



Bij gebruik van deze tekst gaarne altijd hieronder aangegeven bron vermelden.

Auteurs: Andries van den Broek, Koen Breedveld en Frank Huysmans

In: Sociaal en Cultureel Rapport 2002.

Hoofdstuk 10 Vrije tijd, media en cultuur. Paragraaf 10.3.3 pp 610-612

### 10.3.3 De cultuursector

De gebruikskwaliteit van culturele voorzieningen wordt hier geschetst aan de hand van een greep uit onderzoek onder bezoekers van musea en podia. Publieksonderzoek laat slechts bezoekers aan het woord, waardoor het niet representatief is voor de gehele bevolking. In bevolkingsonderzoek wordt de beeldvorming over musea en podia echter niet gepeild, zodat moet worden volstaan met de beeldvorming onder de bezoekers. Doordat publieksonderzoek niet op landelijke leest is geschoeid<sup>26</sup>, maar ad hoc door instellingen wordt ondernomen, zijn de uitkomsten ervan evenmin representatief voor het geheel van culturele instellingen. Om deze twee redenen is het niet mogelijk een volledig beeld te geven van de gebruikskwaliteit die de Nederlanders ervaren in de Nederlandse culturele instellingen. Hoewel niet volledig of representatief, biedt onderstaande greep uit het publieksonderzoek wel een kijkje in de keuken. In 1999 en 2000 verrichte de sociologe Ranshuysen in opdracht van Bureau promotie podiumkunsten publieksonderzoek bij enkele schouwburgen in Nederland.<sup>27</sup> Met behulp van de adressenbestanden van die schouwburgen werd een schriftelijke enquête uitgezet. De ruim 2.000 bezoekers die reageerden, behoren tot de trouwere die eens of vaker een kaartje reserveerden. Incidentele bezoekers, die hun kaartjes aan de kassa kochten, zijn in dit onderzoek niet vertegenwoordigd. Het onderzochte publiek is daarom niet representatief voor de Nederlandse bevolking. Hoger opgeleiden, ouderen en autochtonen zijn sterk oververtegenwoordigd, vooral bij klassieke concerten.<sup>28</sup> Respondenten werd gevraagd om diverse aspecten van 'hun' theater met een rapportcijfer te beoordelen. Daarbij werden nauwelijks onvoldoendes uitgedeeld. Een schouwburg scoort vijven op de punten bereikbaarheid per auto en parkeergelegenheid. De *core business*, de programmering, wordt telkens met een royale zeven gewaardeerd. Bij onderlinge vergelijking blijkt dit kenmerk de schouwburgen het minst van elkaar te onderscheiden en gaf de bereikbaarheid per auto de meeste tekening te zien. De beoordeling van de sfeer van de schouwburg varieert van een krappe zeven tot een royale acht, de informatievoorziening over de programmering scoort een zeven. De overige beoordeelde aspecten betreffen ondersteunende diensten, zoals de service in foyer en garderobe, en de bestelmogelijkheden van kaartjes. Ook dat leverde overwegend zevens op, al werd dergelijke dienstverlening van sommige schouwburgen met een zes-min beoordeeld.

Twee derde van de bezoekers beoordeelt de sfeer in 'hun' schouwburg als aangenaam. Deze appreciatie varieert sterk, van ruim 50% van de bezoekers in de ene tot ruim 90% in de andere. Driekwart denkt dat de schouwburg er voor iedereen is, slechts 4% meent dat het om een voorziening voor een select publiek gaat. Desgevraagd realiseert

men zich echter dat de schouwburg niet erg kindvriendelijk is: slechts ruim de helft van het publiek is van mening dat de schouwburg ook iets voor kinderen is. Schouwburgen worden door hun eigen publiek dus met een ruime voldoende gehonoreerd, als aangenaam van sfeer beoordeeld en niet als elitaire instellingen beschouwd. Dit oordeel van de (meer toegewijde) bezoekers mag niet voor een oordeel van de Nederlandse bevolking gehouden worden. In weerwil van de beeldvorming onder dat publiek zelf, vormt het schouwburgpubliek allerm minst een dwarsdoorsnee van de bevolking. En in weerwil van de door bezoekers met een zeven gewaardeerde informatievoorziening, wijst onderzoek onder niet-gebruikers uit dat men buiten de kring van bezoekers zeer slecht op de hoogte is van het aanbod in theaters (bv. Ranshuysen en Elffers 2002).

Onderzoek onder het publiek van vlakkevloertheaters leverde grosso modo hetzelfde beeld op. Ook voor dat type voorziening geldt dat de bezoekers de programmering met een royale zeven waarderen, het theater sfeervol vinden (Ranshuysen 2002a) en de bereikbaarheid per auto soms als problematisch ervaren (Ranshuysen 2002b).

Vlakkevloertheaters hebben een avontuurlijker en vernieuwender imago dan schouwburgen. Zij trekken een jonger publiek dan schouwburgen en zijn daarom naar leeftijd minder selectief. Daarentegen zijn die theaters naar opleiding juist selectiever dan schouwburgen: ze worden nog sterker vooral door een hoogopgeleide culturele elite bezocht. Een saillant detail is dat naarmate bezoekers een vlakkevloertheater als sfeervoller ervaren, zij het minder toegankelijk achten (Ranshuysen 2002a). Sfeer en selectiviteit gaan bij deze culturele voorhoede blijkbaar hand in hand.

Musea hebben meer publieksonderzoek doen verrichten dan podia. Ranshuysen (1997a, 1997b, 1999b, 2001b) onderzocht in de afgelopen jaren het publiek van tientallen musea in Nederland (en Vlaanderen, Ranshuysen 2001c). De rapportcijfers voor de kerndiensten van die musea – de permanente tentoonstelling, de algemene sfeer en de bijschriften – liggen in het algemeen op het niveau van een zeven tot een acht. Alleen de klantvriendelijkheid van het personeel scoort veelal hoger. Andere perifere aspecten – zoals museumwinkel, parkeermogelijkheid en geschiktheid voor kinderen – scoren wisselender en lager. Musea worden in de regel kindvriendelijk gevonden, vooral musea die met hun tentoonstelling inspelen op kinderen (Ranshuysen en Elffers 2001). Ook publieksonderzoek wijst uit dat musea niet de doorsnee van de bevolking trekken. Zo las een derde van de bezoekers van het Utrechtse Centraal museum *de Volkskrant* en een derde *nrc Handelsblad* (Centraal museum 2000). Van de bezoekers van een tentoonstelling in het Rembrandthuis las eveneens twee derde een van deze twee kranten (Motivaction 1992), terwijl het percentage lezers van die kranten onder de gehele bevolking veel lager ligt. Het publiek van kleine musea vormt overigens in de regel een betere afspiegeling van de bevolking dan dat van grote(re) musea (Ranshuysen 2001b).

### **Conclusie**

Doordat Ranshuysen het publiek van podia en van musea op vergelijkbare wijze onderzocht, is het mogelijk de gebruikskwaliteit van beide typen culturele instelling te vergelijken. Zowel musea als podia worden door tweederde deel van de bezoekers als sfeervol beoordeeld, terwijl de bezoekers het aanbod in beide gevallen met een royale voldoende waarderen. Het publiek van die culturele instellingen is ingenomen met de gebruikskwaliteit ervan.

In termen van de rapportcijfers komen de musea echter op diverse punten positiever uit de verf dan de podia. Dit geldt zowel het kernproduct als de ondersteunende diensten. De tentoonstellingen in musea worden wat beter beoordeeld<sup>29</sup> dan de voorstellingen op de podia, verder scoren musea hoger op sfeer. Ook qua kindvriendelijkheid en prijsstelling hebben musea een streepje voor. Tot slot spelen onveiligheidsgevoelens bij musea een kleinere rol. Dat musea overdag bezocht worden en podia vooral 's avonds, zal daar niet vreemd aan zijn. Een recente inventarisatie (Broekhuizen en Huysmans 2002) duidt erop dat de musea ook in hun informatievoorziening op het internet beter voor de dag komen dan de podia. Museumwebsites zijn in het algemeen vollediger dan theaterwebsites.

## Noten

26 Dat het onderzoek niet op nationale leest is geschoeid, hindert de generaliseerbaarheid en de onderlinge vergelijkbaarheid van de diverse publieksonderzoeken.

Interessante maar op zichzelf staande casestudies (vb. Centraal museum 2000; Kunsthal 2002; Motivaction 1992; nbt 1992) ontberen vanwege het ontbreken van referentiepunten de mogelijkheid tot vergelijking met de bevindingen bij soortgelijke instellingen. Dergelijke studies laten zich nauwelijks combineren tot een completer beeld en bieden evenmin de mogelijkheid tot *benchmarking* van de onderzochte instelling. Onderzoek onder veertien Zeeuwse musea (Van der Wouw en Schellekens 1997) gaf wel een breder beeld en meer mogelijkheden tot onderlinge vergelijking.

Ranshuysen (1999a) heeft aanbevolen om het publieksonderzoek bij musea en podia te standaardiseren, een aanbeveling die ze zelf in de praktijk gebracht heeft (getuige het vervolg van deze paragraaf). Op initiatief van de Nederlandse museumvereniging en van de Stichting museumjaarkaart wordt de museummonitor ontwikkeld, een aan de bezoekregistratie gekoppeld publieksonderzoek dat landelijk gaat worden uitgevoerd en waarmee momenteel in 27 Gelderse musea wordt proefgedraaid. Ten behoeve van de monitoring van het Actieplan cultuurbereik is, op initiatief van OCenW, een gestandaardiseerd instrument voor lokaal gebruik ontwikkeld (de Richtlijn cultuurparticipatie onderzoek), dat deels voortborduurde op eerder landelijk (SCP-)onderzoek ([www.cultuurbereik.nl](http://www.cultuurbereik.nl)). Overigens is het helaas niet mogelijk de gebruikskwaliteit van culturele instellingen te vergelijken met c.q. te ijken aan de gebruikskwaliteit van aanbieders van andersoortig vrijetijdsvermaak. Dit is jammer, aangezien culturele instellingen meer en meer rechtstreeks met die andere partijen op de vrijetijdsmarkt in concurrentie zijn (Van den Broek en De Haan 2000). Te weten dat de gebruikskwaliteit van de museale wereld gemiddeld met een rapportcijfer van een royale zeven beoordeeld wordt, zegt eigenlijk nog weinig wanneer het niet bekend is of pretparken, restaurants en bioscopen hoger, gelijk of lager scoren.

27 Deze gegevens zijn niet eerder gepubliceerd, maar werden het scp ten behoeve van deze paragraaf over gebruikskwaliteit van culturele instellingen welwillend ter beschikking gesteld.

28 In de adressenbestanden bestaat voorts een sterke oververtegenwoordiging van vrouwen. Hoewel dit strookt met eerder SCP-onderzoek (De Haan en Knulst 2000), is die oververtegenwoordiging hier sterker. Ranshuysen wijst erop dat vrouwen mogelijk vaker degenen zijn die kaarten reserveren.

29 Overigens is het niet bekend wat bezoekers in een museum ervaren, en wat dat bij hen losmaakt. Er is een publicatie in voorbereiding waarin de verspreide informatie uit bestaand publieksonderzoek betreffende de eigenlijke museale ervaring geïnventariseerd wordt (Rodriguez Lopez 2002; zie eerder Haanstra 1992).