

Tussenbalans Gratis Rondje Musea

Resultaten van de provinciale gratis museumweekeinden 2004 en 2005

Inhoud

1.	Inleiding	3
2.	De aard van de evaluatie	4
3.	Driemaal een Gratis Rondje Musea	5
3.1	Deelname musea	5
3.2	Publiciteit	5
3.3	Geld	5
4.	De bezoekerscijfers	6
4.1	Op jaarbasis	6
4.2	Per gratis rondje	6
4.3	De bezoekers nader bekeken	6
5.	Meningen van de bezoekers	7
6.	Meningen van de musea	8
6.1	Betekenis van de gratis rondjes	8
6.2	Ervaringen met de gratis rondjes	8
6.3	Kijk op het publiek	8
6.4	Kosten baten	9
6.5	Kijken naar de toekomst	9
7.	Conclusies	9

Bijlage: bezoekerscijfers

1. Inleiding

In juni 2004 hebben provinciale staten besloten om in de periode 2004-2007 jaarlijks € 100.000,- beschikbaar te stellen voor twee gratis museumweekeinden per jaar. Met deze gratis toegang wil de provincie het museumbezoek een extra impuls geven. Provinciale staten namen bij dit besluit het adviesrapport *Vrij Entree*¹ over.

Het gewenste resultaat van de gratis museumweekeinden staat in het betreffende statenvoorstel (citaat):

Het beoogd effect van gratis toegang tot de Utrechtse musea is dan ook allereerst het op peil houden van het aantal bezoekers. In 2002 waren dat er zo'n 880.000. Het tegengaan van teruglopende bezoekerscijfers telt. De lat kan echter wel wat hoger worden gelegd. Het streven is het jaarcijfer van 2003, dat op dit moment nog niet bekend is, met tenminste 2% te verhogen. Afgaande op het jaarcijfer 2002 betekent dit dat de musea jaarlijks minstens 18.000 meer bezoekers trekken.

Eenzijds ging het de provincie dus om het stabiliseren van het toenmalige museumbezoek in een tijd waarin er sprake leek te zijn van een neerwaartse trend in museumbezoek, anderzijds om het verhogen van de bezoekerscijfers ten opzichte van de peildatum 2003.

Daarnaast zag de provincie als bijkomend resultaat een algehele versterking van de Utrechtse museumwereld. Waar mogelijk zou het gebruik van gezamenlijke thema's en samenwerking met andere culturele organisaties worden aangemoedigd.

De keuze voor twee weekeinden met vrij entree was op de volgende argumenten gebaseerd (citaat):

- * alle circa 40 Utrechtse musea kunnen deelnemen; er zijn geen belemmeringen wat betreft aard of kwaliteit van de collectie, de mate van professionaliteit en al dan niet gunstige ligging van musea;*
- * de deelname vergt weinig omhaal en de weekeinden kunnen meteen in 2004 beginnen;*
- * bijbehorende administratieve werkzaamheden zijn voor de musea gering; voor de provincie ligt dat anders, maar is het werk te overzien;*
- * publicitair zijn de museumweekeinden goed onder de aandacht van een breed publiek te brengen, waarbij de provincie zich samen met de musea kan profileren;*
- * de weekeinden richten zich, in de geest van het Coalitie-akkoord, op een algemeen publiek; overigens hebben ook los van het Coalitie-akkoord acties voor specifieke doelgroepen op dit moment geen voorkeur; het adviesrapport van de werkgroep zet de verschillende redenen hiervoor op een rij (1).*

Zoals bepleit in *Vrij Entree* en bevestigd in de afspraken met de musea, vallen de provinciale museumweekeinden op tamelijk luwe momenten, te weten midden zomer en in oktober buiten de herfstvakantie (tot nu toe laatste weekeinde oktober). Hiervoor is bewust gekozen, in de veronderstelling dat gratis toegang juist dan effect kan sorteren.

De provinciaal Utrechtse museumweekeinden vormen in zekere zin ook een toevoeging op het landelijke Museumweekend, dat jaarlijks in april plaats vindt en veel bezoekers trekt.

De provincie beschouwt de gratis museumweekeinden als een zaak van de musea en de provincie samen. Daarom is een kleine begeleidingsgroep ingesteld, bestaande uit:

Frank Louhenapessy, Vereniging van Utrechtse Musea/ Huis Doorn

Susanne Weide, Stedelijk Museum Vianen

Annelies Jordens, directeur/museumconsulent Erfgoedhuis

Hiske Land, consulent publieksactiviteiten Erfgoedhuis

Martine Diaz, communicatie-adviseur provincie

Fanny Huisman, projectleider/provincie.

¹ Adviesrapport *Vrij Entree* november 2003; bijlage bij statenvoorstel 28 juni 2004

De begeleidingsgroep buigt zich over zaken als de publiciteitscampagnes, draagvlak bij de deelnemende musea, publieksenquêtes en aandachtspunten bij individuele musea. Ook voor de hier gepresenteerde tussenbalans tekent de begeleidingsgroep, onder speciale vermelding van het aandeel van het Erfgoedhuis, dat de publieksenquêtes en het onderzoek onder de musea voor zijn rekening heeft genomen.

De algehele coördinatie van de gratis weekeinden berust bij de provincie.

2. De aard van de evaluatie

Voor de oordeelsvorming over de gratis museumweekeinden is het van belang te wijzen op de betrekkelijkheid van deze evaluatie.

De tussenbalans is nadrukkelijk indicatief. Zij is gebaseerd op gegevens die door de musea zijn verstrekt en op eigen praktische verkenningen onder het publiek en de deelnemende musea. Een representatief onderzoek was voor de tussenbalans niet voorzien. Bij de interpretatie van het cijfermateriaal moeten de volgende kanttekeningen worden geplaatst:

* De nulmeting: de door de musea opgegeven bezoekcijfers 2002-2003, die dienen voor de nulmeting, konden niet worden gecontroleerd. Daarnaast werd de nulmeting beïnvloed door beperkingen en toevalligheden, zoals onnauwkeurige registratie, geflatteerde cijfers, klappers zoals een groot publieksevenement toevallig op een van de peildata, of omgekeerd een tijdelijke inzinking. Sommige musea zijn alleen open tijdens museumweekeinden, waardoor in de nulmeting een fictief getal moest worden opgenomen. Tenslotte waren bij de schatting van het beoogd resultaat de cijfers van musea inbegrepen die vervolgens niet meededen aan de gratis rondjes. Hierop is door de begeleidingsgroep een correctie toegepast, omdat het vooral grote(re) musea betrof wier bezoekcijfers veel gewicht in de schaal leggen.

* De werkelijke bezoekcijfers: de door de musea opgegeven bezoekcijfers tijdens de gratis weekeinden zijn evenmin gecontroleerd. Enkele musea zonder geautomatiseerde kassa konden vanwege de drukte niet nauwkeurig turven. De wens om de cijfers te splitsen naar zaterdag en zondag werd na het eerste weekeinde (najaar 2004) geuit, waardoor alleen een uitspraak over 2005 mogelijk is.

* De participatie van de musea was niet constant. Enkele kleinere musea namen de eerste keren niet deel. Voor de vergelijking met de nulmeting wegen, zoals gezegd, de cijfers van de grote publiekstrekkers relatief zwaar. Zo heeft een van de grote museum in 2005 vanwege een verbouwing alleen aan het zomer weekeinde deelgenomen. In dit verband zij opgemerkt dat een ander groot museum last had van de onjuiste beeldvorming dat het was gesloten wegens verbouwing.

* De publieksenquêtes: men moet voorzichtig zijn met stellige uitspraken over het publiekeffect van de gratis rondjes. Onze inzichten zijn gebaseerd op een onderzoek door middel van een schriftelijke vragenlijst die de musea tijdens elk gratis rondje aan de bezoekers moesten verstrekken, met een aanvullende mondelinge vraagstelling tijdens het najaarsweekeinde 2005. De mate waarin de musea zich bij het uitdelen van de enquêteformulieren hielden aan de instructies wisselde. De respons op de enquête mag redelijk tot goed worden genoemd. Gegeven de spreiding over alle musea is de uitkomst waarschijnlijk wel representatief.

* Aan het onderzoek onder de musea nam 100% van de deelnemers mee. De begeleidingsgroep gaat er vanuit dat bij dit onderzoek de standpunten van de betreffende musea correct zijn verwoord; voor zekerheid zou een herhalingsonderzoek nodig zijn.

3. Drie maal een gratis rondje musea

3.1 Deelname musea

De provinciale museumweekeinden vonden tot nu toe driemaal plaats, namelijk in het laatste weekeinde oktober 2004, in het weekeinde midden juli en het laatste weekeinde oktober 2005. Deden aan het eerste rondje zo'n 30 musea mee, later werden het er 35. Dat is 88% van de totaal 40 musea in de provincie.

Drie grotere musea participeerden niet. Het betreft kasteel Amerongen, het Geld- en Bankmuseum, dat voorjaar 2007 heropent, en het Spoorwegmuseum. Wegens herinrichting kon het Nationaal Museum van Speelklok tot Pierement niet deelnemen aan het najaarsweekeinde 2005. Enkele kleinere musea haakten eerst bij het tweede of derde weekeinde aan.

Andere kleine musea als dat van de zorginstelling Valkenheide en het Dijkmagazijn De Heul zagen af van deelname.

3.2 Publiciteit

Voor de publiciteitscampagnes is gekozen voor het motto *Een gratis rondje musea, aangeboden door de provincie Utrecht*. Uiteenlopende middelen werden daarbij ingezet:

- . folders en affiches voor musea, vvv's, hotels, campings enz.
- . vlaggen bruikbaar bij elk gratis rondje
- . krant/internetadvertenties
- . aparte website www.gratisrondjemusea.nl
- . reclame regionale radio eenmalig zomer 2005
- . reclame regionale bussen eenmalig najaar 2005

Enkele musea stelden hun eigen adressenbestanden beschikbaar voor verzending van de folders. Ook zorgden meerdere musea voor eigen publiciteit in de locale en regionale pers. Kasteel de Haar veroverde zelfs eenmaal een plek in de Telegraaf. Dat heeft het museum geweten: men kon er over de hoofden lopen.

Dit brengt ons op het effect van de verschillende media. Kranten blijken een prima middel, vooral de huis-aan-huisbladen en regionale bladen. De website Gratis Rondje Musea, die via een link op diverse andere sites bereikbaar was, is eveneens doeltreffend. Kort voor de betreffende weekeinden werd deze gemiddeld 500 keer per dag bezocht. De radioreclame voor het zomerrondje 2005 en de busreclame voor het najaarsrondje 2005 vinden we niet of nauwelijks terug in de publieksenquêtes. Een effect van de folders lijkt te zijn dat mensen meerdere musea in één gemeente gingen bezoeken.

3.3 Geld

Voor de periode 2004-2007 is jaarlijks € 100.000,- beschikbaar. Volgens de raming zou hiervan ongeveer € 80.000,- nodig zijn voor de compensatie van entreegelden en € 20.000,- voor publiciteit. In de praktijk blijken de afkoopsommen uit te komen op ongeveer € 62.000,-. Dit lagere bedrag wordt veroorzaakt doordat:

- . grotere en dus duurder musea niet deelnemen of niet aan alle twee de weekeinden per jaar
- . enkele musea, waaronder één groot, altijd al gratis is en dus geen vergoeding ontvangt
- . de tariefstijgingen in 2005 meevielen.

De uitgaven voor promotie beliepen in 2005 ruim € 25.000,-, afgezien van de eenmalige radioreclame bij het zomerweekeinde 2005 en de eenmalige busreclame najaar 2005. De radioreclame heeft de provincie bekostigd uit een algemeen promotiekrediet, terwijl de busreclame alleen mogelijk was doordat er in 2004 geen twee maar één gratis rondje werd gegeven en het resterende geld 2004 werd overgeboekt naar 2005. Uit dit extra geld is ook het extra publieksonderzoek bekostigd.

De formule voor de compensatie van gedeelde entreegelden was vastgesteld in het statenvoorstel van juni 2004. Het gaat om een afkoopsom die tevoren wordt bepaald en betaald. De formule is: *het gemiddelde bezoekerscijfers 2002-2003 in het weekeinde midden juli en eind oktober, vermenigvuldigd met het normale volwassenentarieef in het lopende boekjaar*. De musea die altijd gratis toegankelijk

zijn, waaronder het Militair Luchtvaartmuseum, kregen derhalve geen vergoeding, maar konden wel profiteren van de publiciteit voor het gratis rondje.

4. De bezoekerscijfers

4.1 Op jaarbasis

Zoals in de inleiding vermeld, is het doel van de provincie om op jaarbasis de bezoekerscijfers op het niveau van 2003 te handhaven en bij voorkeur met 2 % te verhogen. Deze doelstelling is bereikt.

Het streefgetal ²	856.153	en zo mogelijk verhoogd met 2 %, zijnde 17.120, tot 873.276
Werkelijk in 2005	871.409	waarvan 3,4 %, zijnde 30.000, tijdens de gratis rondjes

Vergelijking tussen de bezoekerscijfers over de jaren 2003 en 2005 van de individuele musea laat zien dat er grote verschillen op kunnen treden bij een museum, waar wij nogmaals wijzen op toevalligheden in de nulmeting zoals tijdelijke tentoonstellingen, evenementen en veranderde omstandigheden. We zien uitschieters zoals de Heksenwaag die in 2005 bijna 60.000 bezoekers meer telde dan in 2003, en het Centraal Museum dat 12.000 minder ontving, en zelfs een halvering van het aantal bezoekers van het Waterleidingmuseum en het Catharijneconvent.

Uit de publieksenquêtes valt op te maken dat van alle bezoekers tijdens de gratis weekeinden ongeveer 70 % is gekomen omdat het gratis was. De overige 30 % werd aangenaam verrast bij de kassa.

4.2 Per gratis rondje

Kijken we uitsluitend naar de resultaten per gratis rondje, dan ontstaat een ander beeld. Tijdens alle drie gratis weekeinden kwamen er ruim twee maal zoveel bezoekers binnen in vergelijking met de nulmeting per weekeinde. Het totaal aantal over 2004 en 2005 is 46.470 bezoekers.

De individuele verschillen tussen de musea zijn wederom zeer groot: extreme voorbeelden van tien maal het normgetal zijn te melden voor een aantal musea zoals Museum Flehite, het Amerongs Historisch Museum en Museum het Rondeel in het eerste rondje in het najaar van 2004, De Baanshuur in het zomerrondje. Kasteel De Haar was in zijn eentje goed voor ruim 6000 bezoekers in het najaarweekeinde van 2005. Museum Het Rondeel is formeel kampioen met 24 maal het normgetal, maar hierbij moeten de absolute aantallen genoemd worden: van 1 naar 24 bezoekers.

Uit de cijfers valt niet af te leiden welk type museum het meeste profijt heeft van de actie. Er zijn musea die niet boven de normgetal uit de nulmeting komen of daar zelfs onder blijven. Dit lot treft zowel grote broeders als kleine instellingen.

Na het eerste gratis rondje heeft de provincie gevraagd de bezoekerscijfers uit te splitsten naar zaterdag en zondag. Uit de cijfers over het tweede en derde rondje blijkt dat op zondagen meer tot aanzienlijk meer publiek wordt getrokken dan op zaterdagen.

4.3 De bezoekers nader bekeken

De publieksenquête wijst uit dat bijna 75 % van de geënquêteerde bezoekers de actie kende voordat zij het museum binnenkwamen. Gemiddeld bijna 70 % heeft het museumbezoek er doelbewust op afgestemd. Dit percentage is stabiel over de drie weekeinden maar varieert sterk per instelling: van 30 % procent bij Kasteel Groeneveld in Baarn tijdens het najaarsrondje 2004 tot vrijwel 100% bij een aantal kleinere instellingen in de laatste ronde in 2005.

² gecorrigeerd voor de niet-deelnemende musea

Vooral de inwoners van de provincie Utrecht profiteren van de gratis rondjes: rond 80 % van de bezoekers woont in de provincie. Dit sluit aan bij de prognose in *Vrij Entree* waarin werd gesteld dat het meeste effect te verwachten viel bij mensen uit de regio.

Voorafgaand aan de actie was de prognose dat er weinig echt nieuw publiek te verwachten was. Op dit punt waarschuwde *Vrij Entree* voor overspannen verwachtingen. Alleen mensen die al over een zekere culturele competentie beschikken maar door de financiële consequentie afzien van museumbezoek, zouden te verleiden zijn. En dan vooral jonge gezinnen en studenten. Deze laatste categorie³ is amper aangetroffen, de eerste des te meer. Ouders met (jonge) kinderen komen vaker dan gemiddeld speciaal op deze actie af, namelijk 82 % tegen 68,5 % gemiddeld onder het publiek.

Het overgrote deel van de bezoekers heeft het afgelopen jaar al minstens één keer een museum bezocht. Daarvan gaf 40 % aan vier keer of vaker een museum van binnen gezien te hebben. Gemiddeld heeft 11 % in het voorgaande jaar geen enkel museum bezocht. Echter, dit percentage ligt in de groep ouders met jonge kinderen veel hoger: voor 38,6 % was deze gelegenheid het eerste museumbezoek in het jaar.

Qua opleidingsniveau sluiten (de ouders van) deze gezinnen aan bij het gemiddelde van alle bezoekers. Daarvan heeft ongeveer eenderde heeft een lagere opleiding (25,5 % mbo of alleen basisschool), eenderde hbo en eenderde een academische opleiding.

Zoals hierboven vermeld maken studenten geen gebruik van het gratis rondje. Dat geldt voor jongeren in het algemeen. De meeste bezoekers, voorzover geen kind, zijn tussen 45 en 60 jaar oud, gevolgd door de groep 60+.

Deze cijfers stroken overigens niet met het beeld dat sommige musea geven van hun publiek (zie onder 6.3). Verder geven deze cijfers geen duidelijk antwoord op de vraag naar het verschuivingseffect: in welke mate stellen mensen hun museumbezoek uit tot een gratis moment ?

Tijdens het derde rondje in het najaar 2005 is geïnformeerd naar de mate waarin de bezoekers gebruik hebben gemaakt van een eerder gratis rondje. Maar 10 % van de mensen die voorafgaand aan hun bezoek van de actie wisten, hadden ook tijdens de rondjes van oktober 2004 en/of juli 2005 een museum bezocht. Dit kan wijzen op een belangrijk gegeven, namelijk dat deelname niet leidt tot herhalingsgebruik, en dat bij ieder rondje andere mensen worden bereikt. Dit cijfer over feitelijk hergebruik staat haaks op de intentie van de bezoekers (zie onder 5.).

5. Mening van bezoekers

Van de geënquêteerde bezoekers staat 94 % ronduit positief tegenover de traktatie van de provincie. Het maakt daarbij niet uit of men door het gratis aanbod was verleid tot bezoek, of hoe dan ook al naar het museum ging.

Naast 'goed plan!' en 'vooral doorgaan' kwamen ook meer gefundeerde uitspraken, waarbij men het effect óf voor zichzelf beschreef ('dan ga ik ten minste' en 'mooie gelegenheid langs musea te gaan waar je anders niet aan denkt) óf in meer algemene termen formuleerde ('want kunst is van iedereen' en 'erg belangrijk voor minder draagkrachtigen'). Opvallend is de positieve respons van gezinnen met jonge kinderen. Zij geven vooral aan dat het risicoloos even binnenkijken de drempel had geslecht. Minder dan 1 % laat kritische geluiden horen: musea zouden niet gratis zouden moeten zijn, of juist veel vaker gratis toegankelijk. De 5% bezoekers 'zonder mening' zijn mensen die óf toch wel gaan ongeacht entreprijs, óf beschikken over mogelijkheden waardoor zij met korting of gratis het museum kunnen bezoeken, zoals de museumkaart.

³ De utrechtse studenten blijken volgens een bericht in het AD dd 11 januari 2006 ook geen gebruik te maken van de Cultuurpas waarmee zij gratis entree hebben. De liefhebbers onder hen zullen trouwens eerder op eigen gekozen momenten op de cultuurpas musea bezoeken.

In tegenstelling tot de cijfers over herhalingsbezoek tijdens het gratis rondje (zie 4.3) blijkt dat de bezoekers wel van plan zijn in de toekomst gebruik te maken van de gratis rondjes: 65 % gaf aan dit te willen.

6. Meningen van de musea

Eind 2005/begin 2006 zijn alle deelnemende musea geïnterviewd rond de volgende thema's.

6.1 Betekenis van de gratis rondjes

De musea zijn zeer content met het initiatief van de provincie. Op verschillende manieren hechten zij hier betekenis aan. Bijna alle musea melden dat de Gratis Rondjes van belang zijn voor het publiek. Men heeft het gevoel dat daarmee een drempel wordt geslecht, waardoor de positieve ervaring kan leiden tot herhalingsbezoek, zowel aan het eigen museum als aan musea in het algemeen. Hopelijk leiden de positieve ervaringen ook tot mond-tot-mond reclame. Een aantal musea geeft aan dat hun deelname aan het gratis rondje ook bepaald werd door andere factoren: men wil de boot niet missen ten opzichte van de andere musea, wil zich meer profileren als deel uit makend van de Utrechtse museumwereld of ziet als klein museum het voordeel van een grote publiciteitscampagne. Enkele kleine musea laten weten erg blij te zijn met de impuls aan de bezoekcijfers vanwege hun prestatieafspraken met de eigen gemeente. Dankzij het gratis rondje worden die gehaald. De musea prijzen vooral het collectieve van de actie. Juist de gezamenlijke presentatie naar buiten vindt men een heel belangrijk aspect.

6.2 Ervaringen met de gratis rondjes

De overgrote meerderheid heeft meer bezoekers gehad dan normaal. Door de drukte ontstonden vooral logistieke problemen zoals te weinig bemanning, en te kort aan kapstokken en kluisjes. Over het algemeen wisten de musea zelf deze knelpunten op te lossen en te voorkomen. Een aantal musea heeft de normale routine losgelaten en het programma aangepast, door bijvoorbeeld ingekorte rondleidingen of begeleiders op zaal.

Extreem was in 2005 de situatie bij Kasteel De Haar. Ondanks inzet van extra personeel en aanpassingen in het programma deden zich tijdens de beide gratis weekeinden: zorg om de brandveiligheid, grote problemen met parkeren en daardoor overlast in de buurt. Door het gestelde maximum aan het aantal bezoekers, ontstonden lange wachtrijen en moesten mensen teleurgesteld worden. Tijdens het najaarsrondje 2005 week het publiek zo af van de reguliere bezoekers dat men extra maatregelen heeft moeten treffen om publiek en objecten te scheiden.

Ook enkele andere musea melden problemen met bewaking, veiligheid en overzicht. 'Met het gratis entree kwamen ook de randfiguren en de tasjesdieven binnen'.

Ondanks deze ervaringen staan de musea positief ten aanzien van de actie en willen zij hun deelname continueren.

Een twaalfstal musea had speciale activiteiten in huis gedurende een of meerdere gratis weekeinden. Meerdere van hen gaven aan dit bewust te plannen.

Menig museum, met en zonder extra aanbod, heeft in aanvulling op de collectieve promotie ook zelf de media benaderd met een persbericht.

Over het algemeen is men zeer te spreken over de wijze waarop de provincie de publiciteit uitvoert. 'Heel goed, maakt eigen promotie eigenlijk overbodig!' Men prijst de spreiding over de provincie en de ruimte voorbereidingstijd.

6.3 Kijk op publiek

Tweederde van de musea heeft gemeld de indruk te hebben dat een ander publiek dan anders over de vloer kwam. De omschrijvingen van dat 'andere' publiek verschillen wel. Voor het Moluks Historisch Museum is dat een niet-moluks publiek, voor meerdere musea een publiek uit een andere sociaal-cultureel bevolkingssegment. 'Het publiek was anders dan normaal, snackende bezoekers die voor een

dubbeltje op de eerste rang wilden zitten, baby's verschonen op de marmeren tafel, aanpassingen in de route omdat bezoekers aan de objecten bleven zitten, meer gezinnen met kleine kinderen onder de vijf, en grote gezinnen die even binnenwipten; geen cultuursnuivers' meldt een van de kasteelmusea.

6.4 Kosten en baten

Ongeveer de helft van de musea heeft extra maatregelen genomen om de gratis rondjes in goede banen te leiden, hetgeen ook extra kosten met zich mee bracht. Dat betreft vooral de inzet van extra medewerkers of vrijwilligers. Extra inzet van menskracht wegens openstelling op dagen dat men anders gesloten is, werd vijf keer gemeld. De musea gaven aan dat de inzet van extra personeel ook echt nodig bleek te zijn, en tussentijds uitgebreid is.

De veronderstelling dat mensen bij gratis entree meer besteden in de museumwinkel of horeca wordt door maar een enkel museum onderschreven. Dit is een opmerkelijke afwijking van de prognose. Het publiek dat blijkt af te komen op de gratis rondjes komt met lege portemonnaie en gaat met lege handen (en hopelijk met een vol hoofd).

Tweederde van de musea kan zich zonder meer vinden in de uitkoopsom. Gematigd positief tonen zich een vijftal musea. Er wordt gepleit voor een extra vergoeding aan kleine musea die heel hard ploeteren en voor een jaarlijkse herijking van het normgetal in de berekening van de afkoopsom. Dit laatste omdat het normgetal (gemiddeld bezoekcijfers betreffende weekeinden 2002 en 2003) geen recht zou doen aan de huidige veranderde situatie.

6.5 Kijken naar de toekomst

De meerderheid van de deelnemers vindt de huidige frequentie van twee weekeinden per jaar prima, met de kanttekening dat het in ieder geval niet meer moet worden. Daarbij wordt ook gewezen op vergelijkbare evenementen, zoals gemeentelijke festiviteiten en het landelijk Museumweekend, waardoor men het gevoel heeft de grens te hebben bereikt. Een enkeling pleit voor één maal per jaar, terwijl aan de andere kant twee musea juist wel vaker willen.

Het onderwerp 'extra activiteiten tijdens het gratis rondje' heeft voor- en tegenstanders. Zo stellig als het ene museum beweert dat het móet, en dan vooral in samenhang en thema's, zo stellig vertelt een ander dat het onmogelijk is, gezien gebrek aan geld en menskracht. Deze scheidslijn loopt dwars door de gehele Utrechtse museumwereld: zowel kleine als grote musea bevinden zich in de voor- en tegengroep. Enkele musea beraden zich nog op extra aanbod, terwijl zo'n 12 musea al extra activiteiten ontplooiën.

Vroegtijdig vaststellen en bekendmaken van de data voor de Gratis Rondjes is van cruciaal belang voor de planning.

7. Conclusies en aanbevelingen

- > Voorop staat de conclusie dat in 2005 het beoogd resultaat van de provincie is gehaald.
- > Het publiek is enthousiast over deze traktatie van de provincie, ongeacht of men speciaal kwam vanwege het vrij entree of niet. Men moedigt de provincie dan ook aan er mee door te gaan.
- > Het blijkt dat, zoals te verwachten, het cultureel reeds enigszins competente publiek vooral gebruik maakt van de geboden gelegenheid en daarvan dan weer vooral gezinnen met (jonge) kinderen.
- > Ook de musea staan positief tegenover de actie van de provincie. Dit met het oog op de drempelverlagende werking bij het publiek, de algemene museale promotie en de (eigen) bezoekcijfers. Speciaal de collectieve promotie vinden de musea aantrekkelijk. Wat extra activiteiten betreft nemen meerdere musea zelf het initiatief tot combinatie van het vrij entree met ander aanbod.

Het jaarlijkse budget van € 100.000,- is nog beschikbaar in 2006 en 2007. Voor deze jaren adviseert de begeleidingsgroep om:

* door te gaan met het Gratis Rondje Musea volgens de gekozen formule. Dat wil zeggen twee gratis rondjes, midden zomer en in oktober buiten de herfstvakantie, maar

* op grond van de bezoekcijfers 2006 te beslissen of er in 2007 één dan wel twee gratis rondjes worden gehouden. Het is namelijk denkbaar dat de verleiding van de gratis museumweekeinden in de komende tijd uitgewerkt raakt. Dat zal gebeuren als het verschijnsel dat het publiek het laat bij één rondje, zich doorzet zonder dat een ander publiek zich aandient.

* ook voor 2006 en 2007 de organisatie van extra activiteiten niet verplicht te stellen. De individuele musea zijn initiatiefrijk gebleken. Zij hebben goed zicht op de mogelijkheden van de eigen organisatie om iets extra's te bieden en op mogelijkheden tot aansluiting bij locale of regionale evenementen en dergelijke.

* de afkoopsommen percentueel te verhogen. De balans tussen kosten en baten van de gratis museumweekeinden valt anders uit dan verwacht. De veronderstelde hogere inkomsten uit winkelverkoop en horeca zijn goeddeels uitgebleven. Verder moeten diverse musea extra kosten maken om de weekeinden goed te laten verlopen.

Verder is een aanpassing van de afkoopsommen een collectieve bonus op het collectieve resultaat. In het adviesrapport *Vrij Entree* werd de suggestie van een premie op succes gedaan en de begeleidingsgroep herhaalt haar bij deze. Een generale, percentuele verhoging van de afkoopsom past volgens onze berekeningen binnen het beschikbare krediet.

Los hiervan zijn bij een enkel museum de omstandigheden zo sterk veranderd dat de eerder vastgestelde gemiddelde bezoekcijfers 2002-2003 als vast element in de afkoopsom, onbevredigend kan zijn geworden. De provincie zou deze individuele gevallen nader kunnen bezien.

Bijlage bezoekerscijfers

Beoogd resultaat

Streefcijfer provincie (2003)⁴: 856.153 en zo mogelijk verhoogd met 2%, zijnde 17.120, tot 873.276
 Werkelijk 2005 : 871.409 waarvan 3,4%, zijnde 30.076, tijdens de gratis rondjes

Bezoekcijfers 2004-2005 per weekeinde

Museum	Najaar 2004	vgl. najaar 2002-2003	Zomer 2005	vgl. zomer 2002-2003	Najaar 2005	vgl. najaar 2002-2003	
Aboriginal Art Utrecht	1038	128	581	95	754	128	
Amerongs Historisch	90	9	95	16	82	9	
Armandomuseum	480	57	144	34	178	57	
Baanshuur Oudewater	**		200	27	320		
Catharijneconvent	835	970	276	484	874	970	
Cavalerie Amersfoort	472	125	144	125	500	125	
Centraal Museum	1890	1136	691	404	1.378	1136	
De Haar	711	651	2898	774	6.054	651	
Dorestad	170	37	67	44	270	37	
Flehite Amersfoort	1085	135	924	97	459	135	
Groeneveld Baarn	1018	696	490	447	1.539	696	
Heksenwaag Oudewater	573	174	504	280	679	174	
Huis Doorn	832	284	500	316	599	284	
Kleine Veenloo V'nendaal	**	9	**	12	50	9	
Mil.Luchtvaart Soest	936	1008	565	503	487	1008	
Moluks Historisch	80	83	60	15	44	83	
Mondriaanhuis A'foort	466	86	286	42	330	86	
Museum Jacobs vdh	38	25	22	18	46	25	
Museum Maarssen	122	26	55	69	90	26	
Oud Soest	78	72	56	90	160	72	
Oudheidkamer Vreeswijk	58	58	64	59	40	58	
Ronde Venen	**		38	18	170		
Rondeel Rhenen	13	1	66	13	24	1	
Slot Zuylen	304	99	368	100	397	99	
Sonnenborgh Utrecht	320	30	113	30	220	30	
Speelklok tot Pierement	2465	653	1467	402	**	653	verbouwing
Stadsmuseum Ijsselstein	169	80	342	228	213	80	
Stadsmuseum Woerden	56	113	94	24	66	113	
Stedelijk Vianen	116	10	37	7	77	10	
Techn. Troepen Soesterberg	**						geen opgave
't Schilderhuis Driebergen	27	21	60	44	44	21	
't Vurhuus Bunschoten	275	48	305	98	345	48	
Universiteitsm. Utrecht	1410	323	678	147	682	323	
Volksbuurtmuseum Wijk C	**		185	100	113		
Warsenhoeck Nieuwegein	124	20	105	9	59	20	
Waterleidingm. Utrecht	154	67	87	36	156	67	
Totaal	16.405	7.225	12.568	5.195	17.508	7.225	
** = geen deelname							

⁴ gecorrigeerd voor niet-deelnemende musea

