klein boekje over het museum dat haar beviel. Iemand anders vindt het jammer dat er weinig ansichtkaarten met plaatjes van het museum te krijgen zijn.

#### 50-plussers

Ook de 50-plussers geven aan dat ze het grote restaurant niet echt binnen het museum vinden passen: "Je bent ineens uit het verleden weg." Toch zijn zij iets positiever: "Het eten is prima, en je kunt er goed een feest geven." De meeste 50-plussers geven echter toch voorkeur aan café Hindeloopen. Ook zouden zij het leuk vinden als er meer horeca in stijl zou zijn: "Een ouderwetse ijskar of dat er iemand aardappelen staat te bakken." Deze groep is wat kritischer over de museumwinkels: "Dat boekenwinkeltje heeft niks met de Zuiderzee te maken."

#### Groepsboekers

Groepen zijn de echte grootverbruikers van de horeca in het Zuiderzeemuseum. Zij zijn enthousiast over de restaurants en over de kwaliteit van het eten. Er zijn echter klachten over de prijzen en over het personeel. "De prijzen zijn veel te hoog. Een koffietafel kost hier €10,95. Bij restaurant Stam even verderop kost dat maar € 6,75. Dan ga je liever daarheen, want het is even goed. Maar dat is wel lastig, je zou liever alles op één plek doen, maar je hebt het voor de kostenbesparing over."

Meerdere groepsboekers klagen erover dat hun avondje te snel werd afgekapt: "Er wordt meteen om 22:00 uur niet meer getapt, terwijl de avond nog volop bezig is. Dat getuigt niet echt van gastvrijheid. Een kwartiertje uitloop had ons met een veel fijner gevoel naar huis laten gaan." Verder vindt men de bediening niet professioneel en niet charmant: "Ze hebben het niet in de vingers, het kan veel vlotter." Ook de groepsboekers zouden het leuk vinden als er in het buitenmuseum wat meer plaatselijke eettentjes zouden zijn.

***Op de horeca in het Zuiderzeemuseum is veel kritiek. Vertegenwoordigers van gezinnen en 50-plussers zijn weinig enthousiast over restaurant het Amsterdamse Huis. Ze vinden dit lelijk en veel te modern. Café Hindeloopen valt veel meer in de smaak. Er is vraag naar meer horeca 'in historische stijl'. Vrijwel alle geraadpleegden, met name de groepsboekers, vinden de horeca te duur. De groepsboekers geven daarnaast aan dat het personeel weinig professioneel is en dat men de sluitingstijden te strikt hanteert.***

## 4.2 Informatieverstrekking in het museum

De meeste panelleden vinden het overzicht van activiteiten en demonstraties, dat op de website staat en in het museum te verkrijgen is, erg handig. Men vindt het prettig om van tevoren te weten of er genoeg te doen is op de dag dat men gaat, met name als het om een doordeweeks dag gaat: "Want anders ga je liever in het weekend". Een aantal bezoekers laat zich overigens net zo lief verrassen. Het overzicht zou wel een wat prettiger vormgeving kunnen krijgen. Zo zouden de verschillende weekdays bijvoorbeeld een kleur kunnen krijgen of er zouden aparte bladen kunnen komen per weekday. Ook is het handig als bepaalde soorten activiteiten geclusterd staan, zoals bijvoorbeeld kinderactiviteiten. Al eerder kwam aan de orde dat sommige bezoekers het op prijs stellen als, wanneer een bepaalde demonstratie afwezig is, er een bord staat met wat er daar gebeurt en wanneer.

De Museumwegwijzer vindt men heel handig, maar men zou dit graag gratis willen krijgen in plaats van dat men die moet kopen.

De museumfolder met evenementenkalender is bij de meeste panelleden onbekend. Wanneer die aan de panelleden wordt voorgelegd, vinden ze die op zich mooi vormgegeven, maar wel erg druk. Een vaste bezoeker gebruikt deze folder intensief. Zij zet bepaalde activiteiten in haar agenda, maar zij is dan ook het enige panellid dat meerdere keren per seizoen komt. Deze frequente bezoeker heeft het idee dat veel van de bezoekers die voor het eerst of veel incidenteler komen dingen over het hoofd zien: "Ik weet dat je je meteen aan het begin van de dag voor een aantal activiteiten moet inschrijven, omdat die anders vol zijn. Ik weet ook dat je aan het eind van de dag door demonstrateurs gemaakte spullen kunt krijgen. Het is jammer dat andere bezoekers daar heel moeilijk achter komen."

***Er is een grote informatiebehoefte bij gezinnen en 50-plussers: men wil graag weten welke demonstraties wanneer plaatsvinden. Het Zuiderzeemuseum informeert hen daar wel over door middel van een overzicht op een A4-tje, maar dit zou beter kunnen. Het overzicht kan overzichtelijker en er zouden ook borden kunnen staan op diverse plekken in het museum waarop te zien is wanneer er waar demonstraties plaatsvinden.***

## 4.3 Prijzen en kaartsoorten

Uit de MuseumMonitor 2003 komt een gemiddelde redelijk geachte toegangsprijs van €7,25 voor volwassenen en €4,10 voor kinderen naar voren. Dit ligt iets lager dan de werkelijke prijzen in het hoogseizoen: die zijn respectievelijk €9,50 en €5.-

### Gezinnen

De prijs van een dagje uit kan voor gezinnen soms doorslaggevend zijn. Omdat je met zijn vieren of vijven gaat kan die namelijk flink oplopen. Tabel 3 geeft aan wat men gemiddeld voor verschillende attracties wil betalen. De genoemde prijzen lopen overigens zeer uiteen. Sommige deelnemers willen wel €12,50 voor een kinderkaartje voor de dierentuin betalen, terwijl anderen daar slechts €2,50 voor over hebben.

**Tabel 3: Redelijke prijzen voor verschillende attracties (gezinnen)**

	Volwassene	Kind
Zuiderzeemuseum	€ 10	€ 5,50
Efteling	€ 16,25	€ 9,50
Archeon	€ 11,50	€ 8,25
Dierentuin	€ 9	€ 6
Openluchtmuseum Arnhem	€ 10	€ 5
Zeehonden op Texel	€ 17,50	€ 10
Het Loo	€ 7,50	€ 3,25

Uit de tabel blijkt dat de geraadpleegden de toegangsprijs van het Zuiderzeemuseum heel redelijk vinden: men wil gemiddeld zelfs wel iets meer betalen. De prijzen van de horeca maken een bezoek aan het Zuiderzeemuseum echter onnodig duur, meent men.

In de panels is gevraagd of men een voorkeur heeft voor een all-in-prijs (entree, wegwijzer en enkele bonussen) of voor een gewone toegangsprijs, waarbij voor extraatjes apart wordt betaald. Gezinnen hebben het liefst een gezinstoegangskaat, zodat ze zelf kunnen bepalen wat voor extraatjes ze daar

nog bij nemen. In buitenlandse musea zijn vaak gezinskaarten te koop en men is hierover heel tevreden, want: "Je betaalt één prijs voor het hele gezin en krijgt alleen wat je nodig hebt". Daarnaast vinden gezinnen het leuk als de kinderen in het museum zelf iets mogen kopen, bijvoorbeeld met een zakje Zuiderzeemunten. Het is extra aantrekkelijk als zo'n zakje dan bij de gezinskaart is inbegrepen. In het gezinspanel is ook veel animo voor een vriendenkaart of abonnement. Men draagt het Zuiderzeemuseum een warm hart toe en heeft het idee dat 'vrienden' ervoor kunnen zorgen dat er bijvoorbeeld meer geld beschikbaar komt voor renovatie van huisjes. Het Zuiderzeemuseum kent een individueel (€25), een gezins- (€38) en een senioren/studentenlidmaatschap (€15). Een lidmaatschap geeft recht op gratis toegang: twee introducés kunnen met 50% korting naar binnen. Men vindt dit zeer redelijke prijzen: "Je hebt het er zo uit", maar toch heeft niemand een lidmaatschap. Dat komt omdat het lidmaatschap aan de kassa niet onder de aandacht wordt gebracht, denkt men. Iemand oppert: "Het zou mogelijk moeten zijn om na het bezoek, wanneer het is bevallen, de toegangskaart om te ruilen tegen een gereduceerd lidmaatschap: je hebt immers al betaald voor een bezoek." De opinie is dat wanneer je eenmaal lid bent, je dit lidmaatschap al snel jaar in jaar uit zal verlengen, waardoor je vaker naar het Zuiderzeemuseum gaat. De geraadpleegden zouden het overigens ook interessant vinden om naar speciale activiteiten voor leden te gaan, zoals lezingen of vertelavonden. Die kunnen zowel 's middags als 's avonds plaatsvinden: "Er moet veel kennis aanwezig zijn bij het Zuiderzeemuseum, het is leuk om daar meer over te weten te komen."

Al aan de orde kwam dat men tevreden is over het feit dat een toegangskaart nog een jaar lang toegang geeft tot het binnenmuseum. Daarnaast zou men het aardig vinden als je op hetzelfde kaartje nog een tweede keer naar het buitenmuseum zou kunnen voor de helft van de prijs. Dat zou een goede stimulans zijn en: "Wellicht worden er dan nieuwe bezoekers meegenomen, die wel de volle prijs betalen". Iemand geeft daarnaast aan het goed te vinden als voor buurthuisgroepen grote kortingen zouden worden ingevoerd: "Deze kinderen kunnen echt maar €0,70 per activiteit uitgeven."

### **50-plussers**

De volgende tabel geeft aan wat 50-plussers over hebben voor verschillende attracties. Het blijkt dat sommige 50-plussers voor bepaalde attracties een veel lager prijsniveau prefereren dan momenteel gebruikelijk is: dit geldt bijvoorbeeld voor de Efteling. Voor andere attracties willen sommigen echter veel meer betalen dan de vigerende prijs: dit geldt bijvoorbeeld voor Panorama Mesdag.

**Tabel 4 Redelijke prijzen voor verschillende attracties (50-plussers)**

	Volwassene	Kind
Zuiderzeemuseum	€ 9	€ 6
Archeon	€ 6	€ 3,50
Panorama Mesdag	€ 8	€ 5
Musea algemeen	€ 5 - € 7,50	Gratis
Efteling	€ 7,50	€ 5
Natuurgebied	€ 3	Gratis

Tabel 4 toont dat ook dit panel de huidige toegangsprijzen van het Zuiderzeemuseum redelijk acht. In dit panel heeft een flink deel van de deelnemers een zelf gekochte Museumkaart (dus niet van de Rabo of de NS). Zij vinden het erg prettig dat het Zuiderzeemuseum hen gratis toegang verleent. Om die reden zijn ze ook niet geïnteresseerd in een lidmaatschap van het Zuiderzeemuseum: "Het concept vrienden spreekt me helemaal niet aan, want dan kan je alleen dat ene museum bezoeken, het fijne van de Museumkaart is dat je er vriend van alle musea mee bent." Wel is deze groep geïnteresseerd om meer informatie over het Zuiderzeemuseum te ontvangen (zie paragraaf 2.3).

Degenen zonder Museumkaart vinden de toegangsprijs van het Zuiderzeemuseum toch ook heel redelijk. Men vindt het prettig als bij de toegangsprijs het meeste is inbegrepen, dan heb je maar één keer pijn in de portemonnee: "Eerst moest je extra betalen voor de boot. Dat vond ik heel vervelend. Ik kies er niet voor, het is koppelverkoop. En het is een tochtje van niks." Het krijgen van kortingscoupons vindt men overigens niet aantrekkelijk. Ook het informatiepakket wil men niet automatisch bij ieder bezoek erbij krijgen: één keer is genoeg. Sowieso moet er ook weer niet te veel bij de prijs inbegrepen zitten: "Je wilt de keuze hebben wat je koopt. Soms heb je geen tijd voor een visje, dan moet dat er niet bij in zitten." Men is enthousiast over het gebruik van ouderwets geld: "Dan voel je je rijk en dat is voor kinderen heel leuk."

## **Groepsboekers**

De prijs van een groepsuitje is zeer belangrijk voor verenigingen en bedrijven. Er wordt doorgaans met een bepaald budget gewerkt dat niet overschreden mag worden. Onderstaande tabel geeft aan welke prijzen per persoon de groepsboekers als redelijk ervaren. Het blijkt dat de redelijk geachte prijzen sterk per persoon (en dus per groep) verschillen.

**Tabel 6 Redelijke prijzen (per persoon) voor groepen**

Geheel arrangement	€ 15 tot € 60, gemiddeld rond de € 25
Lunch	€ 7 tot € 9
Diner	€ 13 tot € 17
Chique diner inclusief drank	€ 60
Toegang tot attractie	€ 4 tot € 8

Over het algemeen vindt men het Zuiderzeemuseum aan de dure kant. Men vindt het jammer dat er geen 65+-kortingen worden gehanteerd voor groepen. Ook vindt men het vervelend dat de Museumkaart van mensen in de groep niet geldig is, terwijl dat toch veel geld zou schelen. Nu is het zo dat veel groepen zich om die reden bijvoorbeeld geen gids meer kunnen veroorloven, terwijl dat wel een belangrijke meerwaarde geeft aan een bezoek. Men heeft het idee dat gidsen goedkoper zouden kunnen worden aangeboden. Het blijkt dat veel groepsboekers proberen om over een lagere prijs te onderhandelen met het boekingsbureau, maar: "Daar wordt heel star op gereageerd". Ook kwam het een keer voor dat de afgesproken lagere prijs in de bevestiging weer was teruggedraaid.

Deelnemers aan groepsexcursies vinden het leuk om nog eens met het kaartje naar het binnenmuseum terug te gaan. Het museum brengt deze mogelijkheid echter te weinig onder de aandacht. Omdat deelnemers aan een groepsexcursie niet zelf hun kaartje kopen, zullen ze ook niet zo snel zien dat het kaartje nog een jaar geldig is. De groepsboekers dienen daar dus nadrukkelijk op gewezen te worden, zodat deze boodschap weer aan hun groep door kunnen geven.

***De toegangsprijs tot het Zuiderzeemuseum wordt als redelijk ervaren. Alleen groepen, die vaak een arrangement boeken, vinden dit duur. Zij vinden het jammer dat voor groepen geen kortingen gelden voor Museumkaart- en pas 65-houders. Bij gezinnen is er vraag naar een gezinskaart en zij zijn wellicht ook over te halen tot een lidmaatschap van de vriendenvereniging. 50-plussers hebben vaak een Museumkaart en willen daarom geen lid meer worden. Individuele bezoekers vinden het prettig als de bootreis en een wegwijzer bij de prijs zijn inbegrepen. Zij willen echter zelf kunnen kiezen welke extra's ze aanschaffen. Als dat met speciale Zuiderzeemunten kan, is dat een pluspunt.***

## **4.4 Vervoer**

### **Gezinnen**

Alle gezinnen in de groep gaan met de auto naar het Zuiderzeemuseum. Dat is goed te doen, is de opinie: behalve als je alleen naar het binnenmuseum wilt, want dat is erg slecht te vinden. De parkeerkosten worden als hoog ervaren, maar: "Het is elders vaak duurder". De parkeerkosten zouden een minder bittere pil zijn als er werd aangegeven dat in de € 5 die daarvoor wordt betaald ook de bootreis is inbegrepen. Een enkeling weet dat je bij het station gratis kunt parkeren.

### **50-plussers**

50-plussers willen maximaal 1 à 1 ½ uur reizen voor een dagje uit. Men kiest voor de attractie die het dichtst bij is. Het parkeren bij het Zuiderzeemuseum is ideaal: "Je weet zeker dat er plek is, je hoeft niet te zoeken." Dit panel vindt de parkeerkosten ook te hoog. Vooral degenen die in de buurt wonen: "Je hebt toch het idee: dit museum is van ons, dan hoef ik toch geen € 5 parkeergeld te betalen." Ook de verhouding tussen de reiskosten (die minimaal zijn) en de parkeerkosten is dan vrij scheef. Op de tip om dan met de trein te komen, wordt aangegeven dat lang niet alle dorpen in de omgeving een treinstation hebben. Iemand anders geeft de tip om de auto wat verder weg te zetten en vervolgens met de fiets verder te gaan. De tipgever heeft dit zelf uitgeprobeerd, maar was wel teleurgesteld dat er geen fietsenrekken waren: "Je wilt je fiets wel vast kunnen zetten." Ook andere 50-plussers zouden wel willen afstappen tijdens een fietstocht voor een bezoek aan het Zuiderzeemuseum, maar dan moeten er wel rekken zijn. Iemand vindt het wel een goed idee als het Zuiderzeemuseum witte fietsen invoert net als het Kröller-Müllermuseum.

### **Groepsboekers**

Voor groepsboekers geldt, net als voor 50-plussers, dat ze 1 à 1 ½ uur wil rijden. Enkele organisatoren laten hun groep zelf voor vervoer zorgen, zodat men flexibel is met weggaan en komen. Dan moet het uitje zich niet al te ver van huis afspelen. Indien er met een touringcar wordt gereisd mag de reistijd wel iets langer zijn, omdat er dan in etappes kan worden gereden. En: "Dan kunnen de deelnemers lekker met elkaar keuvelen."

*Alle drie groepen willen maximaal 1 à 1 ½ uur rijden voor het Zuiderzeemuseum. Het parkeren vinden ze goed geregeld, hoewel het parkeergeld voor sommigen, met name voor mensen uit de buurt, een bittere pil is. Het buitenmuseum is goed te vinden met de auto, het binnenmuseum niet. Bij 50-plussers is er vraag naar fietsenrekken.*

## **4.5 Openingstijden**

### **Gezinnen**

De gezinnen vinden het Zuiderzeemuseum een mooi weer museum: "Het is er niet leuk als het regent." Iemand oppert wel het idee om paraplu's in te voeren die je kan lenen als het onverhoopt toch gaat regenen. Als het koud is, kan een bezoek aan het buitenmuseum wel, vindt men. In de winter zou je een leuke sfeer kunnen creëren met kacheltjes en olielampjes. Het zou een Dickenssfeer kunnen krijgen met een ijsbaan waar schaatsen te huur zijn. Er kunnen spookverhalen worden verteld over schippers die op een ijsschots stranden. Er moet dan wel de mogelijkheid zijn om op veel plekken op te warmen. Avondopenstellingen vindt men ook zeker interessant.

### **50-plussers**

50-plussers zijn ook geïnteresseerd in avondopenstellingen.

### **Groepsboekers**

Groepen gaan het liefst in juni of september op uitje. Een groepsboekster hield onlangs een enquête waaruit bleek dat september de voorkeur heeft. Deze groep wil het liefst op vrijdagavond op uitje. Maar dat heeft alles te maken met de samenstelling van de groep: alleen ondernemers. Deze groep vond het eten in het Zuiderzeemuseum erg vroeg. Zij zouden het liefst pas rond 20:00 eten. Voor andere groepen geldt dit niet.

*Winter- en avondopenstelling van het buitenmuseum kunnen op veel enthousiasme rekenen bij individuele bezoekers. Excursiegroepen gaan het liefst in juni of september.*

## **4.6 Voor kinderen**

### **Gezinnen**

Dit panel acht het buitenmuseum zeer geschikt voor een bezoek met kinderen. Dit wordt bevestigd door de uitkomsten van de MuseumMonitor 2003: het Zuiderzeemuseum krijgt gemiddeld het rapportcijfer 8½ voor kindvriendelijkheid versus gemiddeld een 7½ bij de overige 25 onderzochte musea.

De gezinnen geven aan dat het voor kinderen erg belangrijk is dat ze actief bezig kunnen zijn. Dat kan wel in het Zuiderzeemuseum, maar het zou nog wat meer mogen. Men mist vooral een speeltuin. Die is er wel, maar die is buiten de hekken van het museum gelegen. Een verbinding tussen die twee plekken zou heel prettig zijn. In het museum zelf zijn maar twee schommels en een wip: dat is te weinig.

De gezinnen komen zelf met het idee om een ouderwetse kermis in het museum neer te zetten: dan blijf je in stijl, maar is het toch aantrekkelijk voor kinderen. Die kermis is er nu af en toe, maar niet continu. De ouderwetse spelletjes worden op prijs gesteld, maar dit zou nog meer kunnen, bijvoorbeeld door een groot veld hiermee in te richten.

Het kindereiland is heel leuk, maar het is maar af en toe open, en men weet vaak niet dat je je hiervoor moet opgeven. Of men heeft helemaal niet door dat het er is en denkt dan dat het dicht was.

*Het buitenmuseum is al heel erg kindvriendelijk, maar het zou nog beter kunnen. Er is vraag naar een grotere speeltuin, of toegang tot de speeltuin buiten het museumterrein. Ook zou een groter veld met Oudhollandse spelen op prijs gesteld worden. Het kindereiland is erg onbekend.*

#### **4.7 Toegankelijkheid**

Alhoewel het museum zelf aangeeft dat het grotendeels toegankelijk is voor rolstoelgebruikers, meent dit panel dat dit helemaal niet het geval is. Iemand merkt daarover op: "Er zouden aanpassingen kunnen komen, waardoor gehandicapten beter door de raampje van de huisje naar binnen kunnen kijken, als ze er zelf niet in kunnen."

*Het buitenmuseum zou beter toegankelijk voor gehandicapten gemaakt moeten worden.*

## 5 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

### **Sterke punten uitbuiten**

De authenticiteit van het Zuiderzeemuseum slaat geweldig goed aan bij alledrie de geraadpleegde groepen. Daarbij zijn alle geraadpleegden het erover eens dat de *living history* in het museum uniek is en een grote trekker, maar dat dit te weinig bekend is. Wellicht dat dit aspect veel meer kan worden uitgedragen, bijvoorbeeld door een evocatief tv-spotje of doordat het museum het decor vormt voor een dramaserie. De slogan "Stap terug in de tijd", die het museum al gebruikt, zou dusdanig bijgesteld kunnen worden dat er meer nadruk komt te liggen op het actief ervaren van het verleden. Bijvoorbeeld: 'Ervaar hoe het leven vroeger was'. De geraadpleegden stellen versterking van de *living history* in de vorm van nog meer bewoonde huisjes zeer op prijs. Nu blijken ze de soms erg summier ingerichte, onbewoonde huisjes snel over te slaan, omdat ze niet weten wat daar interessant aan is. Iemand stelt voor om de kapel te benutten voor kerkdiensten met ouderwetse donderpreken.

Alledrie de groepen stellen het op prijs dat het zo authentiek is. Het zou echter nog meer in één stijl gehouden kunnen worden. Vooral het moderne museumrestaurant, Het Amsterdamse huis, is velen een doorn in het oog. Maar ook de bewegwijzering zou meer in historische stijl mogen. Er is zelfs voor gepleit om filmfragmenten niet op video te vertonen, maar met behulp van krakkemikkige projectoren en toverlantarens. Men meent dat meer rondscharrelende dieren (geiten, schapen, varkens en kippen) ook heel goed in het zo'n museumconcept passen.

Een ander sterk punt is de bootreis die aan het bezoek is gekoppeld: je stapt met de bootreis als het ware in een tijdsmachine die je terug in de tijd brengt. Overige unique selling points zijn: de combinatie ontspanning en informatie opdoen, het feit dat het museum vergeleken bij andere attracties niet erg druk is, de ligging aan het water en de havens en het feit dat er voldoende te zien en te doen is om een hele dag zoet te zijn. Deze attractieve punten kunnen wellicht (nog) meer voor het voetlicht worden gebracht.

### **Herhalingsbezoek stimuleren**

De geraadpleegde bezoekers van het Zuiderzeemuseum blijken met een zekere regelmaat terug te komen naar dit museum. Men kent het Zuiderzeemuseum vaak al van (heel) vroeger. Af en toe is er een aanleiding zoals een verjaardag of een bezoek van buitenlandse vrienden om weer eens naar het Zuiderzeemuseum te gaan, maar tussen deze bezoeken kunnen vele jaren zitten. Men komt geheel zelf op het idee om weer eens te gaan, want er komt nooit een prikkel vanuit het Zuiderzeemuseum. Op dit moment zijn nog maar weinig mensen geneigd meerdere keren per jaar of elk jaar terug te komen, terwijl daar wel aanleiding voor is, want er het museum heeft een afwisselend evenementenprogramma. Het museum zou herhalingsbezoek op korte termijn kunnen stimuleren door bezoekers er beter op te wijzen dat men met het entreekaartje nog een jaar de kans krijgt om het binnenmuseum te bezoeken. Ook de groepsboekers dienen daar nadrukkelijk op gewezen te worden, zodat de deze boodschap weer aan hun groep door kunnen geven. Nog beter zou zijn als men de adressen van individuele bezoekers met bezoekdatum in een database zou kunnen zetten (maar dat is alleen mogelijk als het niet te druk is bij de kassa), om bezoekers twee maanden voor het verlopen van het kaartje een reminder te sturen in de trant van: 'U heeft nog slechts 2 maanden recht op een gratis bezoek aan het binnenmuseum van het Zuiderzeemuseum'<sup>9</sup>. Dit zou ook het bezoek in het laagseizoen kunnen stimuleren. Een adressenbestand van bezoekers kan ook worden gebruikt om via mailings te wijzen op een speciaal evenement of een nieuwe tentoonstelling, waardoor een nieuw bezoek interessant wordt.

Een presentatie van het Zuiderzeemuseum op een groot evenement, zoals gebeurde op de Floriade, blijkt overigens ook een zeer effectieve manier om mensen op het idee te brengen om weer eens naar het Zuiderzeemuseum te gaan.

### **Ambassadeurs kweken**

Regelmatig geven de ondervraagden aan dat ze het Zuiderzeemuseum hebben leren kennen via iemand die er in de buurt woont. Daarom lijkt het een goed idee om de inwoners van Enkhuizen en omgeving in te zetten als ambassadeurs voor het museum. Dit kan door huis-aan-huis-flyers met het evenementenprogramma in de regio rond te sturen, met de suggestie om weer eens te komen (waarmee herhalingspubliek wordt gestimuleerd) en dan vooral familie of gasten mee te nemen (waarmee nieuw publiek wordt aangetrokken). Het is mogelijk om hier een bon aan toe te voegen, die recht geeft

---

<sup>9</sup> Mocht het kaartje inmiddels zoek zijn geraakt, dan kan de brief als entreebewijs gelden.

op een korting als men meer dan drie volwassen introducés meeneemt. Een dergelijke mailing kan ook worden verstuurd naar Museumkaarthouders die de afgelopen drie jaar het Zuiderzeemuseum bezochten<sup>10</sup>, met name aan degenen die in een straal van 60 kilometer rond het museum wonen.

### **Werving van de drie typen bezoekers**

Gezinnen oriënteren zich heel globaal op een dagje uit. Als ze ergens in kijken is het in tijdschriften zoals Libelle, Margriet en de ANWB Kampioen. Zij kunnen dus op het idee gebracht worden om het Zuiderzeemuseum te bezoeken door redactionele aandacht of opname in tiplijsten in dit soort bladen. Te denken valt ook aan speciale familieacties in deze tijdschriften of promotie-acties met bepaalde producten die gezinnen veel afnemen (bijvoorbeeld broodbeleg).

In tegenstelling tot gezinnen oriënteren 50-plussers zich juist heel uitgebreid, via tijdschriften, dagbladen en internet. Zij houden zo bij welke nieuwe tentoonstellingen er zijn. Deze groep is erg kritisch over het promotiebeleid van het Zuiderzeemuseum: ze willen veel beter geïnformeerd worden. Het zou goed zijn als er vaker aandacht werd besteed aan het Zuiderzeemuseum in museummagazines en in tentoonstellingsladders en culturele supplementen van kranten. Museumjaarkarthouders uit de omgeving van Enkhuizen kunnen meer persoonlijk op de hoogte worden gehouden via (e-)mailings. Groepsboekers gaan vaak af op mond-tot-mond-reclame en zijn daardoor moeilijker te sturen. Toch zijn daar wel methoden voor. Zo is het een goed idee om deze sleutelfiguren bij een eerste contact een vrijkaartje aan te bieden, zodat ze het museum kunnen bekijken: want om zeker te zijn van een succesvolle dag gaan ze zich vaak vooraf grondig oriënteren op de bestemming van het te organiseren groepsuitje. Zo'n vrijkaartje kan ze net over de streep trekken. Voorts blijkt dat individuele bezoekers, door hun goede ervaringen met het museum, regelmatig terugkomen met een groep. Dit zou gestimuleerd kunnen worden door museumbezoekers op de mogelijkheden voor groepsbezoek te wijzen. Bijvoorbeeld door de arrangementenfolder over verschillende plaatsen in het museum te verspreiden of door prikkelende posters in het museum waarmee op de arrangementen wordt gewezen. Gezien het feit dat een deel van de ondervraagden bij hun laatste bezoek aan het Zuiderzeemuseum zonder een specifieke prikkel van buitenaf op het idee was gekomen, maar besloot om eindelijk eens te gaan doordat ze het museum al kenden, is het van groot belang dat er actie wordt ondernomen om de naamsbekendheid (die momenteel op 60% van de Nederlandse bevolking ligt) te vergroten. Daardoor kunnen er meer van alle drie typen bezoekers worden geworven.

### **Inspelen op bezoekmotieven**

Gezinnen zoeken in het Zuiderzeemuseum vooral een recreatief dagje uit. 50-plussers zijn veel meer op zoek naar een bijzondere tentoonstelling. Bij excursiegroepen is het sociale gebeuren het belangrijkste: de bestemming wordt gekozen op basis van de geschiktheid om met elkaar te kunnen bijpraten. Bij het werven van de drie centraal gestelde typen bezoekers, kan het museum de kwaliteiten benadrukken die inspelen op de verschillende behoeften. Dus bij werving van gezinnen de mogelijkheden van een compleet dagje uit benadrukken en de vele evenementen voor het voetlicht brengen, bij werving van 50-plussers meer ingaan op de inhoud van de diverse afdelingen en nieuwe tentoonstellingen, en bij werving van groepen belichten dat het museum veel mogelijkheden biedt voor ongedwongen samenzijn (bijvoorbeeld tijdens de bootreis over het IJsselmeer of met de veldschuit in het museum) en voor verrassende onderlinge interactie (bijvoorbeeld tijdens de schoonschrijfles en andere bezigheden waarbij men in groepsverband actief is).

### **Samenwerking met concurrenten**

Bij gezinnen vormen attractieparken en dierentuinen de grootste concurrent, bij 50-plussers andere musea en natuurgebieden en bij groepen historische binnensteden en boot- en bustochten. Het Zuiderzeemuseum zou zich bij de drie typen bezoekers moeten profileren op die concurrerende locaties: daar dienen flyers over het museum te liggen. Tevens valt te denken aan gezamenlijke promotie. Zo noemen de vertegenwoordigers van gezinnen Archeon en het Nederlands Openluchtmuseum als belangrijke concurrent: wellicht valt er met deze musea samen te werken op promotioneel gebied.

---

<sup>10</sup> De daarvoor benodigde adreslijsten kunnen in principe uit de centrale database van de Stichting Museumkaart worden geselecteerd.



### **Bijstelling naam**

De vertegenwoordigers van gezinnen en de groepsbezoekers blijken negatieve associaties te hebben bij de term museum. Dit associëren ze met saai en stoffig, terwijl het Zuiderzeemuseum dat juist helemaal niet is. Daarom stellen ze voor om dit museum om te dopen in *Zuiderzeedorp*, want dat dekt de lading veel beter en klinkt veel aantrekkelijker. Voor de fanatieke museumbezoekers onder de 50-plussers is de term museum echter wél een aanbeveling. Ze staan al enigszins wantrouwend tegenover het buitenmuseum, omdat dit niet museaal genoeg zou zijn. Bij hen zou zo'n naamsverandering dus averechts kunnen werken. Indien voor die nieuwe naam wordt gekozen, is het van extra belang om deze groep goed te informeren over het tentoonstellingsaanbod en het binnenmuseum via de al aanbevolen middelen (museummagazines, dagbladen en mailings onder museumkaarthouders).

### **Groepsarrangementen**

Niet alle groepsboekers waren op de hoogte van het arrangementenaanbod. Hier zou dus meer ruchtbaarheid aan moeten worden gegeven. Te meer omdat de groepsarrangementen zeer aantrekkelijk worden gevonden: met name het verteldiner, de schrijfles en speurtochten vallen in de smaak. Er zouden nog wel meer wedstrijd- of spelactiviteiten aangeboden kunnen worden. Een huishoudboekjesspel zou bij een aantal groepen zeker in de smaak vallen.

Er is al geconstateerd dat groepen sterk behoefte hebben 'gezellig samenzijn', maar toch willen groepsboekers dat hun groepen ook iets opsteken. Begeleiding door gidsen stellen ze daarom erg op prijs: maar dat is vaak te duur. De geraadpleegden vinden de arrangementen sowieso prijzig: ze zijn soms te duur voor verenigingen en bedrijven met een klein budget. Met name de horecaprijzen acht men te hoog. Voorts blijken de groepsboekers kritiek te hebben op de manier waarop ze worden geholpen bij het Zuiderzeemuseum: het boekingsbureau blijkt niet efficiënt te werken. Zo worden ze als ze bellen vaak meerdere keren doorverbonden en dan krijgen ze nog niet altijd de juiste persoon te pakken. Tevens blijken museummedewerkers die de boekingen regelen niet op de hoogte te zijn van eerdere afspraken die al met collega's zijn gemaakt. Dit wekt geen vertrouwen, terwijl dat erg belangrijk is: want degenen die een groepsreis regelen voelen zich erg verantwoordelijk voor het welslagen van zo'n uitje. Ze willen zeker weten dat alles naar wens is geregeld. Tevens is er veel kritiek op het feit dat het museum en de horeca apart benaderd moeten. Het is daarom belangrijk dat het boekingsbureau de communicatie - onderling, met de horeca en naar de klanten - verbetert.

### **Internet**

Internet is een medium dat sterk in opkomst is. Het Zuiderzeemuseum heeft een prettige website, die door de geraadpleegden positief wordt gewaardeerd. Wel vinden ze dat de site een nog beter idee kan geven van wat er allemaal in het museum te beleven is door middel van meer foto's. Daarnaast is het belangrijk om op de site uitputtende praktische informatie te geven, zoals: openingstijden, prijzen, parkeermogelijkheden, agenda van demonstraties, activiteiten en evenementen. Dit moet prominent en overzichtelijk op de site staan. Daarnaast is het belangrijk om potentiële groepsbezoekers goed te informeren met wie ze telefonisch contact kunnen opnemen, want persoonlijk contact met een museummedewerker waarmee het programma kan worden doorgesproken, wordt erg op prijs gesteld. Indien het museum overweegt om de site nog beter te maken, is het een goed idee om de wensen en behoeften nog wat beter in kaart te brengen via een on-line-enquête. Het is ook mogelijk om een aantal mogelijke verbeteringen vooraf te testen met een panel van potentiële internetbezoekers. Het is belangrijk dat de Zuiderzeemuseumsite aan zo veel mogelijk andere sites gelinkt is.

### **De horeca**

De horeca in het Zuiderzeemuseum krijgt veel kritiek. Geconstateerd is al dat veel panelleden Het Amsterdamse huis niet bij het museum vinden passen. Het museum zou erop vooruit gaan als de horeca beter aansloot op de al eerder geroemde authenticiteit en levendigheid van dit museum. Bijvoorbeeld door het neerzetten van een ouderwetse ijsstal en authentieke cafeetjes en eethuisjes, conform het café-restaurant Hindeloopen, dat wel erg in de smaak valt. Men acht het aanbod in het grote museumrestaurant bovendien te duur en niet bijzonder genoeg: men wenst meer hapjes en drankjes die aansluiten op de historische sfeer van het museum<sup>11</sup>. Het Archeon is hierbij meerdere malen als voorbeeld genoemd. Groepsboekers klagen erover dat het personeel in het restaurant te weinig professioneel is. Ook hieraan valt dus nog iets te verbeteren.

---

<sup>11</sup> Uit eerder onderzoek komt naar voren dat bijzondere hapjes en drankjes die aansluiten op het aanbod en de sfeer in een museum een museumbezoek extra feestelijk maken en zelfs aanleiding geven om er snel weer terug te keren (zie: Ranshuysen, L. (2003) *Een nieuw stadsmuseum voor Gent. Voorstellen vanuit het beoogd publiek.*).

### **Behoeftte aan praktische informatie**

De geraadpleegden achten de informatieverstrekking over wat er allemaal te doen is in het Zuiderzeemuseum aan het publiek als goed verzorgd, maar ook hier liggen nog kansen voor verbeteringen. Zo kan het overzicht van demonstraties beter en overzichtelijker vormgegeven worden. Daarnaast zou men op de plekken waar demonstraties worden gegeven graag borden zien, waarop staat wanneer er wat te zien is. Ook is er behoefte aan meer informatie over de kinderactiviteiten: men is bijvoorbeeld slecht bekend met het aanbod op het kindereiland. De kinderactiviteiten zouden geclusterd kunnen worden op een speciaal informatievel, waarop tevens is aangegeven waar en tot hoe laat men zich kan inschrijven voor bepaalde activiteiten. Men vindt het jammer dat de Museumwegwijzer gekocht moet worden, liever zou men die meteen meekrijgen. Ter sprake kwam al dat de *living history* zo goed aanslaat, maar sommige bezoekers raken hier in eerste instantie wel van in de war. Ze begrijpen niet dat het om een vorm van theater gaat. Daarom is het een goed idee om in de informatie die het museum (extern en intern) verspreid beter aan te geven dat er *living history* is, wat dat inhoudt en dat je de acteurs aan kan spreken en informatie over vroeger kan vragen. Ook zouden sommige spelers minder afwachtend kunnen zijn.

Er zou meer aandacht besteed kunnen worden aan de teksten van de diverse brochures. Zo blijkt de aanduiding hoog en laag in de prijzenlijst in de arrangementenfolder volstrekt onduidelijk. Ook het A4-tje met een overzicht van de activiteiten en demonstraties is voor verbetering vatbaar. Het is een goed idee om dergelijke brochures vooraf grondig te testen bij vertegenwoordigers van de doelgroepen.

### **Behoeftte aan inhoudelijke informatie**

Meerdere malen is aangegeven dat bij sommige onderdelen te weinig informatie wordt gegeven. Bijvoorbeeld bij de boten in zowel het binnen- als het buitenmuseum: daar valt veel meer over te vertellen dan nu wordt gedaan, menen met name de botenliefhebbers. De suggestie is om meer geplastificeerde zaal- of voorwerpteksten te ontwikkelen, die men na gebruik terug kan zetten. Dat er is gepleit om de naam museum te laten varen, wil nog niet zeggen dat de geraadpleegden voor 'verpretparking' pleiten. Kennisoverdracht blijft een belangrijke en gewaardeerde taak. Er is gevraagd om een boek over het museum en meer keuze in de ansichtkaarten.

### **Het binnenmuseum**

Over de mogelijkheid om een bezoek aan het buitenmuseum te combineren met een bezoek aan het binnenmuseum is eigenlijk niemand enthousiast, omdat dit niet te doen is op één dag. Het is daarom geen goede zaak dat bezoekers worden voorgespiegeld dat dit wel mogelijk is. Het binnenmuseum kan daarnaast niet opboksen tegen het laagdrempelige en evocatieve buitenmuseum. Er zijn wel kansen voor het binnenmuseum, maar dan zou het meer los van het buitenmuseum in de markt gezet moeten worden. In museumbezoek onervaren mensen vormen geen kansrijke doelgroep voor het binnenmuseum: als zij hier al geweest zijn (en daar komen ze dus meestal niet aan toe) zijn ze er weinig enthousiast over. Botenliefhebbers en meer ervaren museumbezoekers zijn echter wel goed te spreken over het binnenmuseum. Een bezoek aan enkel het binnenmuseum is echter niet altijd aantrekkelijk genoeg voor hen, zeker niet als ze alleen daarvoor een grote afstand moet overbruggen. Ze zien wel iets in bezoek aan het binnenmuseum gecombineerd met bezoek aan de binnenstad van Enkhuizen of in een fietsroute waarin het binnenmuseum als afstappunt is opgenomen. Dan dient de bewegwijzering naar het binnenmuseum wel te worden verbeterd, want dit museum is moeilijk te vinden als je niet direct van het buitenmuseum of het station komt. Ook dienen er fietsenrekken te worden geplaatst. Als deze zaken zijn gerealiseerd, zou het Zuiderzeemuseum kunnen stimuleren dat er aandacht aan dit museum wordt besteed in fietsbladen of op fietskaarten en -routes. Daarnaast is mogelijk om een arrangement te ontwikkelen waarin een bezoek aan het binnenmuseum en een wandeling door Enkhuizen overdag, een bezoek aan een verhalenavond, concert of theaterstuk op een aansprekende locatie in het buitenmuseum en een overnachting in een hotel in Enkhuizen zijn opgenomen.

### **Uitbreiding van openingstijden van het buitenmuseum**

Ondanks dat het buitenmuseum bekend staat als een mooi weer museum, zijn de bezoekers erg enthousiast over een winteropenstelling. Men vindt kacheltjes, ijsbanen, sfeervolle verlichting met olielampen en kaarsen, een koek en zopie-tent en dergelijke erg goed passen bij de Oud-Hollandse sfeer in het museum. Het is zeker de moeite waard om dit idee verder te exploreren. Wellicht is het mogelijk om dit idee uit te testen in een aantal weekends. Ook voor avondopenstellingen is overigens veel interesse.

### **Toegangsprijzen**

Er lijkt nog een wereld te winnen door het bijstellen van het toegangsprijzenbeleid. De toegangsprijs wordt niet als te hoog ervaren, maar een gezinsreductie als men met meer dan twee kinderen komt, zou erg op prijs worden gesteld, omdat een bezoek met meerdere kinderen al snel erg prijzig wordt. Het idee is geopperd dat bezoekers na afloop van een geslaagd bezoek hun kaartje kunnen inleveren, waarmee ze dan een korting krijgen op een lidmaatschap van de vriendenvereniging, aangezien er al voor een bezoek is betaald. Men zal immers eerder geneigd zijn om lid te worden na het bezoek (als dat goed bevallen is) dan vooraf (als men nog niet goed weet wat het museum te bieden heeft). Dat de bootreis is inbegrepen in de toegangsprijs wordt gewaardeerd en men zou ook graag de Wegwijzer automatisch willen meekrijgen. Er is geen behoefte aan een groter all-in-pakket. Men bepaalt liever zelf welke extraatjes erbij komen. Wel is het een goed idee om het zakje met Zuiderzeemunten, waarmee extraatjes in het museum betaald kunnen worden, weer in te voeren, als onderdeel van een gezinskaart of apart aan te schaffen. De parkeerkosten zouden een minder bittere pil zijn als werd aangegeven dat in de €5,- die daarvoor wordt betaald ook de bootreis is inbegrepen.

### **Groepsbijzaken**

Het is verstandig om de prijzen van groepsarrangementen en groepsentree nog eens goed onder de loep te nemen. Het boekingsbureau werkt al met een segmentatie in: scholen, verenigingen en bedrijven. Wellicht is het mogelijk om hier een gedifferentieerde prijsstructuur aan te koppelen. Momenteel kunnen verenigingen de prijzen niet altijd opbrengen. Het feit dat bij groepsentree pas 65- en museumkaartkortingen komen te vervallen roept enige verontwaardiging op: het Zuiderzeemuseum zou een hoop sympathie winnen als die kortingen ook bij groepsbezoek gehandhaafd blijven.

### **Ruimtelijke aanpassingen**

Ouders van jonge kinderen zijn zeer enthousiast over de mogelijkheden die het Zuiderzeemuseum hun kinderen biedt, maar ze hebben wel behoefte aan nog meer speelmogelijkheden. Zo is geopperd om een groot veld open te stellen waar continu ouderwetse spelletjes gespeeld kunnen worden. Er is behoefte aan een helder informatiebord bij de entree van het buitenmuseum, waar te lezen is wat er die dag allemaal te doen is en waar de bezoeker zich meteen voor één of meer van die activiteiten kan inschrijven. Ook is er gepleit voor een doorgang van het buitenmuseum naar de openbare speeltuin van Enkhuizen, waar kinderen even kunnen 'uitrazen'. Tot slot is er nadrukkelijk aangegeven dat het museum beter toegankelijk moet worden voor lichamelijke gehandicapten.

## **BIJLAGE 1: DEELNEMERS GROEPSDISCUSSIES**

### **Groep 1: Gezinnen met gemiddelde museumbezoekervaring.**

Ria Rozendaal is 37 jaar en komt uit Ermelo. Zij is manager bij defensie en heeft kinderen van 14 en 18 jaar. Zij komt 8 keer per jaar in een museum en is tot nu toe 3 keer in het Zuiderzeemuseum geweest.

Marjolijn de Graaf is 21 jaar en komt uit Harderwijk. Zij werkt als doktersassistente en woont thuis bij haar ouders samen met haar zus van 18.

Moniek Beets is 33 jaar en komt uit Almere. Zij werkt op een basisschool en woont alleen. Zij bezoekt 6 keer per jaar een museum en bezocht tot nu toe 6 keer het Zuiderzeemuseum.

Dineke Copier is 42 jaar en komt uit Wervershoof. Zij is huisvrouw en heeft kinderen van 19 en 16 jaar. Zij komt nooit in musea en is 1 keer in het Zuiderzeemuseum geweest.

Joke Hoorn is 50 jaar en komt uit Wervershoof. Zij werkt als secretaresse en heeft twee kinderen die niet meer thuis wonen. Zij bezoekt 2 tot 3 keer per jaar een museum en is tot nu toe 7 keer in het Zuiderzeemuseum geweest.

Jan Oskam is 44 jaar en komt uit Zaandam. Hij heeft kinderen van 6 en 9 jaar en werkt bij Corus in IJmuiden. Hij komt 2 keer per jaar in een museum en is al 2 keer in het Zuiderzeemuseum geweest.

Leo Boos is 61 jaar en komt uit Wervershoof. Hij is calculator bij een schildersbedrijf en heeft kinderen van 31 en 21 jaar. Hij komt 2 keer per jaar in een museum en is een onbekend aantal keren in het Zuiderzeemuseum geweest.

Marjet Mackay is 49 jaar en komt uit Amsterdam. Zij heeft kinderen van 12 en 15 jaar. Zij werkt bij een beroepsvereniging voor musici. Zij komt 20 keer per jaar in musea en is 1 keer in het Zuiderzeemuseum geweest.

Suzanne Langras is 31 jaar en komt uit Alkmaar. Zij is onderwijzeres in het speciaal onderwijs en is getrouwd. Zij komt 2 tot 3 keer per jaar in een museum en is al zo'n 5 keer in het Zuiderzeemuseum geweest.

### **Groep 2: 50-plussers met redelijk veel museumbezoekervaring.**

Anneke Roeleveld-Taal komt uit Den Haag en woont daar met haar man. Ze heeft twee volwassen kinderen van 33 en 35. Zij is docente kunstgeschiedenis aan de Volksuniversiteit. Zij bezoekt 6 tot 8 keer per jaar een museum en kwam al 2 keer in het Zuiderzeemuseum.

Ineke Schoon komt uit Hoorn. Zij heeft twee kinderen van 13 en 18. Ze werkt bij de gemeente Hoorn en doet veel vrijwilligerswerk, bijvoorbeeld bij het kindertheater. Zij komt zeer regelmatig in het Zuiderzeemuseum, tot nu toe al zo'n 20 keer. Ze komt 30 keer per jaar in een museum.

Hans Nap komt uit Bunnik. Hij bezoekt zo'n 15 keer per jaar een museum. Hij kwam tot nu toe 5 keer in het Zuiderzeemuseum.

Jelle Visser, uit Amsterdam, is getrouwd en heeft 2 kinderen van 20 en 14. Hij heeft geen reguliere baan en maakt daarnaast kunst. Hij komt zo'n 30 keer per jaar in een museum. Hij kwam al zo'n 10 keer in het Zuiderzeemuseum.

Bernd Wouthuysen, uit Amsterdam, heeft een vrouw en twee kinderen van 17 en 13. Hij werkt als freelance cameraman voor VPRO en NPS.

Martijn uit Amsterdam, heeft een vrouw en drie zontjes van 11, 11 en 6. Hij is filmmaker.

Marian Buijs-van Loon komt uit Hoofddorp. Zij is getrouwd en heeft twee kinderen van 30 en 26. Ze komt zo'n 12 keer per jaar in een museum en heeft het Zuiderzeemuseum nu zo'n 4 keer bezocht.

Ellie Rooth woont in Amsterdam. Ze heeft een Lat-relatie en heeft 3 kinderen uit een eerder huwelijk: die zijn 27, 37 en 38. Ze zit nu 2 jaar in de VUT. Ze komt 10 tot 15 keer per jaar in een museum en kwam al 3 keer in het Zuiderzeemuseum.

Ineke van Egeraat, uit Amsterdam, is maatschappelijk werkster geweest. Ze is alleen en doet vrijwilligerswerk.

### **Groep 3: groepsboekers**

Jan van Veen woont in Enkhuizen, organiseert weekenden weg voor zeilvereniging het Y en voor de Bavaria Club (eigenaars van Bavaria zeilboten).

Piet Hopma Zijlema is boer in de Flevopolder en organiseert wel eens uitjes voor collegaboeren.

Gerard werkt bij busbedrijf Peereboom in Nieuwe Nieuwdorp. Hij is verantwoordelijk voor groepsreizen en de enige in dit panel die zich op professionele basis met het organiseren van groepsexcursies bezig houdt.

André woont in Zaandam. Hij organiseert de zogenaamde Top Vijfreisjes voor de vijf beste filialen van het autobandenbedrijf waar hij voor werkt. Daarnaast is hij bestuurslid van de watersportvereniging in Hoorn, waarvoor hij ook uitjes organiseert.

Jan Enschedé is gepensioneerde van Stork in Hengelo. Hij organiseert jaarlijks het dagtochtenprogramma voor gepensioneerden van Stork.

Peter Bokking is secretaris van de contactgroep bedrijven Oostzaan en organiseert één keer per jaar een uitje voor deze groep.

Armgard Barkema is melkveehouder in Lelystad. Zij organiseert uitjes voor twee groepen boeren: de buurtgroep (een aantal boerderijen dicht bij elkaar) en de verpachtingsgroep (boeren die in een bepaald jaar in Lelystad terecht zijn gekomen).

Ben Overgoor is gepensioneerde van C&A, groep Den Haag en is betrokken bij de organisatie van de . jaarlijkse dagtocht voor deze groep gepensioneerden.

## BIJLAGE 2: CONCURRERENDE BESTEMMINGEN

Vet gedrukte bestemmingen zijn meer dan één keer genoemd. De bestemmingen zijn gerangschikt in volgorde van aantrekkelijkheid: de bestemmingen die het vaakst op 1 werden gezet (als het meest aantrekkelijk) staan bovenaan, de bestemmingen die het vaakst op 4 stonden (als het minst aantrekkelijk) staan onderaan.

### Favoriete uitjes van gezinnen

Bestemming	Aantal keer genoemd	Gemiddeld positie (1-4)	Voordelen	Nadelen
<b>Zuiderzeemuseum</b>		2,6	Groot museum, veel te zien, levend museum, historie, leuke sfeer, persoonlijk contact, gevarieerd (varen, wandelen, kijken, doen), dichtbij, geen wachttijden, afwisselend, cultuur, zelf doen, overzichtelijk, informatief, stimulerend, ontspannend, leuk museum om gasten mee naartoe te nemen, boeiend, even tijd voor jezelf, heerlijk dagje uit, leuk en leerzaam tegelijk, gezellig bootreisje, op één dag te doen, gemoedelijk	Ver weg, kinderen minder actief, weinig informatie, niet aantrekkelijk bij slecht weer, onderhoud huisjes niet goed, voor jonge kinderen weinig te doen, horeca is duur, laatste boot om 17:30, niet makkelijk toegankelijk voor gehandicapten, lelijk nieuw restaurant, hoogdrempeliger dan speeltuinen, weinig afwisselend, voor sommige kinderen te duur, duurt voor kinderen te lang, openbaar vervoer is beperkt (trein uit 1 richting, bus uit Lelystad gaat heel weinig)
Beeldende kunst exposities	1	1	Leerzaam, niet afhankelijk van het weer	Afstand
Recreatiepark	1	1	Laagdrempelig, zand/water, ook kort bezoek mogelijk	Geen cultuur
Openluchtmuseum Arnhem	1	1	Belicht heel Nederland	De kinderen vinden het te veel loopwerk
<b>Efteling</b>	4	1,5	Dichtbij, kinderen vinden het leuk, kinderen houden zichzelf bezig, veel te doen, telkens wat nieuws, veel variatie, mooi park, spannend, dag die bij blijft, zeer romantisch, even in een andere wereld	Niet leuk voor ouders, lange wachtrijen, duur (entree en horeca), ver weg, druk, vermoeiend/slopend
<b>Texel (natuur, zeehonden)</b>	2	1,5	Lekker buiten, ontspannend, rustig, met dieren bezig zijn	Reistijd
<b>Dierentuin (Artis, Blijdorp, Burger's Zoo)</b>	3	2	Dichtbij, leuk voor iedereen, veel dieren en natuur, wandelmogelijkheden, verschillende gebieden	Duur, ver, druk in vakanties
Speeltuin	1	2	Laagdrempelig, doedingen	Geen cultuur
Dolfinarium	1	2	Rust, genezend, boeiend	Halve dag
Biesbosmuseum	1	3	Actief bezig zijn, wandelen, kanoën, natuur	
Stoomtrein Hoorn-Enkhuizen	1	3	Gezellig ritje, lekker ontspannen, verschillende stadjes aandoen	Afhankelijkheid van reisschema
Speeltuin/attractiepark Ankeveen	1	3	Veel te beleven, attractief	Geen cultuur
Nationaal Park de Hoge Veluwe	1	3	Lekker buiten, fietsen, combinatie natuur en kunst	Reistijd
Six Flags	1	3	Met jaarkaart hoef je er niet over na te denken	Niet iedereen kan ertegen
Paleis het Loo	1	3	Dichtbij	Bij slecht weer minder leuk
<b>Bos- of strandwandeling</b>	5	3,6	Ontspannend, frisse wind door je hoofd, lekker kletsen, beetje rust in de drukke werkweek, gratis toegang, lichaamsbeweging, niet afhankelijk van openingstijden, veel te zien	Weer kan spelbreker zijn, voor grotere tochten is goede conditie nodig, ver weg, zoeken naar route, lastig met openbaar vervoer
Zeeaquarium Terschelling	1	4	Natuur, informatief, leuk voor kinderen	Nodigt niet uit tot herhalingsbezoek
<b>Archeon</b>	2	4	Leuk opgebouwd (van verleden tot heden), gevarieerd, ruim, lekker wandelen, dichtbij station, gezamenlijk diner	Ver weg, weinig te doen, duur

### Favoriete uitjes van 50-plussers

Bestemming	Aantal keer genoemd	Gemiddelde positie (1-4)	Voordelen	Nadelen
Zuiderzeemuseum		2,2	Echt iets doen, alle informatie van te voren via internet op te zoeken, leuke activiteiten, dichtbij, leerzame oude beroepen, vriendelijk, hele dag buiten, aan het water, rustige dag, relaxed, herkenning, verbazing, imaginatie	Drukte, betaald parkeren, slechte PR, afhankelijk van weer, ver weg
Kunstmuseum	2	1	Eigen tempo, eigen selectie, lengte bezoek is variabel, verbreding en verdieping van kennis, leuk om kennis te nemen van nieuwe ontwikkelingen, kost niet zo veel tijd, te combineren met andere activiteiten	Treinkaartje ernaartoe is duur, met de auto vaak parkeerproblemen, binnen
Efteling	1	1	Voor jong en oud.	Ver weg
Kröller-Müller en Hoge Veluwe	1	1	Beeldentuin, wandelen, witte fietsen, prachtige bossen	Ver weg
Van Gogh Museum	1	1	Per bus bereikbaar, gezellig in de stad	Soms te veel tegelijk, vermoeiend
Openluchtmuseum Arnhem	2	1,5	Dichtbij, mooie omgeving, Museumkaart geldig, rustig wandelen, herkenning, verbazing, imaginatie	Verzameling is een ratjetoe, ver weg, minder intiem dan Zuiderzeemuseum
Archeon	1	2	Kinderen nemen er letterlijk iets van mee (pijlpunt etc.)	Drukte
Cruquius	1	2	Interessant, met gids is leuk	Voor vrouwen te technisch
Madurodam	1	2	Veel te zien op één oppervlak	Moeilijk te bereiken, erg druk, niet leuk bij regen, te warm bij erg mooi weer
Botanische Tuin Haren/Groningen	1	2	Schitterende Japanse tuin en rozen	Ver weg
Gemeentemuseum Den Haag	1	2	Zondags gratis parkeren, mooie tentoonstellingen	Niet alles kunnen zien, een selectie moeten maken
Wandelen in de natuur	3	2,3	Even echt weg en toch 's avonds weer thuis, vrijheid, geen drukte om je heen, lekker de stad uit, je kan het zo maar doen	Er eerst heen moeten, weersafhankelijk
Monumenten, historische stad	2	2,5	Altijd interessant, vrijheid van handelen en wandelen	Op een gegeven moment heb je al die mooi straatjes wel gezien (als je vaker gaat)
Boottocht Linge	1	3	Relaxed, mooie omgeving	Niet leuk bij slecht weer
Singer Museum Laren	1	3	Tijdens een fietstocht, prachtige omgeving	Niet alles kunnen zien
Panorama Mesdag	1	3	Silte, lang zitten kijken	1 keer per 5 jaar leuk
Spoorwegmuseum	2	3,5	Leuk voor spoorwegfreaks, combinatie met Hoog Catharijne en Museum van speelklok tot pierement, jongensdroom	Ver weg, leuk op de dag zelf, maar minder inspirerend in het dagelijks leven
Aldaers Erfroute in Friesland	1	4	Veel afwisseling, niet druk	Ver weg
Museum van speelklok tot pierement	1	4	Combinatie met Spoorwegmuseum en Hoog Catharijne	Ver weg
Streekmuseum	1	4	Kennis nemen van nieuwe musea	Je moet het goed plannen en vantevoren uitzoeken
Maasoever Rotterdam	1	4	Prachtige boulevard, leuke oude haven (Delfshaven), leuke terrassen, rondvaart door haven, schitterende skyline.	Ver weg
Naturalis	1	4	Speciaal met kinderen leuk, veel doe-activiteiten	Je kunt niet alles zien.

### Favoriete uitjes van excursiegroepen

Bestemming	Aantal keer genoemd	Gemiddeld positie (1-4)	Voordelen	Nadelen
Zuiderzeemuseum (alle groepen)		2,3	Sfeervolle havens, loopafstand museum, eten goed verzorgd, overzicht Zuiderzee historie, alles binnen een organisatie, groep blijft op terrein, binnen & buiten, eenvoudig te organiseren, dichtbij, iets totaal anders, eruit zijn, interessant onderwerp ivm eigen boerderij aan de Zuiderzee	Statische bediening, parkeren en met de boot ernaartoe, alles in dezelfde sfeer (dan kan 8 uur lang zijn), niet goedkoop, hoerca te duur, gidsen te duur, te groot, beide musea te ver uit elkaar
Radboud Kasteel (zeilvereniging)	1	1	Zeer geschikt voor groepen, goede catering, ambiance, rondleiding kasteel	Beperkte capaciteit
Rijkswerf Marinemuseum Den Helder (zeilvereniging)	1	1	Overzicht nautische historie	Ver weg
Golfpark Lelystad (groep boeren)	1	1	Dichtbij, bezig zijn op een rustige manier, leuk om te zien wat er in de omgeving gebeurt	Weersafhankelijk
Moeke Mooren Appellthorn (groep gepensioneerden)	1	1	Keuze uit meerdere programma's (boottocht, tuinen, wijnmakerij, tingieteterij), redelijke prijs	Ver weg
Batavia (groep boeren)	1	1	Dichtbij	Geen groepscontact
Bedrijfsbezoek in de buurt (groep boeren)	1	2	Betrokkenheid bij ondernemingen in de buurt, dichtbij, niet duur	Niet iedereen vindt dit interessant
Joure (museum, Hinde-loopen, schaatsmuseum)	1	2		
Boottocht (groep gepensioneerden, 65+-groep, groep boeren)	3	2,3	Gezelligheid, je kunt elkaar ontmoeten, combinatie met lunch/buffet, water voor iedereen aantrekkelijk	Niets nieuws, vervalt gauw in herhaling, onhandig als mensen eerder weg moeten
Stadsbezoek (Delft, Leiden, Utrecht, Amsterdam) (ondernemersvereniging, groep gepensioneerden, 65+-groep)	4	2,3	Afwisselend (o.a. stadswandeling olv gids, boottocht), vele contrasten, relatief lage kosten, vrijheid voor deelnemers, veel activiteit, veel mogelijkheden, korte wandelingen, binnen & buiten	Vereist coördinatie bestuur, tussentijds vervoer nodig, moeilijk te organiseren, gidsen meestal te duur
It Saol Workum (zeilvereniging)	1	3	Prima jachthaven, eten prijs/kwaliteit goed	Meerdere groepen aanwezig
Scheepvaartmuseum Amsterdam (zeilvereniging)	1	3	Compleet overzicht, in Amsterdam	Parkeren
Floriade (groep gepensioneerden)	1	3	Dichtbij, nieuw.	Duur
Spaander Volendam (zeilvereniging)	1	4	Prima entourage kwaliteit eten goed	Matige jachthaven
Zaanse Schans (zeilvereniging)	1	4	Zaanse historie	Bij slecht weer niet geschikt
Six Flags (groep boeren)	1	4	Dichtbij, iets totaal anders	Geen groepsgebeuren, weersafhankelijk, onzekerheid of men wilde attracties kan waarderen
Bustoch t	2	4	Korte wandelingen, binnen&buiten, iets van elkaar horen, historie zien, eten en drinken	Te lang in de bus
Texel (Ecomare, Juffersmuseum)	1	4		



