

# Concept nieuw Fries Museum valt in goede aarde

Marktorientatie nieuw Fries Museum

**Fries Museum**  
LEEUWARDEN

Amsterdam, januari 2006


Projectnummer: I1129

ir. Ingrid van Amersfoort

drs. Saskia Goedhart

drs. Pieter Paul Verheggen

drs. Ellen Vis



Het auteursrecht op dit rapport berust bij Motivaction International B.V. Het Fries Museum mag deze uitgave alleen voor intern gebruik verveelvoudigen. Voor publicatie van (gedeelten van) dit rapport in de nieuwsmedia, vakliteratuur of andere uitgaven is toestemming van Motivaction nodig. Bovendien verzoeken wij de opdrachtgever om bij publicatie Motivaction als bron te vermelden.

## Inhoudsopgave

Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

Achtergrond en opzet van het onderzoek

Resultaten

## Groot deel Friezen kent Fries Museum

Bekendheid en bezoek Fries Museum en bekendheid met veranderingen:

- 72% van de Friezen kent het Fries Museum en 57% van de inwoners van Leeuwarden is op de hoogte van de veranderingen, van de overige Friezen is dit 31%.
- De meest genoemde verandering is de locatiewijziging, en voor wat betreft verwachtingen beperkt zich dat tot dat de cultuur, de geschiedenis van Fryslân aan bod zal komen.
- Van de overige doelgroepen is tussen de 10% en 20% bekend met het Fries Museum. Slechts een enkeling van hen is bekend met de geplande veranderingen.

Totaaloordeel en bezoekingententie:

- 66% van de Friezen geeft een (zeer) positief totaaloordeel.
- Museumbezoekers en museumbezoekers die Fryslân ook als toerist bezoeken zijn nog positiever: resp. 76% en 81% heeft een (zeer) positief totaaloordeel, bij de toeristen is dit 66%.
- Van de Friezen zegt 53% het nieuw Fries Museum (nFM) waarschijnlijk of zeker te gaan bezoeken.
- Museumbezoekers die ook toerist zijn hebben een vrij hoge bezoekingententie: 59% verwacht het museum te bezoeken.

## Positieve waardering over concept

### Waardering concept: inhoudelijk

- Friezen spreekt vooral een museum aan waar de geschiedenis van Fryslân prominent aan bod komt (66%). Daarnaast spreken ook grote, wisselende tentoonstellingen die inspelen op de actualiteit aan. Deze interesse wordt gedeeld door de overige doelgroepen.
- Men vindt het concept in woorden aantrekkelijk en dat beeld wordt positiever nadat plaatjes ter illustratie van de sfeer zijn getoond. Variatie en diversiteit zijn de belangrijkste redenen voor de positieve indruk.
- Respondenten vinden dat een museum informatief, toegankelijk, educatief en vernieuwend moet zijn. Deze aspecten vindt men in hoge mate passen bij het concept voor het nFM en sluit daarmee aan op de wensen.
- Van de voorgestelde tentoonstellingen vinden alle respondenten de tentoonstelling 'Fryslân in de Middeleeuwen' het meest aantrekkelijk.
- Uitzicht over Leeuwarden, speciale films kijken en naar een speciaal concert gaan zijn activiteiten die positief gewaardeerd worden.

## Positieve waardering voor voorzieningen

Waardering concept: voorzieningen en omgeving

- Een café, ondergrondse parkeergarage en museumwinkel zijn voorzieningen die men het meest positief waardeert.
- Voor zowel de Friezen als de overige doelgroepen is de waardering voor het plein voor het museum niet eenduidig.
- De centrale hal wordt positief gewaardeerd; 25% verwacht een bezoek aan de hal te brengen zonder het museum te bezoeken.
- De omgeving waarin het nFM wordt gevestigd maakt dat winkelen een goede combinatie vormt met een bezoek aan het nFM.

## Samenvatting: schematisch weergegeven

	Friezen	Museumbezoekers	Toeristen	Museumbezoekers en toeristen
<b>Totaaloordeel en bezoekingentie</b>	Positief oordeel en vrij hoge bezoekingentie	Zeer positief oordeel en matige bezoekingentie	Gematigd positief oordeel en matige bezoekingentie	Zeer positief oordeel en hoge bezoekingentie
<b>Bekendheid Fries Museum en veranderingen</b>	Hoge bekendheid met het Fries Museum en met veranderingen. Naast de verandering van locatie bestaat er geringe bekendheid met de inhoud van de plannen.	Lage bekendheid met Fries Museum en met veranderingen.	Lage bekendheid met Fries Museum en met veranderingen	Lage bekendheid met Fries Museum en met veranderingen
<b>Verwachtingen</b>	Nauwelijks verwachtingen	Nauwelijks verwachtingen	Nauwelijks verwachtingen	Nauwelijks verwachtingen
<b>Inhoudelijke waardering nFM</b>	De opzet en aanpak van het nFM worden gewaardeerd, vooral de toegankelijkheid voor brede doelgroepen zoals kinderen. Tentoonstellingen waarin Fryslân meer prominent aan bod komt zijn belangrijk. 'Fryslân in de Middeleeuwen', het uitzicht, speciale films en een concert worden positief gewaardeerd.	De opzet en aanpak van het nFM worden gewaardeerd, vooral de toegankelijkheid voor brede doelgroepen zoals kinderen. Grote en wisselende tentoonstellingen zijn meest aantrekkelijk. 'Fryslân in de Middeleeuwen', het uitzicht, speciale films en een concert worden positief gewaardeerd.	De opzet en aanpak van het nFM worden gewaardeerd, vooral de toegankelijkheid voor brede doelgroepen zoals kinderen. Men is iets minder enthousiast over voorgestelde veranderingen in aanbod. Meest aansprekend zijn tentoonstellingen die inspelen op de actualiteit. 'Fryslân in de Middeleeuwen', het uitzicht, speciale films en een concert worden positief gewaardeerd.	De opzet en aanpak van het nFM wordt gewaardeerd, vooral de toegankelijkheid voor brede doelgroepen zoals kinderen. Tentoonstellingen die verschillende kunstvormen combineren en wisselende tentoonstellingen die inspelen op de actualiteit zijn het meest aantrekkelijk. 'Fryslân in de Middeleeuwen', het uitzicht, speciale films en een concert worden positief gewaardeerd.
<b>Waardering voorzieningen en omgeving nFM</b>	Geen eenduidig beeld van het plein, vrij positief over de openbare hal.	Geen eenduidig beeld van het plein, positief over openbare hal.	Geen eenduidig beeld van het plein, positief over openbare hal.	Geen eenduidig beeld van het plein, positief over openbare hal.

## Conclusies (1)

### **Bekendheid en verwachtingen**

- Een groot deel van de Friezen kent het Fries Museum. Van de overige doelgroepen kent een aanzienlijk kleiner deel het Fries Museum.
- Een aanzienlijk deel van de Friezen is op de hoogte dat het Fries Museum gaat veranderen. Ze weten vooral dat de locatie wijzigt, maar de inhoudelijke en conceptuele veranderingen kent men (nog) niet. Van de overige doelgroepen weet vrijwel niemand dat er wat gaat veranderen aan het Fries Museum.  
Er zal daarom geen discrepantie ontstaan tussen de verwachtingen en de uiteindelijke invulling van het nFM. Er zijn daarom ook mogelijkheden om er echt iets nieuws neer te zetten.

## Conclusies (2)

### **Het inhoudelijke concept**

- Het concept voor het nFM zoals dat aan de respondenten is voorgelegd, wordt positief ontvangen. De opzet en aanpak van het nieuwe museum sluit nauw aan bij wat men van een eigentijds museum verwacht: toegankelijk, informatief en vernieuwend.
- De beoogde sfeer voor het nFM sluit ook aan bij een eigentijdse invulling van het museum: veel variatie in tentoonstellingen, diversiteit aan activiteiten en een combinatie van verschillende onderwerpen en kunstvormen.

## Conclusies (3)

- Het nieuwe concept wordt het sterkst gewaardeerd door Friezen en personen die vaker een museum bezoeken c.q. hierin interesse hebben. Op grond van het voorgelegde concept verwachten wij dat de aantrekkingskracht voor niet-museumbezoekers niet autonoom en vanzelfsprekend moet worden verwacht; inhoudelijk kan deze groep zich er nog geen directe voorstelling van maken in hoeverre het voor hen interessant en/of aantrekkelijk zou kunnen zijn. Wij verwachten dat naar deze groep toe niet alleen de bekendheid van het nFM belangrijk is om te communiceren maar vooral ook de onderscheidende aspecten en een concrete invulling van de plannen te benadrukken.
- Het is duidelijk dat er belangstelling is voor activiteiten naast de tentoonstellingen. Het gaat daarbij om zowel actieve als passieve activiteiten. Een extra toegevoegde waarde van het nFM is de mogelijkheid om te kunnen genieten van het uitzicht; dit spreekt mensen aan.

## Conclusies (4)

- Het onderzoek bevestigt het beeld dat Friezen vooral geïnteresseerd zijn in tentoonstellingen over hun Friese achtergrond. Dat betekent dat als de doelgroep de Friezen is, er Friese tentoonstellingen aanwezig moeten zijn, en dat daarnaast activiteiten moeten worden ontplooid die aantrekkelijk zijn voor de Friezen (waar ze binding mee hebben). De onderdelen van het concept die daarop gebaseerd zijn, moeten daarom veel aandacht (zoals publiciteit) krijgen.
- De doelgroep toerist, die geen museumbezoeker is, is moeilijker te bereiken. Voor deze doelgroep is het van belang dat het museum toegankelijk is. De meesten hebben daarnaast ook een voorkeur voor een museum met een speelse en ongedwongen opzet. Het blijkt uit dit onderzoek dat de toeristen het concept van het museum als zodanig beoordelen, dus in dat opzicht sluit het concept aan op de wensen van de toerist. Als de toegankelijkheid van het nFM en de speelse opzet duidelijk worden gecommuniceerd, biedt dat eveneens mogelijkheden de niet-museumbezoeker aan te trekken.

## Conclusies (5)

### **Het concept, voorzieningen en omgeving**

- Men vindt het nog moeilijk zich een voorstelling te maken van de centrale hal van het museum en het plein. De mening over zowel de centrale hal als het plein lopen in gelijke mate uiteen van zeer aantrekkelijk tot zeer onaantrekkelijk. De uiteindelijke waardering voor de centrale hal en het plein zal erg afhankelijk zijn van de praktische uitvoering. De beoogde voorzieningen in de hal zijn wel vrijwel allemaal positief beoordeeld.
- De toegankelijkheid en het brede voorzieningenaanbod in de hal (horecagelegenheid) worden gewaardeerd alsmede de mogelijkheid die het nFM biedt om een uitzicht te hebben over Leeuwarden. De aanwezigheid van deze extra faciliteiten vergroten de aantrekkelijkheid om het nFM onderdeel te laten zijn van een bezoek aan Leeuwarden c.q. het winkelgedrag.

## Conclusies (6)

- De gekozen locatie voor het nFM (in het centrum van Leeuwarden) kan naar verwachting de verblijfsduur van bezoekers verlengen en de bestedingen verhogen, doordat een bezoek aan het nFM goed te combineren lijkt met winkelen in Leeuwarden.
- De verandering van het huidige beeld van het Zaailand en de plek die het nFM daarin gaat innemen wordt onder een kleine groep inwoners van Leeuwarden e.o. als minder positief ervaren. In hoeverre dat met het moderne beeld van de getoonde foto te maken heeft en hoe sterk dit gevoel zal beklijven kan op basis van dit onderzoek niet bepaald worden.

## Aanbevelingen: Creëer ruime publiciteit voor nFM

- Gezien het feit dat enerzijds de bekendheid van het Fries Museum onder de relevante doelgroepen buiten Fryslân nog gering is maar anderzijds het concept van het nFM positief gewaardeerd wordt, spreken wij de verwachting uit dat het aantrekken en bereiken van nieuwe doelgroepen vooral sterk afhankelijk zal zijn van de mate waarin deze doelgroepen op de hoogte zijn van het nieuwe karakter van het nFM.
- Wij adviseren in dat kader ten eerste de introductie van het nFM te begeleiden met nationale aandacht en een gerichte campagne waarin de Friezen maar vooral ook toeristen met bestemming Fryslân en museumbezoekers worden bereikt.

## Aanbevelingen: Ontwikkel aansprekende Friese en nationale tentoonstellingen/activiteiten

- Wij adviseren om bij de opening van het museum te kiezen voor een landelijke publicatie en vervolgens per tentoonstelling te bekijken of media-aandacht met name gericht moet worden op Fryslân (bij tentoonstellingen die specifiek ingaan op Fryslân) of juist landelijk als het een meer algemene tentoonstelling betreft.
- Om de nieuwe doelgroepen te stimuleren het nFM te gaan bezoeken is het belangrijk te zorgen voor een goede 'trigger', in de vorm van een nationaal aansprekende tentoonstelling of juist een interessante activiteit om het museum heen.

## Aanbevelingen: Schep helder beeld ambitieniveau en imago nFM

Om de verschillende doelgroepen te bereiken en op de juiste manier aan te spreken is een gedegen marketingbeleid voor het nFM belangrijk. Hierbij kan onder andere gedacht te worden aan de volgende aspecten:

- **Product:** aandacht besteden aan de variatie in de tentoonstellingen (zowel Friese als niet-Friese onderwerpen), de diversiteit aan activiteiten en de combinaties van verschillende kunstvormen.
- **Positionering:** aandacht besteden aan de onderscheidende positie van het nFM in vergelijking met andere musea en met het toeristische aanbod in Leeuwarden en Fryslân. Schenk hierbij niet alleen aandacht aan de kwaliteit van het aanbod, maar ook aan het ambitieniveau van het nFM (wat ambieert het nFM?).
- **Promotie:** bepaal per tentoonstelling welke doelgroep hiermee aangesproken moet worden en stem de communicatie en media-aandacht af op deze specifieke doelgroep. Ontwikkel een publiciteitsplan en bepaal het corporate image (overkoepelende beeld) voor het nFM.

## Inhoudsopgave

Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

Achtergrond en opzet van het onderzoek

Resultaten

## Achtergrond (1)

- Het Fries Museum (in het vervolg ook aangeduid als nFM) beschikt over een bijzondere en gevarieerde collectie. Geen enkel provinciaal museum heeft zo veel objecten (170.000) en zo veel verschillende deelcollecties (20). De huidige huisvesting van het museum biedt echter onvoldoende mogelijkheden om de collectie op de gewenste manier te presenteren.
- Het Fries Museum heeft begin 2002 een schenking ontvangen van de Stichting ir. A. Bonnema. Het geld is bedoeld voor een nieuw Fries Museum aan het Zailand in het centrum van Leeuwarden, met gebruikmaking van architect Hubert-Jan Henket in samenwerking met architectenbureau Bonnema. De Stichting Fries Museum heeft de schenking in principe aanvaard onder de daaraan verbonden voorwaarden.

## Achtergrond (2)

- De plannen voor het nFM zijn ambitieus:  
"Het nFM moet het publieke, Friese baken voor kunst en cultuur van heden en verleden worden. Het zet zijn collecties, kennis en cultureel elan in ten behoeve van een zo breed en gevarieerd mogelijk Leeuwarder, Fries en Nederlands publiek. Daartoe worden de collecties gefocust en kwalitatief verbeterd, wordt de benodigde kennisinfrastructuur versterkt, en wordt een breed scala aan activiteiten geprogrammeerd voor het bereiken en actief betrekken van het publiek".
- Het nFM moet een 'cultuurpaleis' worden en brengt oude en nieuwe kunst samen. De gehele collectie van het huidige Fries Museum inclusief de stijlkamers gaat naar de nieuwe locatie. Het nFM zal alleen wisselende tentoonstellingen presenteren, waardoor meer objecten uit de collectie kunnen worden gepresenteerd dan nu het geval is.

## Doelstelling en probleemstelling

De doelstelling voor het onderzoek luidt:

Informatie bieden op grond waarvan het Fries Museum inzicht kan krijgen in de belangstelling voor een nFM en het concept voor het nFM kan aanscherpen en laten aansluiten bij de verwachtingen van potentiële bezoekers.

De probleemstelling is tweeledig en luidt:

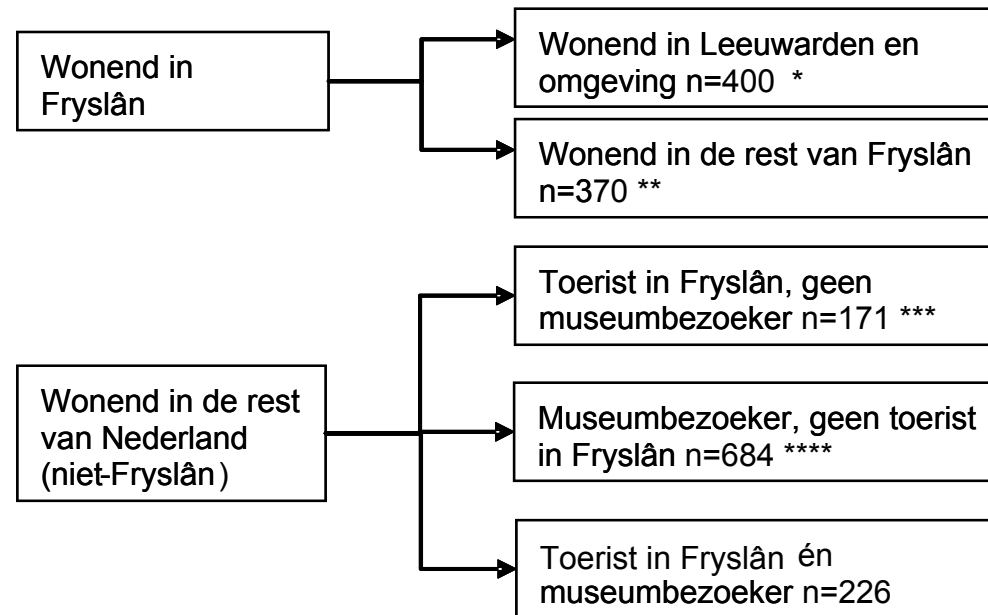
1. Wat zijn de verwachtingen van inwoners van Fryslân en overige Nederlanders ten aanzien van het nFM?
2. Hoe waarderen inwoners van Fryslân en overige Nederlanders het concept en de beoogde activiteiten van het nFM?

## Methode van onderzoek

- Het onderzoek is uitgevoerd via het online panel van Motivaction.
- In dit panel zijn consumenten vertegenwoordigd in de leeftijd van 15 tot en met 60 jaar.
- Het veldwerk heeft plaatsgevonden van 15 tot en met 28 december 2005.

## Doelgroepen

In totaal hebben 1851 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld.



[\*] Het betreft het Cebuco-gebied Leeuwarden, Franeker en Dongeradeel.

[\*\*] Het betreft het Cebuco-gebied Sneek, Heerenveen en Smallingerland.

[\*\*\*] Een toerist is in dit onderzoek iemand die de afgelopen 5 jaar Fryslân heeft bezocht met een toeristisch motief.

[\*\*\*\*] Een museumbezoeker is iemand die de afgelopen 3 jaar wel eens een museum in Nederland heeft bezocht.

## Respons

	Uitgestuurd	Bruto-respons	% uitgestuurd → bruto	Netto-respons	% bruto → netto
Wonend in Leeuwarden en omgeving	2.152	541	25%	400	74%
Wonend in rest Fryslân	1.724	493	29%	370	75%
Rest Nederland:	17.244	4.104	24%	1.081	26%
Museumbezoeker rest Nederland				684	
Toerist rest Nederland				171	
Museumbezoeker en toerist rest Nederland				226	

- De drie verschillende groepen van de rest van Nederland zijn gevormd op basis van twee selectievragen:
  - heeft u afgelopen 3 jaar een museum in Nederland bezocht?
  - bent u afgelopen 5 jaar in Fryslân geweest met een toeristisch motief?
- De bruto-respons van 24%-29% komt overeen met de gemiddelde respons bij online onderzoek. De netto-respons bij 'rest Nederland' is lager doordat extra is uitgestuurd om voldoende toeristen in het onderzoek te hebben.

## Achtergrondkenmerken respondenten (1)

		Friezen	museum- bezoekers	toeristen	beiden <sup>1</sup>
Geslacht*	man	31% <sup>S</sup>	40%	49%	48%
	vrouw	69%	60%	51%	52%
Gemiddelde leeftijd*		35 jaar <sup>S</sup>	40 jaar	42 jaar	43 jaar
Opleiding*	hoog**	35%	35%	29%	47%
	midden**	47%	52%	53%	40%
	laag**	16%	12%	19%	17%
Inkomen	beneden modaal	25% <sup>S</sup>	21%	18%	15%
	Modaal	25%	25%	27%	22%
	1,5-2 keer modaal	20%	23%	29%	34%
	2,5 of meer keer modaal	4%	7%	7%	9%

<sup>S</sup>: Friezen zijn significant vaker vrouw, jonger en hebben gemiddeld een lager inkomen

\*: op deze drie variabelen zijn de Friezen herwogen naar een representatieve steekproef van de populatie van Fryslân

\*\* : hoog=universiteit/HBO; midden=VWO/HAVO/MBO/MAVO; laag=LBO/VMBO/lager onderwijs

<sup>1</sup>: museumbezoekers en toeristen

In bijlage 1 is een overzicht met referentiecijfers opgenomen

## Achtergrondkenmerken respondenten (2)

		Friezen	museum- bezoekers	toeristen	beiden <sup>1</sup>
Gezins- situatie	Alleenstaand met kinderen	6%	6%	5%	4%
	Alleenstaand zonder kinderen	12%	13%	17%	13%
	Getrouwd/samenwonend met kinderen	39%	42%	40%	44%
	Getrouwd/samenwonend zonder kinderen	18%	19%	29%	27%
	Thuiswonend	18% <sup>S</sup>	12%	4%	5%
	Overig/onbekend	7%	7%	4%	6%
Provincie	Fryslân	100%	-	-	-
	Groningen/Drenthe		7%	10%	13%
	Flevoland		3%	3%	4%
	Overijssel		4%	11%	10%
	Gelderland		10%	9%	12%
	Noord-Holland		19%	20%	23%
	Zuid-Holland		26%	18%	18%
	Utrecht		7%	5%	9%
	Limburg/Noord-Brabant		21%	21%	12%
	Zeeland		3%	2%	-

**S:** Friezen zijn significant vaker thuiswonend

<sup>1</sup>: museumbezoekers en toeristen

## Achtergrondkenmerken respondenten (3)

		Friezen	museum- bezoekers	toeristen	beiden <sup>1</sup>
Afgelopen 3 jaar museum in NL bezoekt?	ja	51%	100%	-	100%
	nee	49%	-	100%	-
Gemiddeld museumbezoek	aantal keer per jaar	2.0	5.4	-	2.7
Voorkeur type museum	Archeologie/Historie	48%	48%	-	46%
	Beeldende Kunst	28%	29%	-	38%
	Cultuurhistorisch	48%	41%	-	53%
	Natuurhistorisch	44%	31%	-	32%
	Transport/Technisch	15%	13%	-	16%
	Volkenkunde	16%	22%	-	16%
	Overig	22%	28%	-	24%

<sup>1</sup>: museumbezoekers en toeristen

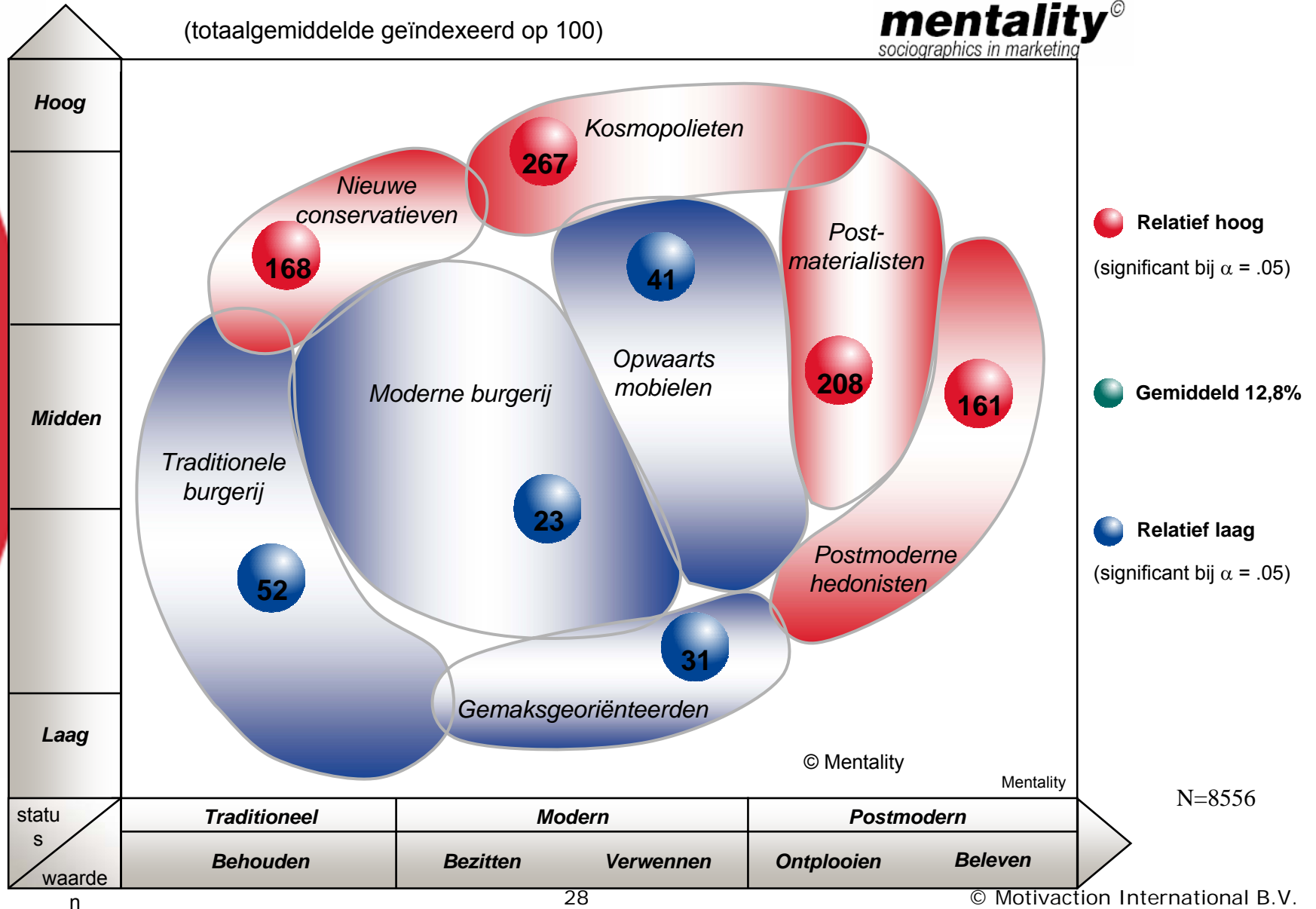
## Achtergrond: Mentality-model, segmentatie van doelgroepen

- De maatschappij is continu in beweging en de burger lijkt in sterke mate onvoorspelbaar en grillig. Motivaction heeft daarom, in nauwe samenwerking met zijn buitenlandse partners, een onderzoeksmodel ontwikkeld dat mensen groepeert naar hun levensinstelling en hun maatschappelijke normen en waarden.
- Het Mentality-model biedt een bruikbaar alternatief voor traditionele segmentaties op basis van sociaal-economische variabelen zoals leeftijd, geslacht en opleiding, die in een complexe en veranderlijke samenleving meer en meer aan verklarende kracht verliezen.
- De basis van het Mentality-model wordt gevormd door het kompas van sociaal-culturele onderstromen en een indeling van de samenleving in sociale milieus (zie bijlage 8).
- Van een groot deel van de deelnemers aan het Motivaction-internetpanel is bekend tot welk Mentality-milieu zij behoren. Daaraan gekoppeld weten we veel over onder andere koopgedrag en vrijetijdsbesteding. Ook het museumbezoek van de verschillende milieus is bekend.

# Afgelopen 12 maanden: een bezoek aan een kunstmuseum (minimaal 2 keer bezocht)

**mentality**<sup>®</sup>  
sociographics in marketing

(totaalgemiddelde geïndexeerd op 100)



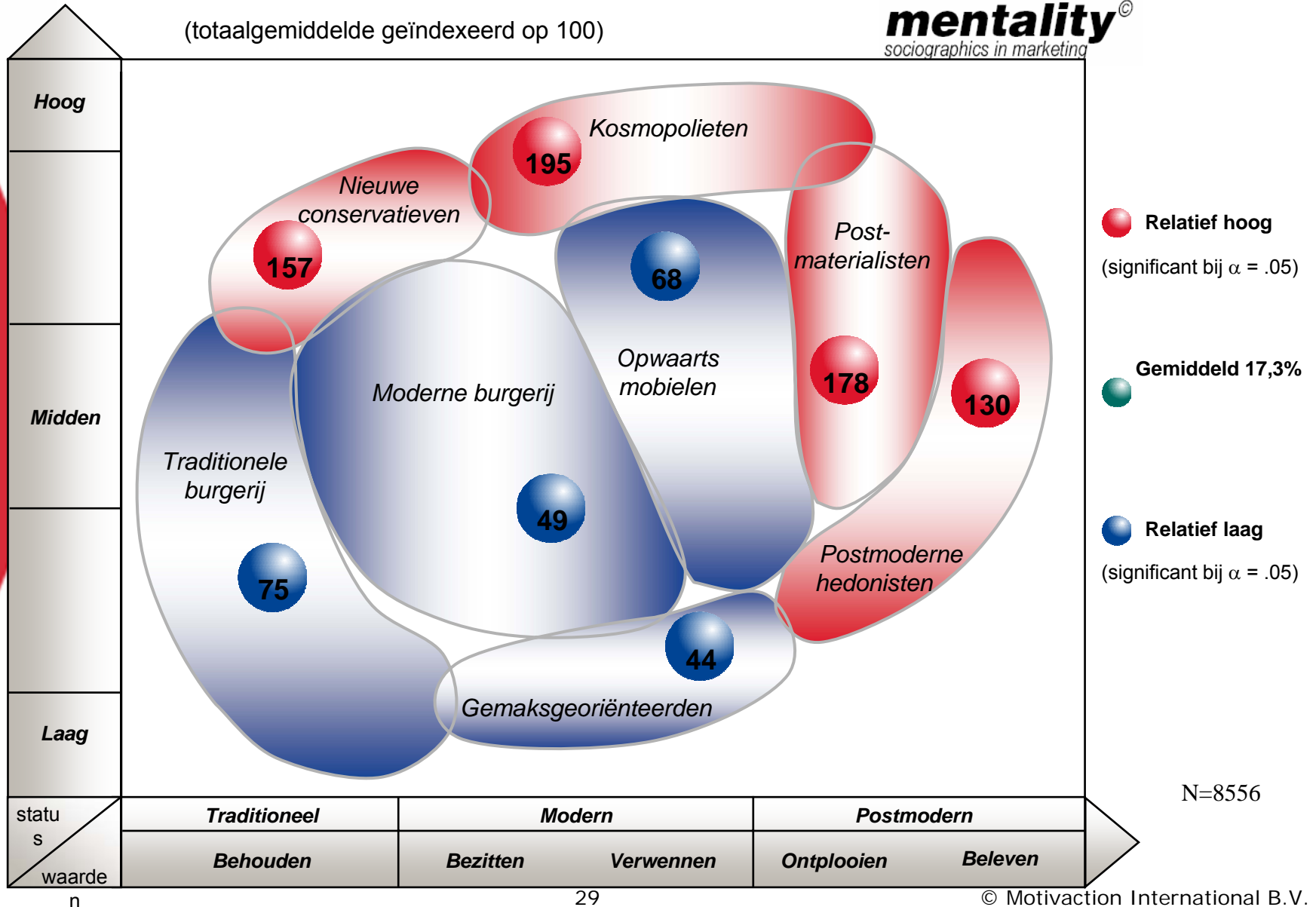
**Relatief hoog**  
(significant bij  $\alpha = .05$ )

**Gemiddeld 12,8%**

**Relatief laag**  
(significant bij  $\alpha = .05$ )

# Afgelopen 12 maanden: een bezoek aan een ander museum (minimaal 2 keer bezocht)

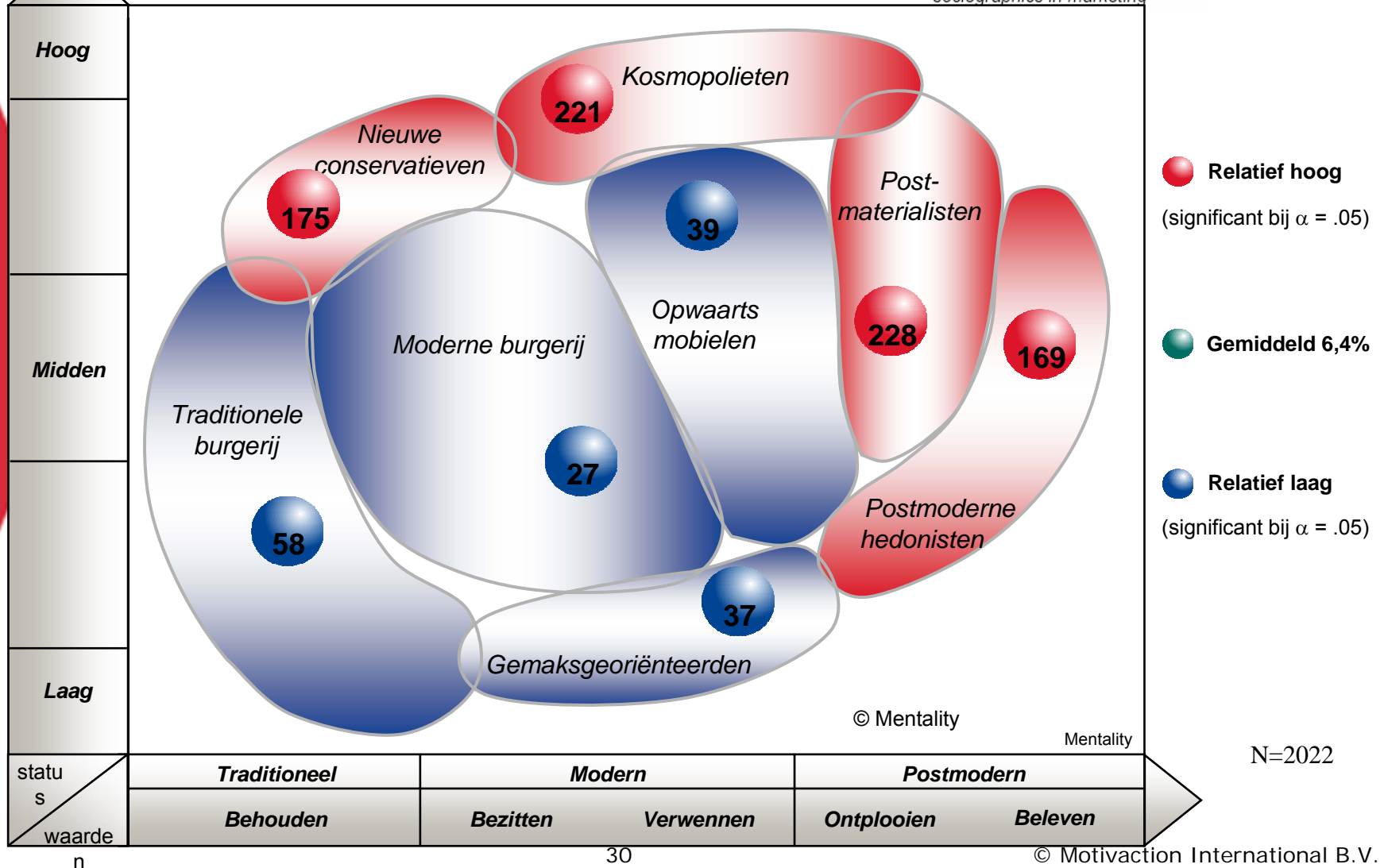
(totaalgemiddelde geïndexeerd op 100)



# Afgelopen 12 maanden: een bezoek aan een galerie (minimaal 2 keer bezocht)

**mentality**<sup>©</sup>  
sociographics in marketing

(totaalgemiddelde geïndexeerd op 100)



## Inhoudsopgave

Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

Achtergrond en opzet van het onderzoek

**Resultaten**

## Resultaten

### Bekendheid en bezoek Fries Museum

Bekendheid met veranderingen en verwachtingen nFM

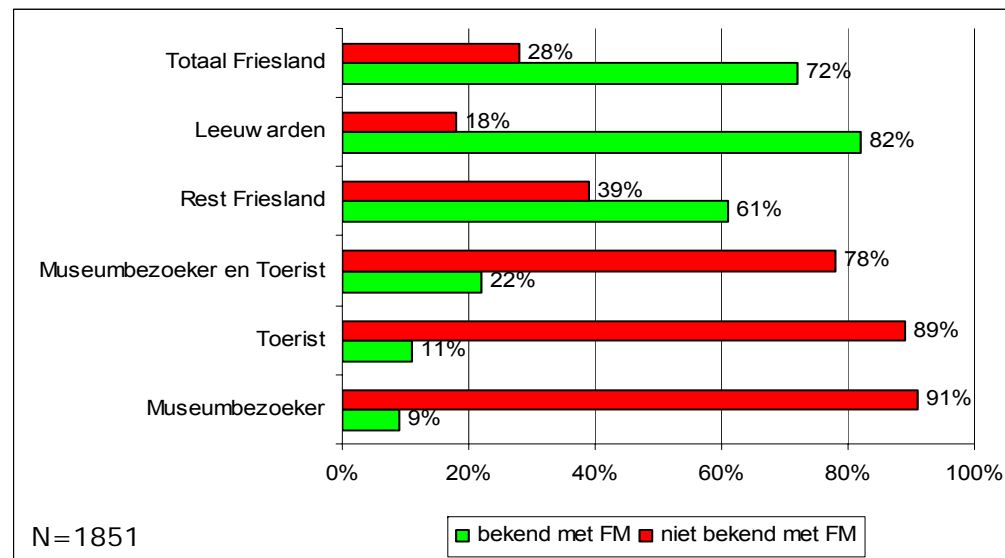
Totaaloordeel en bezoekingententive nFM

Waardering concept (inhoudelijk)

Waardering concept (voorzieningen en omgeving)

## Bekendheid met Fries Museum hoog in Fryslân, laag in de rest van Nederland

- Bijna driekwart van de Friezen is bekend met het Fries Museum.
- Onder de inwoners van Leeuwarden e.o.<sup>1</sup> is de bekendheid met het Fries Museum hoger dan onder de rest van de Friezen.
- Van de museumbezoekende toeristen uit zegt één op de vijf het Fries Museum te kennen. De bekendheid van het Fries Museum is bij deze groep hoger dan bij beide andere groepen.



<sup>1</sup>: Mogelijk is de bekendheid onder inwoners van de gemeente Leeuwarden hoger; door gebruik van het CEBUCO-gebied is dit in dit onderzoek echter niet na te gaan.

## Friezen hebben Fries Museum vaker bezocht dan andere doelgroepen.

- Van alle respondenten die het Fries Museum kennen en het hebben bezocht, is het gemiddelde aantal bezoeken ooit:
  - 1,5 keer bij museumbezoekers en museumbezoekende toeristen
  - 4,2 keer bij inwoners van Leeuwarden e.o.
  - 3,8 keer bij de overige Friezen
- Een kwart van de Friezen heeft het Fries Museum nog nooit bezocht. Dit percentage ligt, zoals te verwachten valt, lager bij de inwoners van Leeuwarden en omgeving dan bij de overige Friezen.
- De meest genoemde redenen waarom men het Fries Museum nog nooit heeft bezocht, terwijl het wel bekend is, zijn:

	Friezen (n=138)	Rest Nederland (n=41)
– Het is er nog nooit van gekomen	69%	56% (n=23)
– Onbekend met wat er in het Fries Museum wordt getoond	20%	22% (n=9)
– Ik bezoek nooit musea	26%	5% (n=2)
– De afstand; het is te ver weg	1%	41% (n=17)

## Resultaten

Bekendheid en bezoek Fries Museum

**Bekendheid met veranderingen en verwachtingen nFM**

Totaaloordeel en bezoekingententive nFM

Waardering concept (inhoudelijk)

Waardering concept (voorzieningen en omgeving)

## Spontane kennis veranderingen nieuw Fries Museum beperkt tot wijziging van locatie

- Bijna de helft van de Friezen is op de hoogte van de plannen om het Fries Museum te gaan veranderen. Ruim de helft (57%) van de inwoners van Leeuwarden en omgeving is op de hoogte van de plannen. Van de rest van de Friezen is dit lager: een derde (31%).
- Ruim de helft van de Friezen die op de hoogte zijn van de veranderingen, geeft als belangrijkste verandering de wijziging van locatie (naar het Zaailand) (53%). De overige veranderingen die worden genoemd, zijn:
  - Nieuwbouw (9%)
  - Moderner, meer van deze tijd (6%)
  - Meer ruimte, uitbreiding (6%)
  - Meer publiek trekken (3%)
- De inwoners van Leeuwarden e.o. weten beter wat de veranderingen inhouden dan de rest van de Friezen (resp. 14% en 24% weet geen veranderingen te noemen).
- Van de doelgroepen uit de rest van Nederland is slechts een enkeling (20 personen van het totaal) bekend met het plan het Fries Museum te gaan veranderen. Van deze groep geven 5 mensen aan dat het moderner gaat worden, 3 mensen noemen een verhuizing en eveneens 3 mensen noemen een uitbreiding.

## Verwachting nieuw Fries Museum algemeen

- Een groot deel van de respondenten weet niet wat te verwachten bij het nFM. Degenen die wel een verwachting uitspreken komen niet veel verder dan algemene beschrijvingen.

	Friezen	museum- bezoekers	toeristen	beiden <sup>1</sup>
– Cultuur/natuur/geschiedenis Fryslân	28%	33%	15%	37%
– Workshop/zelf dingen doen	11%	9%	-	13%
– Kunst	10%	9%	5%	12%
– Tentoonstellingen	10%	3%	-	4%
– Actuele onderwerpen	6%	2%	5%	6%
– Weet niet	42%	48%	65%	37%

- Deze verwachting komt voor de meeste respondenten geheel of gedeeltelijk overeen met het concept van het nFM zoals dat in de vragenlijst aan bod is gekomen.

<sup>1</sup>: museumbezoekers en toeristen

## Resultaten

Bekendheid en bezoek Fries Museum

Bekendheid met veranderingen en verwachtingen nFM

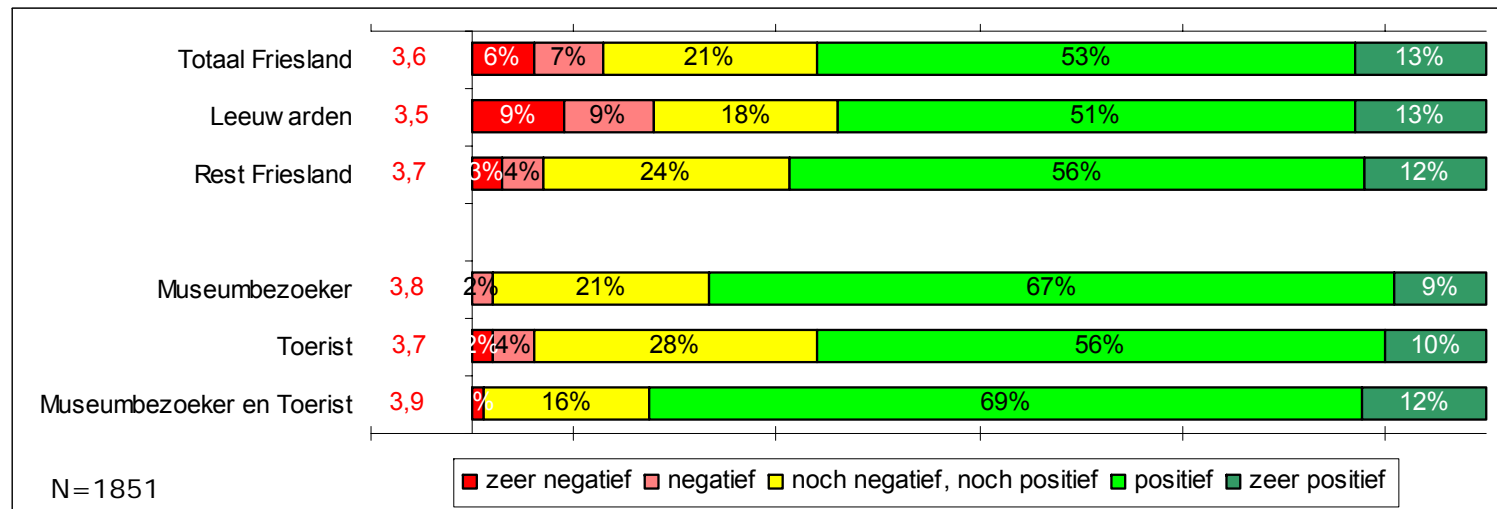
**Totaaloordeel en bezoekingententive nFM**

Waardering concept (inhoudelijk)

Waardering concept (voorzieningen en omgeving)

## Totaaloordeel nFM overwegend positief

- Het totaaloordeel over het nFM is (na het zien van de conceptbeschrijving, de sfeerbeelden, de locatie, de voorgestelde tentoonstellingen en activiteiten) voor een ruime meerderheid van de Friezen (zeer) positief (66%).
- Inwoners van Leeuwarden e.o. zijn minder positief dan de rest van de Friezen: resp. 18% en 7% is negatief.
- Museumbezoekers uit de rest van Nederland en museumbezoekende toeristen zijn positiever over het nFM dan de Friezen (resp. 76% en 81% (zeer) positief).



## Belangrijkste redenen voor totaaloordeel

- Zowel de Friezen als de doelgroepen uit de rest van Nederland die positief zijn vinden het een goed doordacht innovatief concept waarbij aan veel verschillende aspecten is gedacht. Ook ziet men het als een aanwinst voor Leeuwarden en Fryslân.
- Respondenten die negatief oordelen geven vooral aan geen interesse in musea te hebben. De inwoners van Leeuwarden e.o. zijn vaak negatief omdat ze het zonde vinden van het Zaailand en het teveel geld kost (wat beter aan andere dingen besteed kan worden). Sommigen noemen ook de 'geheimzinnigheid' rond de schenking.

## Museum positieve invloed op Leeuwarden

- Ook uit de voorgelegde stellingen (voor de grafieken zie bijlage 7) blijkt de positieve invloed van het museum op een bezoek aan Leeuwarden. Het nFM is voor 33% van de toeristen en zelfs voor 54% van de museumbezoekende toeristen een (extra) reden om Leeuwarden te bezoeken. Ook een derde van de Friezen geeft aan dat het nFM een extra reden is om Leeuwarden te bezoeken.
- Over de stellingen dat iedere Fries het museum jaarlijks zou moeten bezoeken en dat het museum een must is voor iedere Nederlander oordelen de doelgroepen uit de rest van Nederland overwegend neutraal. De Friezen zijn iets positiever, maar ook hier oordeelt ruim een derde neutraal.

## Bezoekintentie hoog

- Ruim de helft van de Friezen (53%) zal waarschijnlijk of zeker het nFM zoals beschreven in de vragenlijst gaan bezoeken. Met name de Friezen die museumbezoeker zijn, zijn voornemens het museum te gaan bezoeken (bijna tweederde van deze groep).
- Afstand speelt voor de Friezen geen rol in het wel of niet bezoeken van het nFM.
- De belangrijkste reden voor Friezen om het nFM niet te bezoeken is dat zij geen interesse in musea hebben. Inwoners van Leeuwarden e.o. geven daarnaast aan dat ze het nFM niet gaan bezoeken omdat ze tegen de nieuwbouw op het Zailand zijn.
- De bezoekintentie onder museumbezoekers die ook als toerist Fryslân bezoeken is hoog; meer dan de helft (59%) verwacht het nFM te bezoeken. Van de toeristen en de museumbezoekers verwacht respectievelijk 32% en 38% het nFM te bezoeken.
- Voor de twijfelaars in deze groepen speelt vooral de (grote) reisafstand een rol en is een eventueel bezoek afhankelijk van de gepresenteerde tentoonstellingen.
- Ook degenen die (waarschijnlijk) geen bezoek zullen gaan brengen aan het nFM, noemen de afstand als reden. Daarnaast wordt vaak de Friese cultuur genoemd die hen onvoldoende interesseert.

## Resultaten

Bekendheid en bezoek Fries Museum

Bekendheid met veranderingen en verwachtingen nFM

Totaaloordeel en bezoekingententive nFM

Waardering concept (inhoudelijk)

Waardering concept (voorzieningen en omgeving)

## Voorgestelde veranderingen spreken aan

- De voorgestelde veranderingen zijn voor de alle doelgroepen overwegend aansprekend (voor grafieken zie bijlage 2).
- Voor zowel Friezen als voor de doelgroepen uit de rest van Nederland spreken vooral tentoonstellingen aan die inspelen op de actualiteit, steeds wisselende tentoonstellingen en grotere tentoonstellingen.
- De Friezen vinden het meer aan bod komen van de geschiedenis van Fryslân het meest aansprekend. De doelgroepen uit de rest van Nederland vinden dit één van de minder aansprekende veranderingen.
- Minder aansprekend vinden de Friezen de genoemde combinaties van meerdere kunstvormen in één tentoonstelling; ook de doelgroepen uit de rest van Nederland zijn hier minder enthousiast over.

## Voorgestelde veranderingen spreken aan

- Friezen die in de afgelopen 3 jaar een museum of het Fries Museum hebben bezocht, spreekt alle voorgestelde veranderingen meer aan dan de Friezen die geen (Fries) museum hebben bezocht. Hetzelfde geldt voor Friezen die bekend zijn met het Fries Museum; de voorgestelde veranderingen spreken hen meer aan dan degenen die het Fries Museum niet kennen.
- Voor de toeristen zijn actuele tentoonstellingen het meest aansprekend, museumbezoekers vinden het vooral aansprekend als er steeds wisselende tentoonstellingen zijn. Museumbezoekers die ook als toerist Fryslân bezoeken vinden de combinatie van kunst, cultuur en geschiedenis in één tentoonstelling het meest aansprekend.
- Het inspelen op actuele onderwerpen is positiever beoordeeld nadat bekend was dat het om een verandering voor het Fries Museum was. Bij de overige voorgestelde veranderingen zijn geen verschillen in beoordeling voordat en nadat bekend is voor welk museum de veranderingen bedoeld zijn.

## Meerderheid vindt omschrijving nFM aantrekkelijk

Het volgende concept is voorgelegd:

Het nieuw Fries Museum (nFM) in het centrum van Leeuwarden is het museum van kunst, cultuur en geschiedenis in Fryslân. Het is een museum van en voor Friezen en iedereen die Fryslân een warm hart toedraagt. Kernwaarden van het museum zijn: eigenzinnig, betrouwbaar en sympathiek. Als bezoeker komt u alles te weten over de Friese identiteit en de Friese cultuur. Het is een dynamisch museum dat uitnodigt en de geest prikkelt. Het nFM is daarnaast een belangrijk en levendig podium voor moderne en hedendaagse kunst in Noord-Nederland waar ook jong Fries talent aan bod komt. Door de uitstekende faciliteiten kan het nFM (soms) grote nationale en internationale tentoonstellingen naar Fryslân halen.

- Ruim de helft van de Friezen (60%) vindt bovengenoemde omschrijving (zeer) aantrekkelijk klinken.
- Van de doelgroepen uit de rest van Nederland vinden vooral museumbezoekende toeristen het concept (zeer) aantrekkelijk (59%). Dit is meer dan de museumbezoekers en toeristen waarvan resp. 48% en 42% het concept aansprekend vindt.
- (Friese) museumbezoekers vinden het concept aantrekkelijker dan niet museumbezoekers.

## Redenen aantrekkelijkheid

- Concept aantrekkelijk door:

	Friezen (n=506)	museum bezoekers (n=329)	toeristen (n=72)	beiden <sup>1</sup> (n=134)
– Variatie/combinatie van onderwerpen	31%	36%	44%	45%
– Onderwerp/Fryslân spreekt me aan	40%	26%	24%	24%
– Onderwerpen spreken me aan (algemeen)	10%	17%	11%	19%
– Interessant/ boeiend	4%	7%	7%	2%
– Veel dingen te zien en te doen	2%	2%	-	1%
– Voor jong en oud/geschikt voor iedereen	1%	1%	3%	2%

- Concept onaantrekkelijk / neutraal door:

	(n=303)	(n=355)	(n=99)	(n=92)
– Geen interesse in musea	26%	7%	35%	3%
– Geen interesse in Fryslân/onderwerp	13%	47%	23%	53%
– Geen interesse/ trekt mij niet	24%	14%	18%	14%
– Is te ver weg	2%	11%	2%	9%
– Kan er niets over zeggen/geen beeld van vormen/ moet het eerst zien	7%	10%	9%	5%

<sup>1</sup>: museumbezoekers en toeristen

## Sfeer nFM positief beoordeeld

- Naast een beschrijving zijn ook vier sfeerfoto's getoond om een indruk te geven van de te verwachten sfeer het nFM.



- De getoonde sfeer is voor een ruime meerderheid van de Friezen (zeer) aantrekkelijk (67%).
- Een iets groter percentage van de inwoners van Leeuwarden e.o. vindt de sfeer die de foto's uitstralen onaantrekkelijk ten opzichte van de rest van de Friezen (13% ten opzichte van 8%). Overall vinden beide groepen de sfeer even aantrekkelijk.
- Ook de doelgroepen uit de rest van Nederland is positief over de getoonde sfeer: 74% van de museumbezoekers en eveneens 74% van de museumbezoekers die toerist zijn, vinden de sfeer (zeer) aantrekkelijk.
- De toeristen zijn iets minder enthousiast dan de twee museumbezoekende groepen (60% van hen vindt de sfeer (zeer) aantrekkelijk).

## Variatie, afwisseling belangrijkste reden voor aantrekkelijk indruk

- Belangrijkste redenen waarom de indruk van het nFM aantrekkelijk is, zijn:

	Friezen (n=549)	museum bezoekers (n=503)	toeristen (n=103)	beiden <sup>1</sup> (n=167)
– Variatie, afwisseling, diversiteit	32%	37%	36%	38%
– Sfeer goed, warm	18%	13%	15%	10%
– Voor elk wat wils	16%	17%	14%	14%
– Actief, interactief, inspirerend	14%	20%	19%	20%
– Ziet er leuk uit, goede architectuur	11%	13%	13%	8%
– Uitnodigend, interessant, boeiend	9%	10%	8%	11%

- Belangrijkste redenen waarom de indruk van het nFM neutraal is, zijn:

	(n=160)	(n=143)	(n=48)	(n=47)
– Geen liefhebber van kunst, musea	32%	13%	46%	19%
– Sommige foto's leuk, andere niet	19%	20%	15%	18%

- Belangrijkste redenen waarom de indruk van het nFM onaantrekkelijk is, zijn:

	(n=61)	(n=38)	(n=20)	(n=12)
– Geen interesse in musea	21%	5%	25%	17%
– Te kaal, saai	13%	13%	20%	17%
– Te druk, rommelig	12%	21%	15%	8%

<sup>1</sup>: museumbezoekers en toeristen

## Speelse opzet spreekt meer aan dan een meer traditioneel ogende opzet

	Meest aansprekend	Minst aansprekend
	Totaal Friezen : 44%	8%
	Inwoner Leeuwarden e.o. : 40%*	8%
	Rest Fryslân : 48%*	7%
	Museumbezoeker : 42%	12%*
	Toerist : 49%	8%*
	Museumbezoeker en toerist : 45%	13%
	Totaal Friezen : 25%	16%
	Inwoner Leeuwarden e.o. : 26%	17%
	Rest Fryslân : 24%	16%
	Museumbezoeker : 29%	13%*
	Toerist : 26%	8%*
	Museumbezoeker en toerist : 26%	10%
	Totaal Friezen : 20%	21%
	Inwoner Leeuwarden e.o. : 22%	23%
	Rest Fryslân : 19%	20%
	Museumbezoeker : 17%	19%
	Toerist : 18%	20%
	Museumbezoeker en toerist : 20%	19%
	Totaal Friezen : 11%	54%
	Inwoner Leeuwarden e.o. : 12%	53%
	Rest Fryslân : 9%	57%
	Museumbezoeker : 11%	55%*
	Toerist : 8%	65%*
	Museumbezoeker en toerist : 9%	58%

\*=significant verschillend van overige groepen

## Tentoonstellingsideeën positief beoordeeld

- Er zijn drie mogelijke tentoonstellingsconcepten beoordeeld op aantrekkelijkheid:
  - 'Fryslân in de Middeleeuwen'
  - 'Rembrandt in Fryslân'
  - 'Friese landschapsschilderkunst in internationale context'(voor precieze omschrijving, zie bijlage 3)
- Zowel de Friezen als de rest van de Nederlanders vinden 'Fryslân in de Middeleeuwen' het meest aantrekkelijk, gevolgd door 'Rembrandt in Fryslân'.
- Over het idee 'Friese landschapsschilderkunst in internationale context' is men wat minder positief. Een relatief grote groep geeft hier een neutrale beoordeling.
- (Friese) museumbezoekers vinden alle ideeën aantrekkelijker dan niet (Friese) museumbezoekers.

(Voor grafieken zie bijlage 4)

## Positieve waardering extra activiteiten

- Er zijn zes verschillende activiteiten/mogelijkheden voorgelegd die bedoeld zijn het museum nog aantrekkelijker te maken:

	<b>(zeer) aantrekkelijk:</b>			
	Friezen	museum bezoekers	toeristen	beiden <sup>1</sup>
– Uitzicht over Leeuwarden	59%	63%	60%	76%
– Speciale films kijken	51%	53%	42%	65%
– Naar concert gaan	47%	44%	43%	54%
– Activiteiten op het plein	46%	47%	42%	47%
– Workshops	41%	47%	34%	46%
– Debat bijwonen	22%	13%	13%	18%

- Alleen het bijwonen van een debat over actuele onderwerpen is voor een groot deel van de ondervraagden niet aantrekkelijk.

(Voor een compleet overzicht zie grafieken in bijlage 5)

<sup>1</sup>: museumbezoekers en toeristen

## Resultaten

Bekendheid en bezoek Fries Museum

Bekendheid met veranderingen en verwachtingen nFM

Totaaloordeel en bezoekingententive nFM

Waardering concept (inhoudelijk)

Waardering concept (voorzieningen en omgeving)

## Voorzieningen in het nFM positief beoordeeld

- Er zijn enkele voorzieningen aan de respondenten voorgelegd waarvan het voornemen is deze te integreren in het nFM.
- Het merendeel van de respondenten vindt de voorgelegde voorzieningen aantrekkelijk:





	<b>(zeer) aantrekkelijk:</b>			
	Friezen	museum bezoekers	toeristen	beiden <sup>1</sup>
– Café/restaurant	78%	86%	79%	89%
– Ondergrondse parkeergarage	68%	74%	78%	77%
– Museumwinkel	61%	68%	55%	75%
– Kenniscentrum	59%	62%	47%	72%
– Entreekaartjes voor andere culturele instellingen	52%	46%	32%	47%

- Over vrijwel alle voorzieningen (behalve de parkeergarage) zijn museumbezoekers positiever dan de Friezen en de toeristen.

<sup>1</sup>: museumbezoekers en toeristen

## Voorzieningen in het *nFM* positief beoordeeld

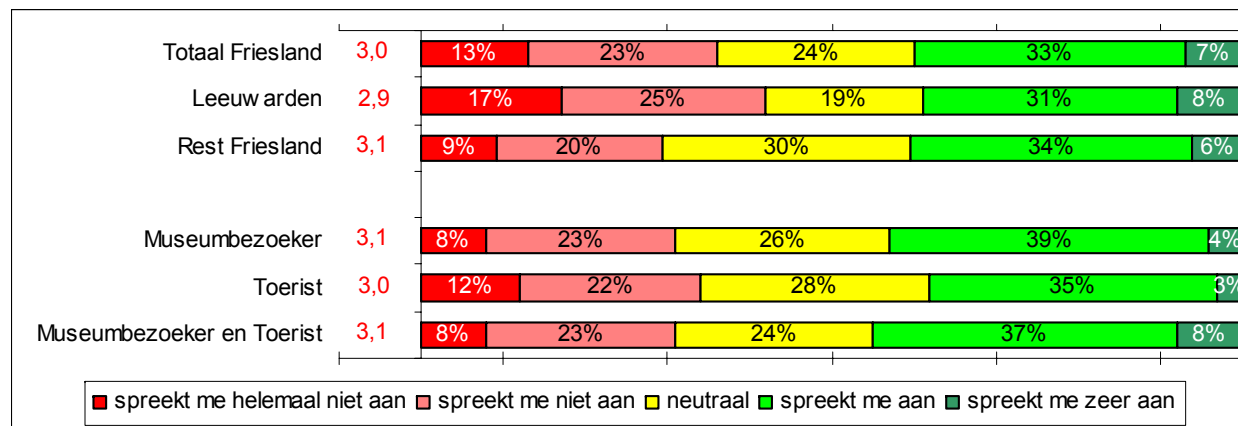
- Daarnaast is gevraagd welke voorzieningen men nog meer noodzakelijk vindt voor een museum; 23% van alle respondenten noemt hier iets. Veel genoemde voorzieningen zijn:

	Friezen	museum bezoekers	toeristen	beiden <sup>1</sup>
 <p>Toegankelijk voor gehandicapten</p>	27%	46%	60%	34%
 <p>Goede sanitaire voorzieningen</p>	21%	24%	17%	28%
 <p>Kinderopvang en kindvriendelijk</p>	19%	11%	7%	9%
 <p>Goed bereikbaar (met openbaar vervoer)</p>	1%	3%	7%	5%

<sup>1</sup>: museumbezoekers en toeristen

## Geen eenduidigheid in waardering van het plein voor het museum

- In de vragenlijst is aangegeven dat onderstaande foto van een ander museum is en een impressie toont van de sfeer die het plein voor het nieuwe Fries Museum zou moeten uitstralen.
- Van zowel de Friezen als de overige doelgroepen vindt ruim eenderde de sfeer van het plein op de getoonde foto positief, maar ook bijna eenderde vindt de sfeer onaantrekkelijk.
- De inwoners van Leeuwarden e.o. zijn wat minder positief dan de overige doelgroepen.



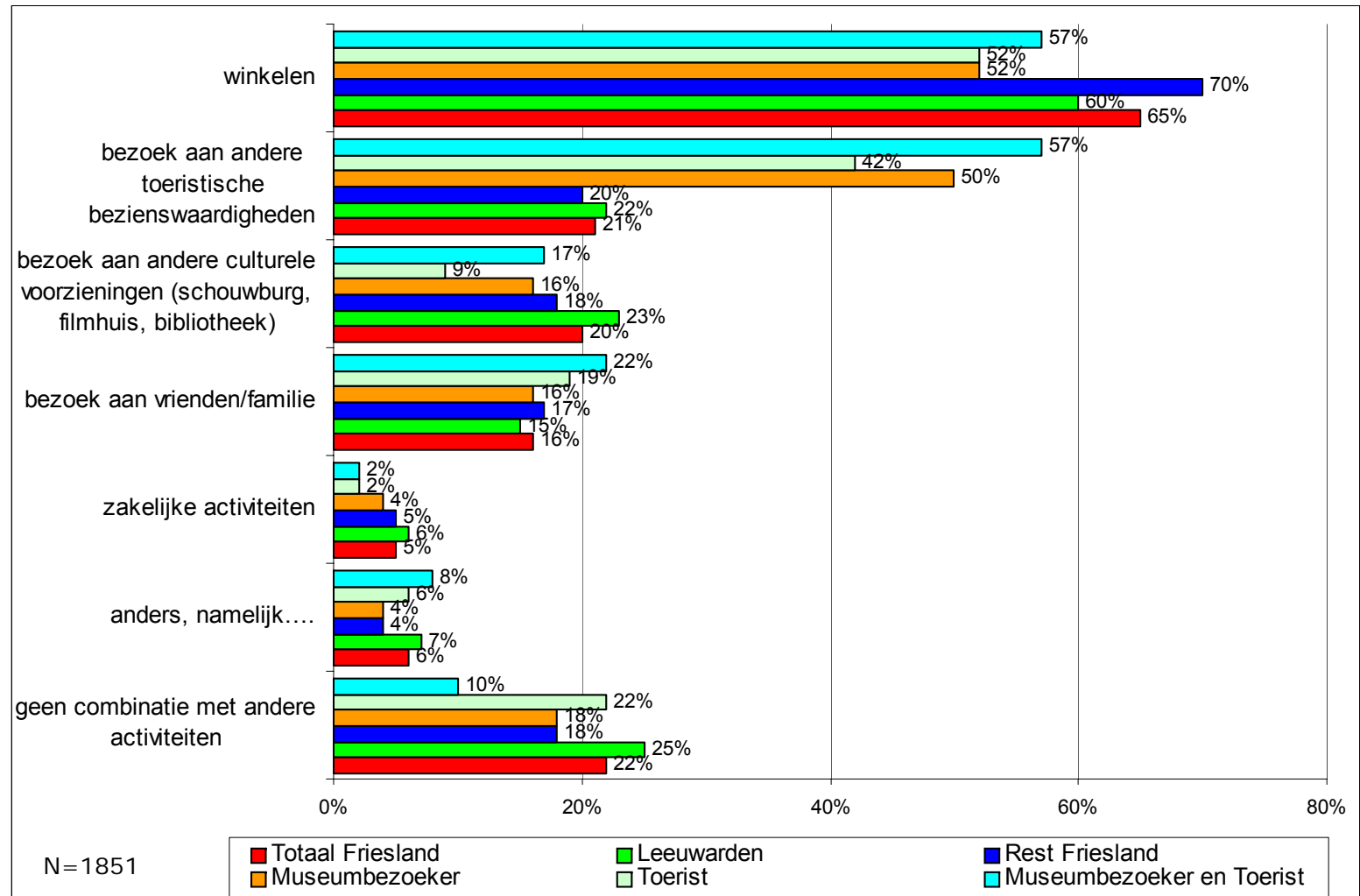
## Openbare hal aantrekkelijk maar matige zelfstandige aantrekkingskracht

- De beschrijving van de multifunctionele openbare hal van het museum wordt door de meerderheid van de respondenten (zeer) aansprekend gevonden:
  - 54% van de Friezen
  - 58% van de museumbezoekers
  - 54% van de toeristen
  - 64% van de museumbezoekende toeristen
- Slechts een kwart van de Friezen zou een dergelijke hal ook bezoeken als men niet naar het museum gaat. De helft van de Friezen verwacht misschien de hal te bezoeken. Van de doelgroepen uit de rest van Nederland is ongeveer 20% van plan deze hal te bezoeken als ze in Leeuwarden zijn.

## Museumbezoek combineren met andere activiteiten

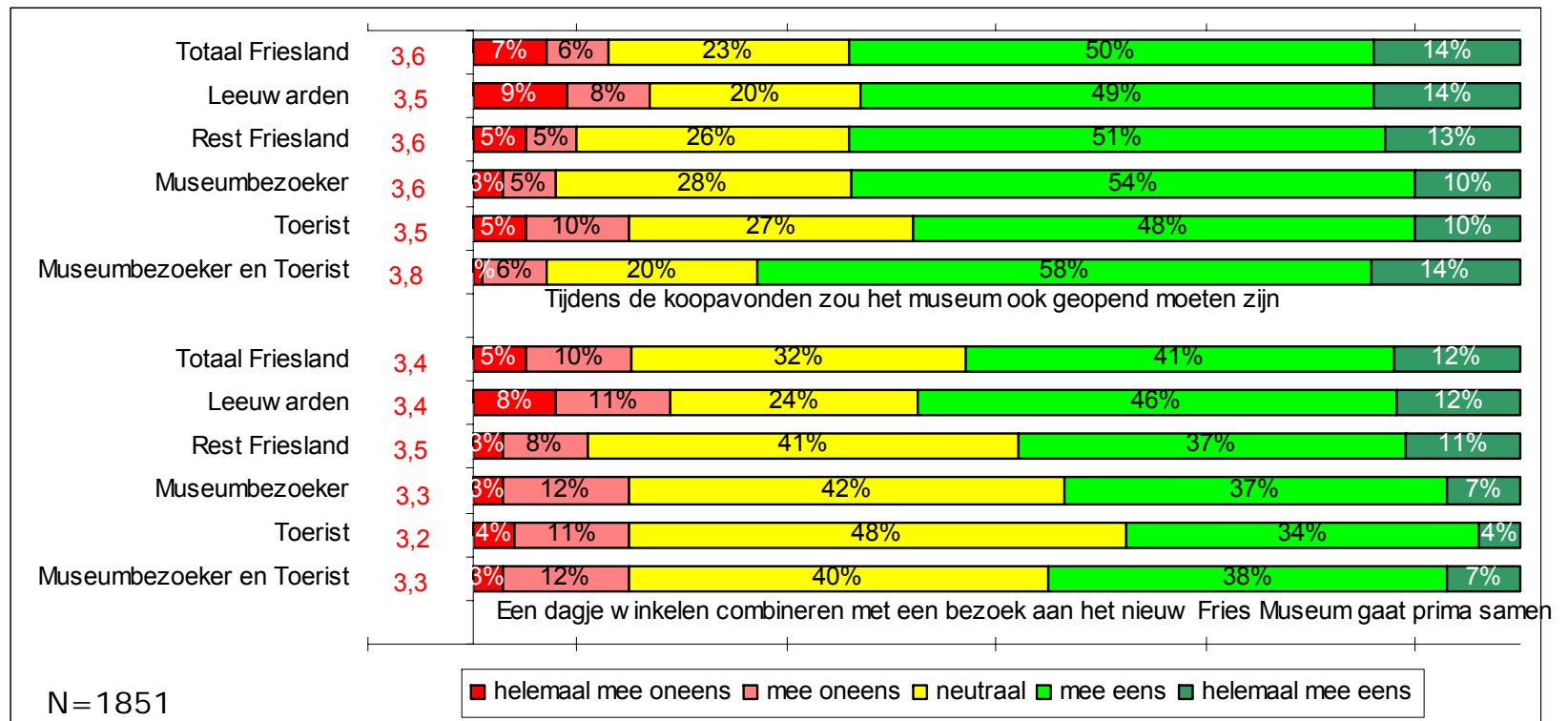
- Door de ligging van het nFM wordt het goed mogelijk om een museumbezoek te combineren met een andere activiteit. Een aantal van de mogelijkheden is aan de respondenten voorgelegd.
- Het museum bezoeken en daarnaast winkelen is de meest genoemde combinatie voor zowel de Friezen als de doelgroepen uit de rest van Nederland.
- De Friezen die niet in de omgeving van Leeuwarden e.o. wonen noemen winkelen vaker (70%) dan de inwoners van Leeuwarden e.o. (60%) als mogelijke combinatie met museumbezoek.
- De Friezen die de afgelopen 3 jaar een museum hebben bezocht en degenen die het Fries Museum kennen, zouden een bezoek aan het nFM eerder combineren met het bezoek aan een andere toeristische bezienswaardigheid of culturele instelling dan degenen die geen museum bezocht hebben en het Fries Museum niet kennen.
- Een combinatie van een zakelijk bezoek en een museumbezoek kan op weinig interesse rekenen.

## Winkelen populairste combinatie met nFM



## Winkelen en museumbezoek gaan goed samen

- Ook uit voorgelegde stellingen blijkt dat de respondenten een combinatie van museumbezoek met winkelen wel zien zitten.



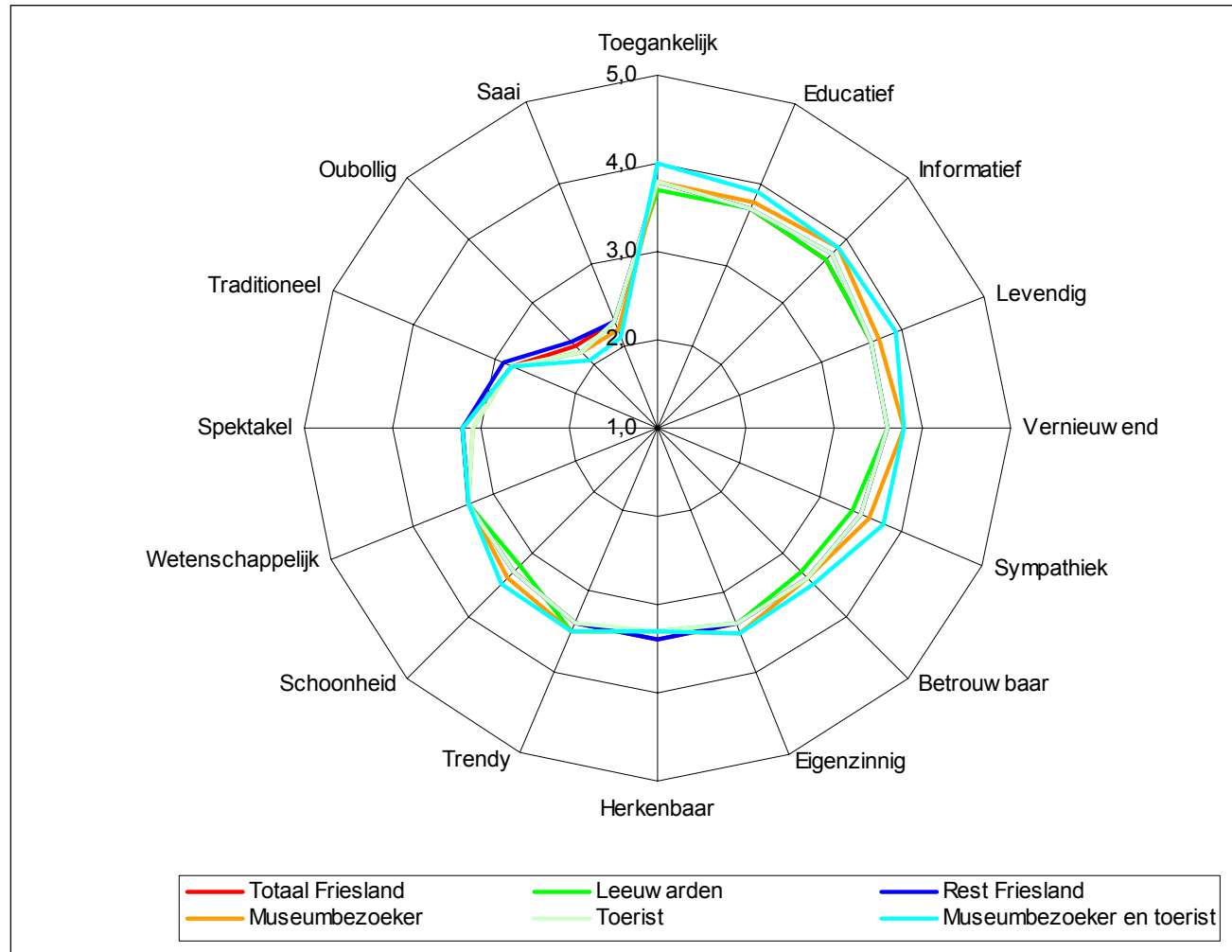
## Toegankelijk, informatief, educatief en vernieuwend passen het best bij nFM

- Aan de respondenten is een aantal aspecten voorgelegd die van toepassing zouden kunnen zijn op een museum. Gevraagd is aan te geven of men het aspect al dan niet passend vindt voor het nFM. Daarnaast is gevraagd welke aspecten men in het algemeen het belangrijkste vindt voor een museum.
- Meest passend bij nFM:
  1. Toegankelijk
  2. Informatief
  3. Educatief
  4. Vernieuwend
- Minst passend bij nFM:
  1. oubollig
  2. saai
  3. traditioneel
- De Friezen noemen 'educatief' vaker in hun top drie; de doelgroepen uit de rest van Nederland noemen vaker 'vernieuwend'.


## Toegankelijk, informatief en educatief ook belangrijkste aspecten voor een museum

- De meest belangrijke aspecten voor een museum in het algemeen is voor alle groepen gelijk. De vijf meest genoemde aspecten zijn:
  - informatief
  - toegankelijk
  - educatief
  - levendig
  - vernieuwend
- De volgorde van belangrijkheid verschilt enigszins per doelgroep. De museumbezoekende toerist, heeft in plaats van 'vernieuwend', 'schoonheid' in de top 5 staan.
- Op de aspecten die potentiële bezoekers belangrijk vinden voor een museum in het algemeen scoort ook het voorgelegde concept van het nFM zeer hoog.

## Nauwelijks verschillen tussen doelgroepen



## Bijlage

- 
1. Overzicht referentiecijfers
  2. Beoordeling voorgestelde veranderingen
  3. Omschrijving tentoonstellingsconcepten
  4. Beoordeling tentoonstellingsconcepten
  5. Beoordeling extra activiteiten
  6. Beoordeling voorzieningen
  7. Beoordeling stellingen
  8. Mentality

## Referentiecijfers

- Overnachtingen in Nederland\*

	Nederland	Fryslân	percentage Fryslân
- Aantal overnachtingen in logiesaccomodaties:	80.900.000	4.900.000	6%
- Aantal gasten:	25.700.000	1.300.000	5%

Iemand die overnacht in Fryslân blijft gemiddeld 3,9 nachten (tegenover 3,2 nachten gemiddeld in Nederland)

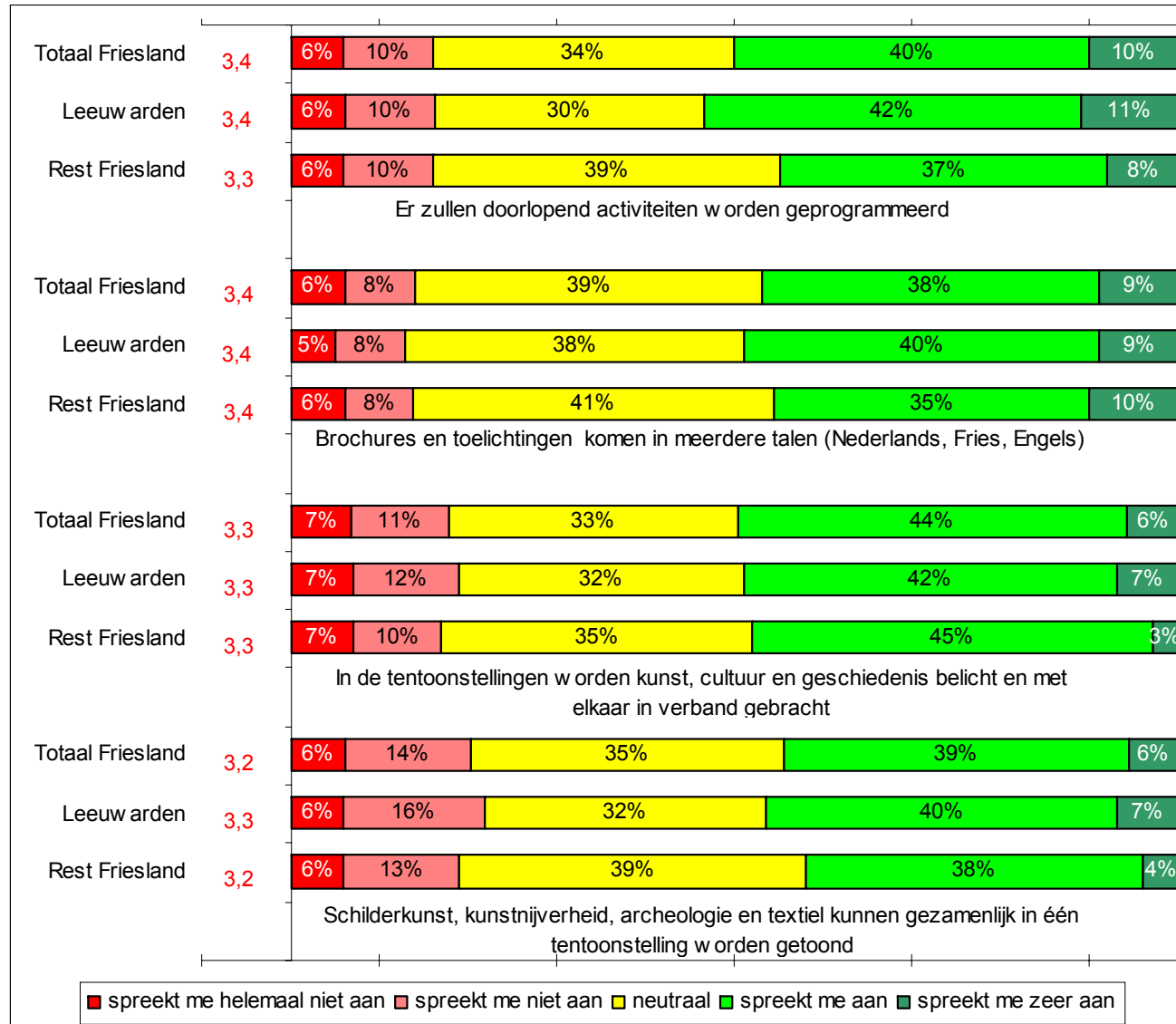
- Museumbezoek in Nederland, bevolking van 6 jaar en ouder\*\*

	1995	1999	2003
- % bezoek	35%	37%	38%
- Man	33%	36%	37%
- Vrouw	36%	39%	39%

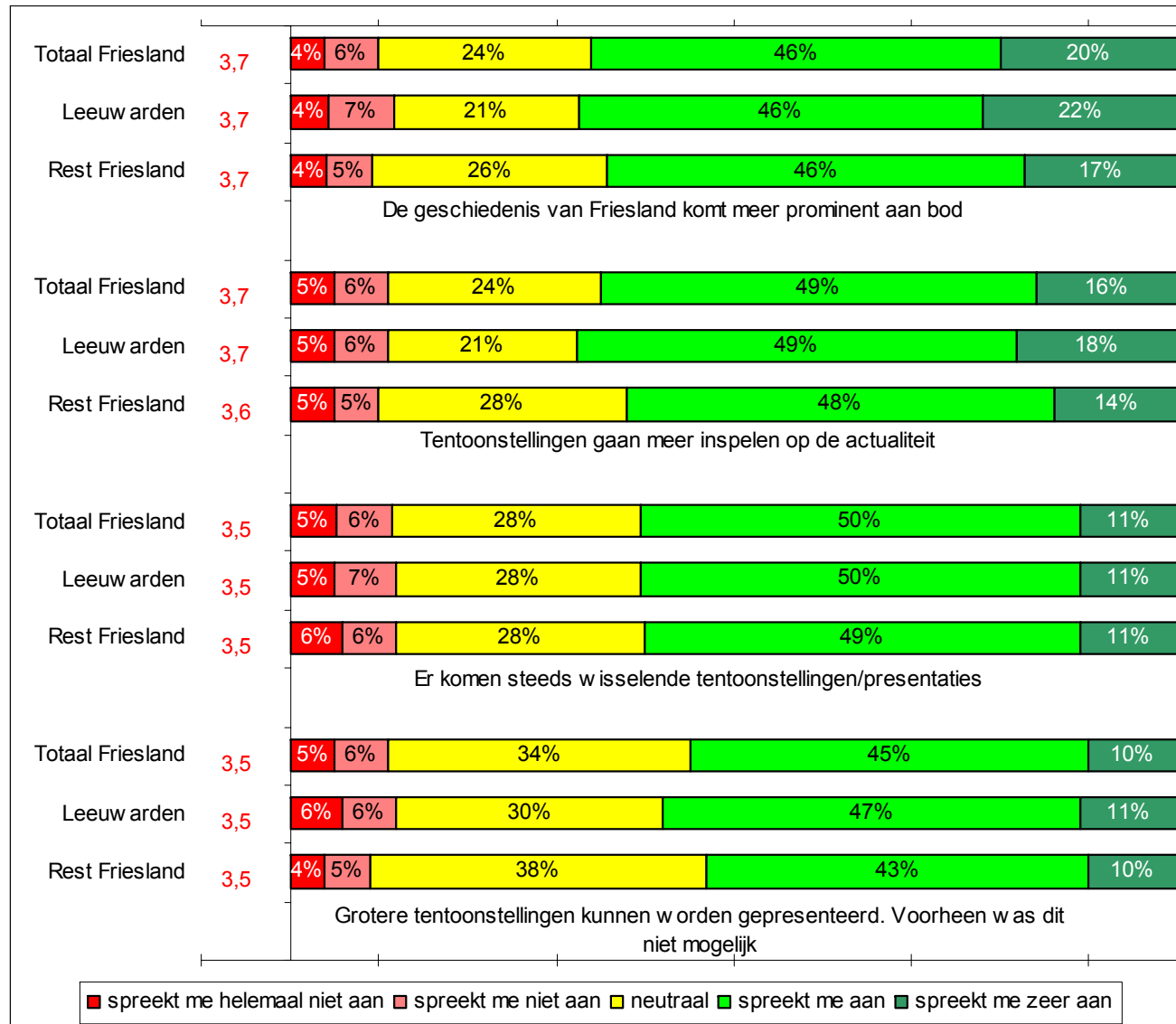
\* bron: CBS, Toerisme in Nederland, 2004

\*\* bron: Sociaal en Cultureel Planbureau, Cultuurminnaars en cultuurmijders, 2005

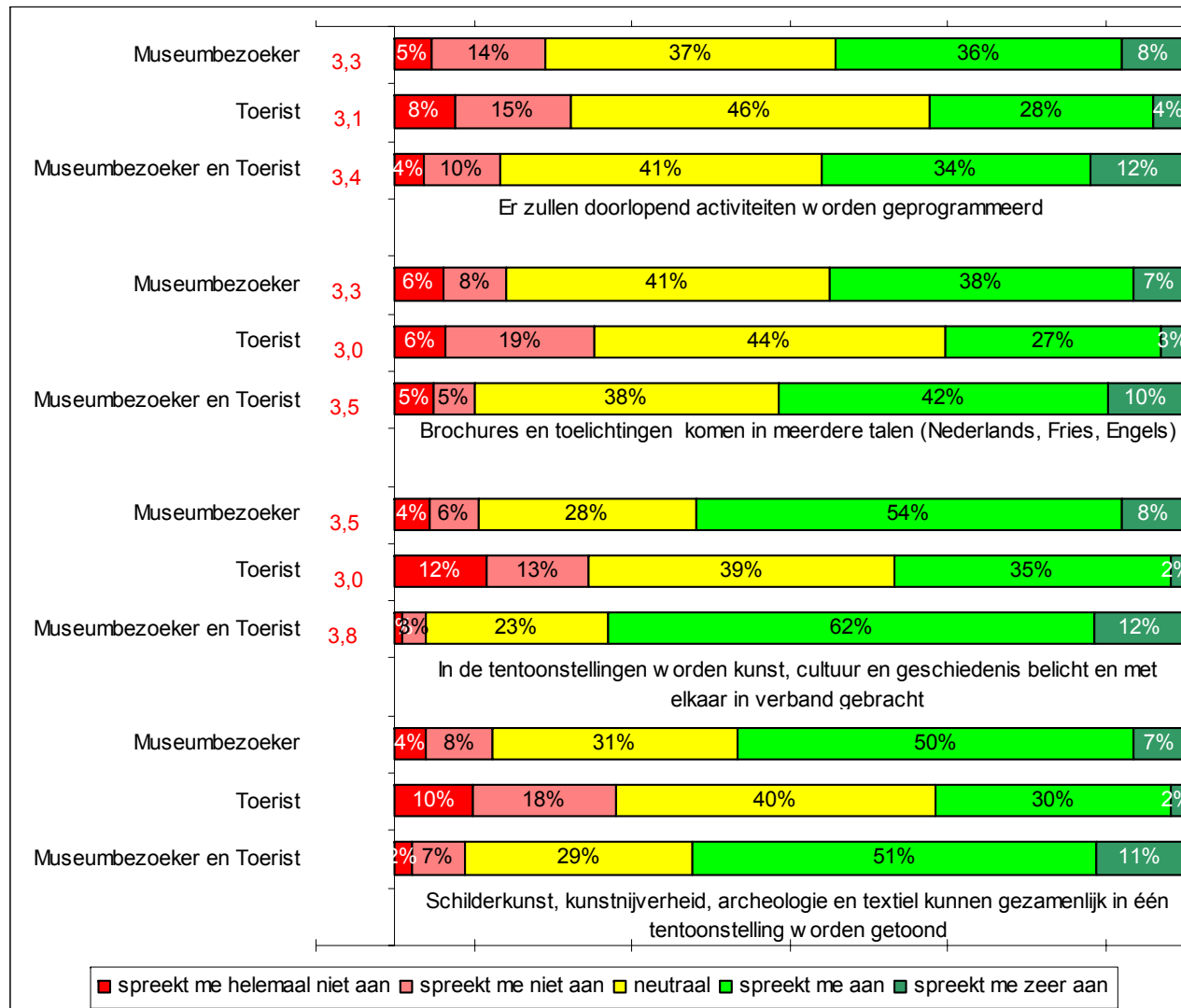
## Beoordeling voorgestelde veranderingen Friezen (1)



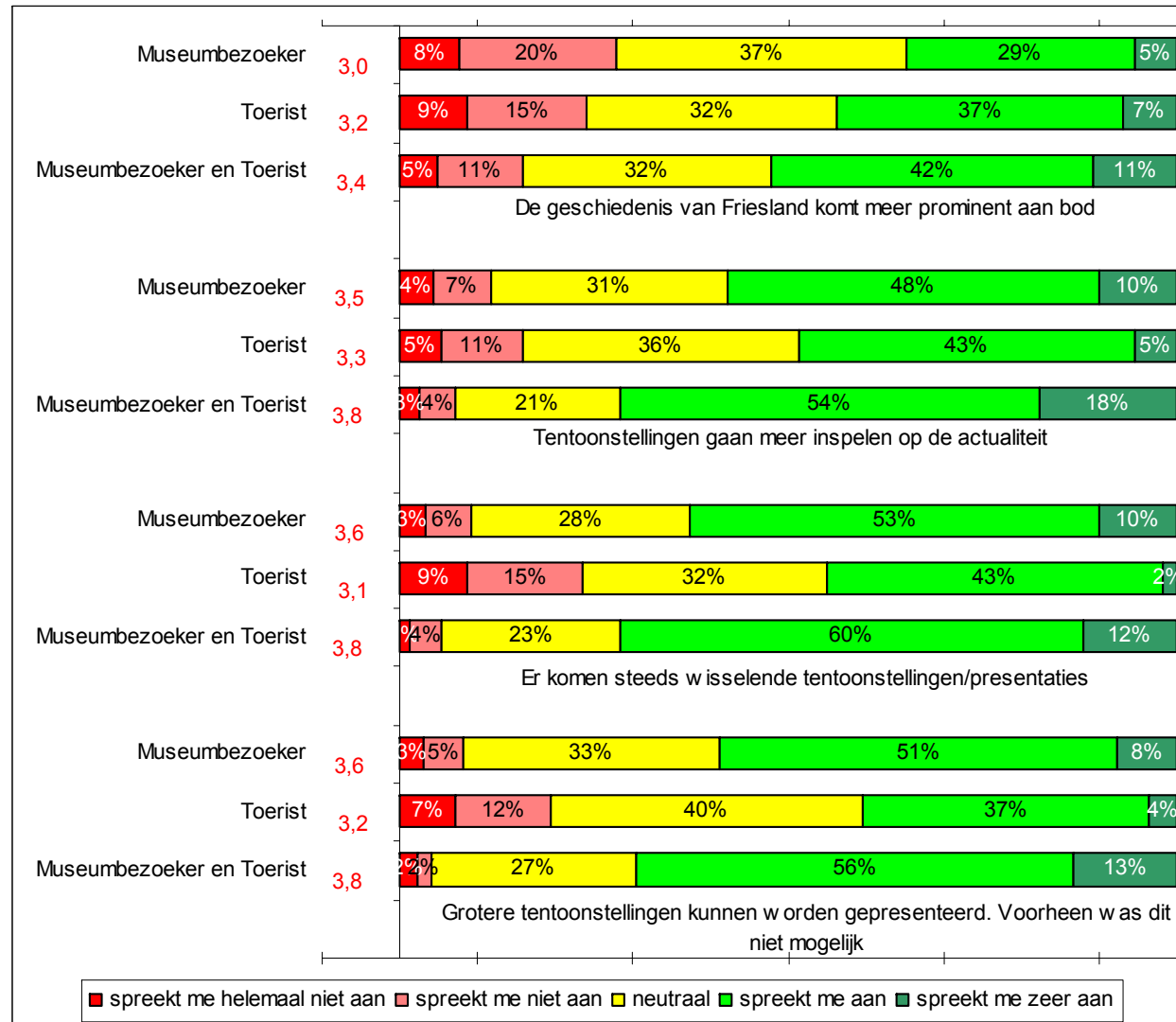
## Beoordeling voorgestelde veranderingen Friezen (2)



## Beoordeling voorgestelde veranderingen rest Nederland (1)



## Beoordeling voorgestelde veranderingen rest Nederland (2)



## Omschrijving tentoonstellingsconcepten

- 'Fryslân in de Middeleeuwen'

Het nFM is van plan de grote familietentoonstelling 'Fryslân in de Middeleeuwen' te presenteren. Een duistere en onbekende periode uit het verleden wordt in een spectaculaire theatrale presentatie in het licht gezet (veel dramatische effecten en multimedia inzet met interactieve onderdelen). Centrale thema's zijn geloven (bijvoorbeeld de moord op Bonifatius in 754) en de Friese vrijheidsstrijd. Bijvoorbeeld de Slag bij Warns wordt gereconstrueerd in de presentatie. Bezoekers kunnen een virtuele tour maken door een klooster. Een kloosterbibliotheek wordt nagebouwd waar jong en oud monnikenhandschrift kunnen oefenen. Voor kinderen is er een middeleeuwse verkleedpartij en ze kunnen in het museum overnachten in een middeleeuws klooster. In de openbare hal vindt een concert plaats met optreden van een monnikenkoor. Op het plein voor het museum wordt een voorstelling gegeven van een middeleeuws heksenproces.

## Omschrijving tentoonstellingsconcepten

- 'Rembrandt in Fryslân':

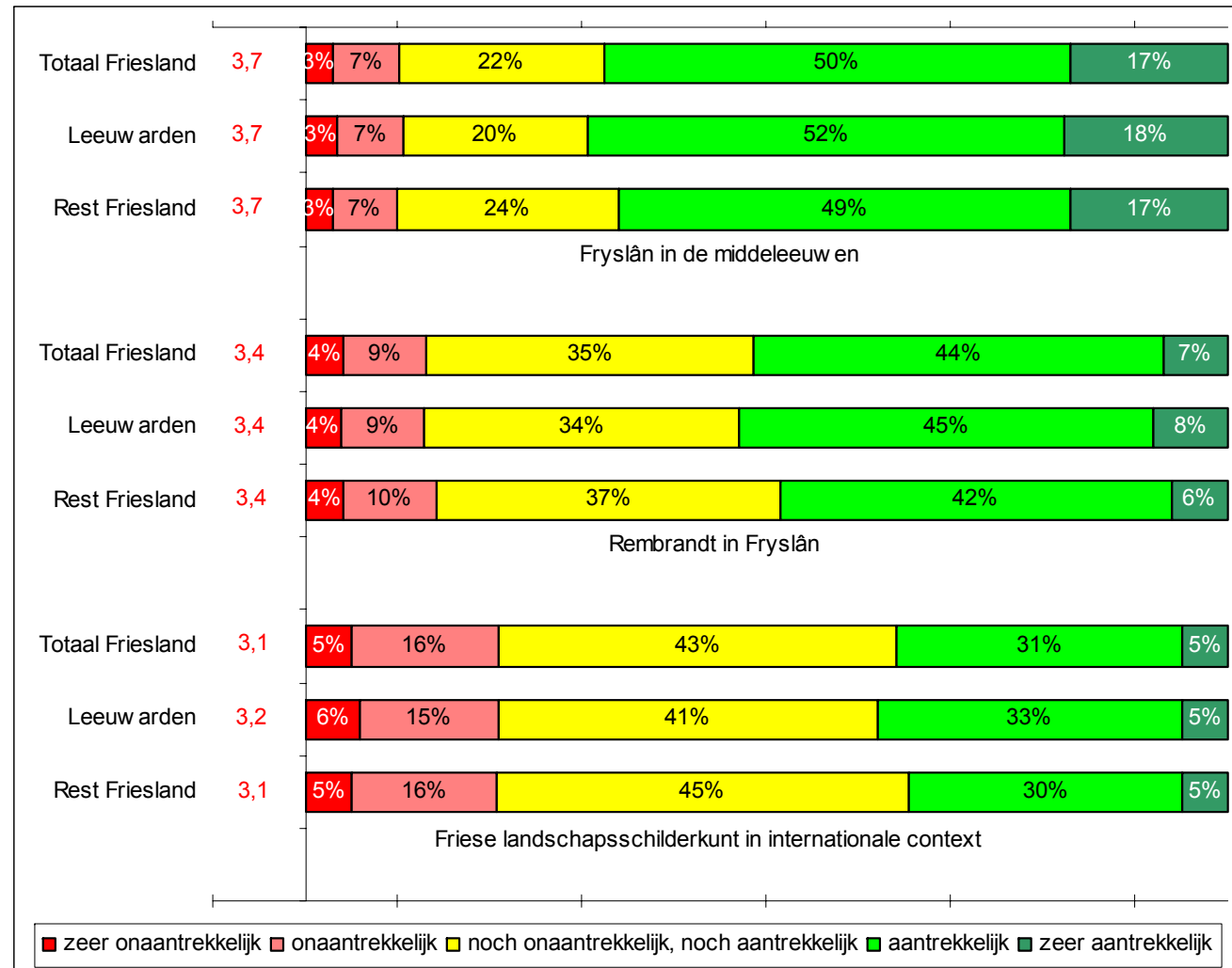
Het nFM is van plan de grote manifestatie 'Rembrandt in Fryslân' te organiseren. Rembrandt trouwde in 1634 met de Leeuwarder burgemeestersdochter Saskia van Uylenburgh. Daarom heeft Rembrandt ook zijn sporen nagelaten in Fryslân. Het nFM toont 15 belangrijke schilderijen van Rembrandt uit binnen- en buitenland. Rondom de centrale tentoonstelling zijn er presentaties over het Leeuwarden in de 17de eeuw. Op het plein voor het museum vindt een grote 17de-eeuwse kunstmarkt plaats. In het Filmhuis wordt de Rembrandtfilm vertoond. Aanvullend speelt in Schouwburg de Harmonie de opvoering van de theatervoorstelling 'Saskia'. Fiets- en wandelroutes door Leeuwarden en Fryslân maken ook deel uit van de manifestatie.

## Omschrijving tentoonstellingsconcepten

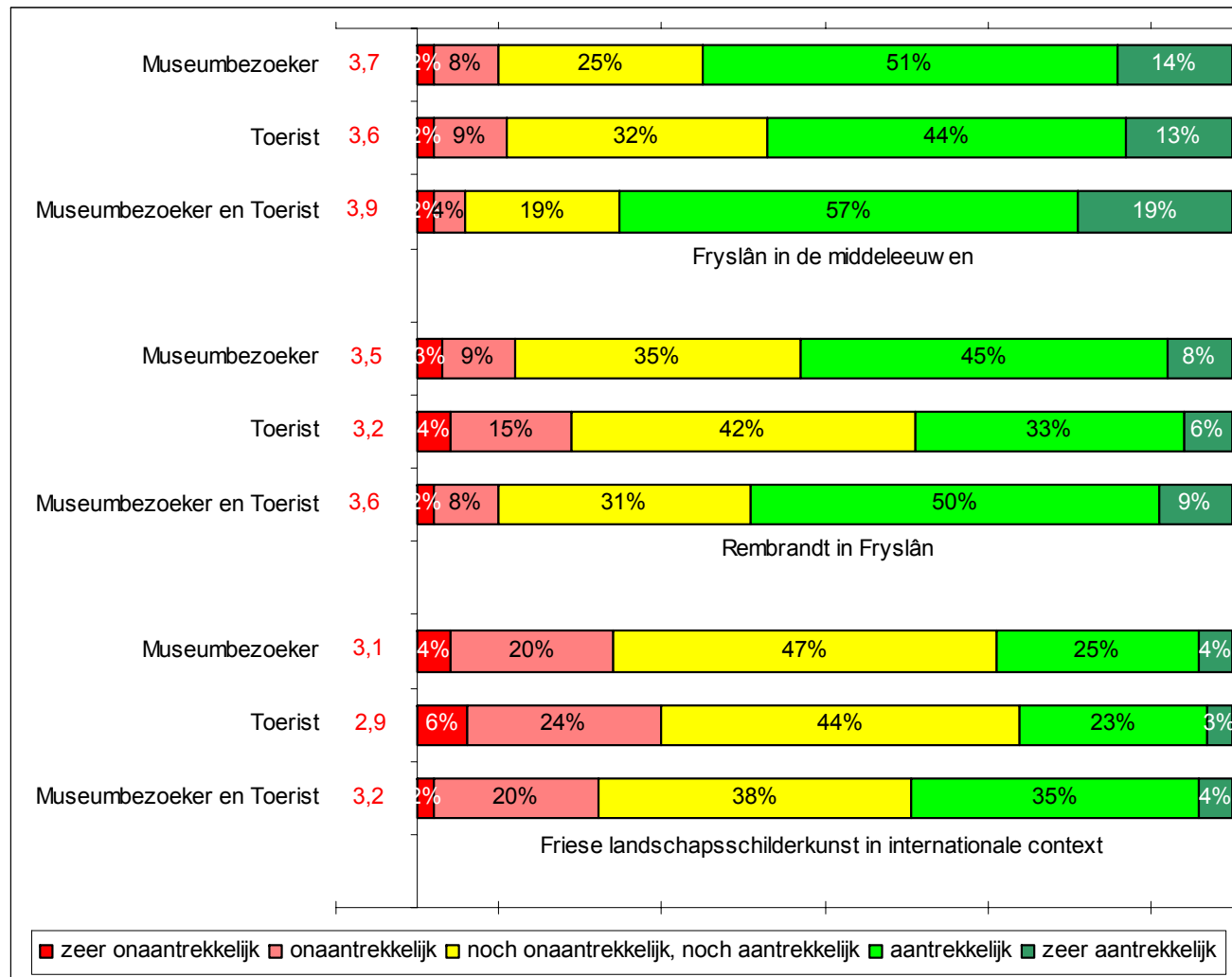
- 'Friese landschapsschilderkunst in internationale context':

Moderne kunsttentoonstelling over het Friese landschap in relatie tot internationale ontwikkelingen. Er worden werken getoond van belangrijke Friese schilders als Gerrit Benner, Sjoerd de Vries en Willem Althuis naast werk van nationale en internationale kunstenaars zoals Duitse expressionisten en Scandinavische schilders. Buitenlandse kunstenaars worden uitgenodigd om hier hun visie op het Friese land te geven. Er is een uitvoerig onderwijsprogramma (CKV). In de educatieve ruimte vinden workshops landschapsschilderen plaats. Het museum organiseert bustochten met deskundigen door Fryslân langs 9 locaties. In de Nieuwsstudio van Omrop Fryslân in het museumcafé is een debat over de Toekomst van het Friese land. In samenwerking met de Openbare Bibliotheek wordt een internationaal poëziefestival gehouden over het landschap.

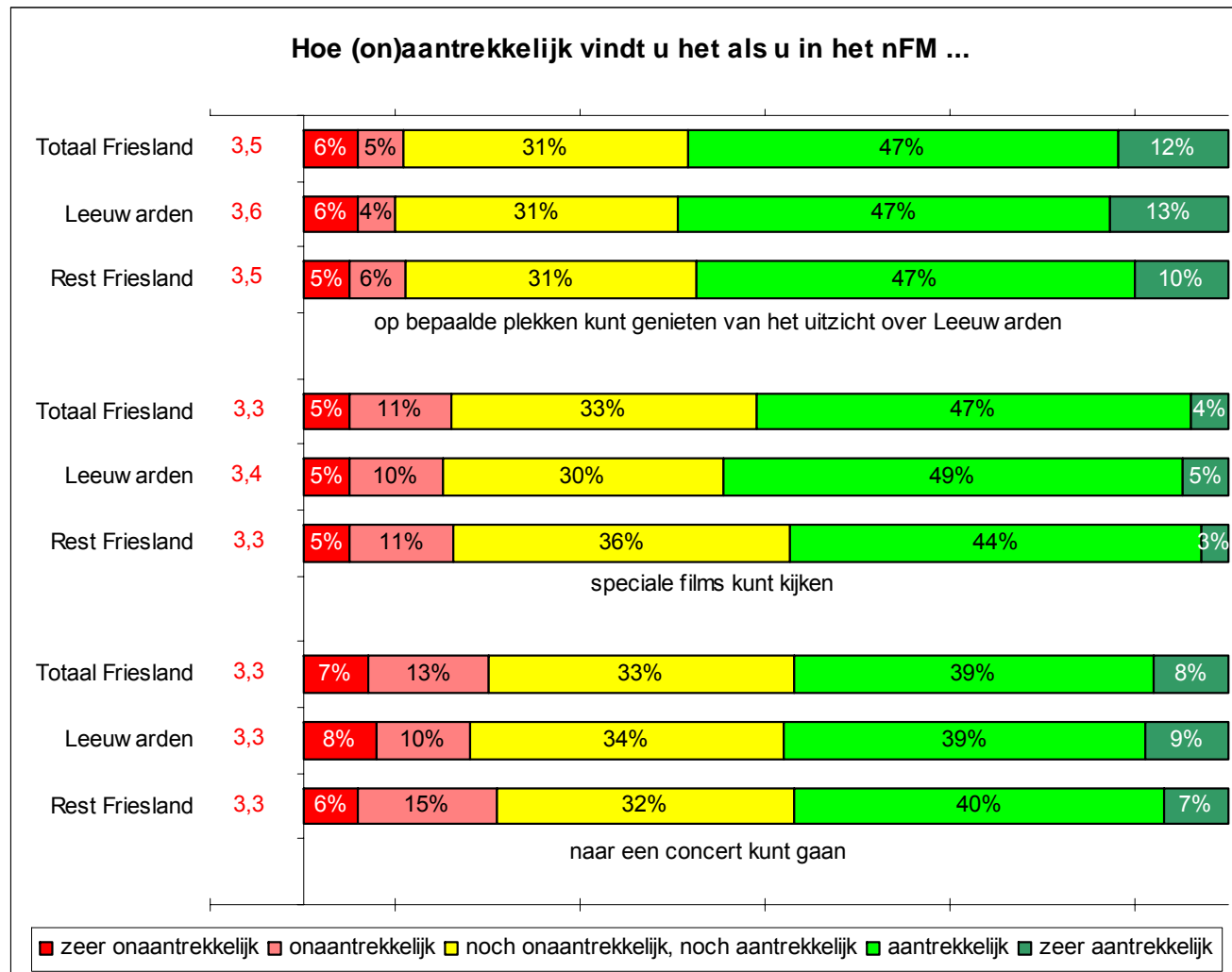
## Beoordeling ideeën voor tentoonstellingen door Friezen



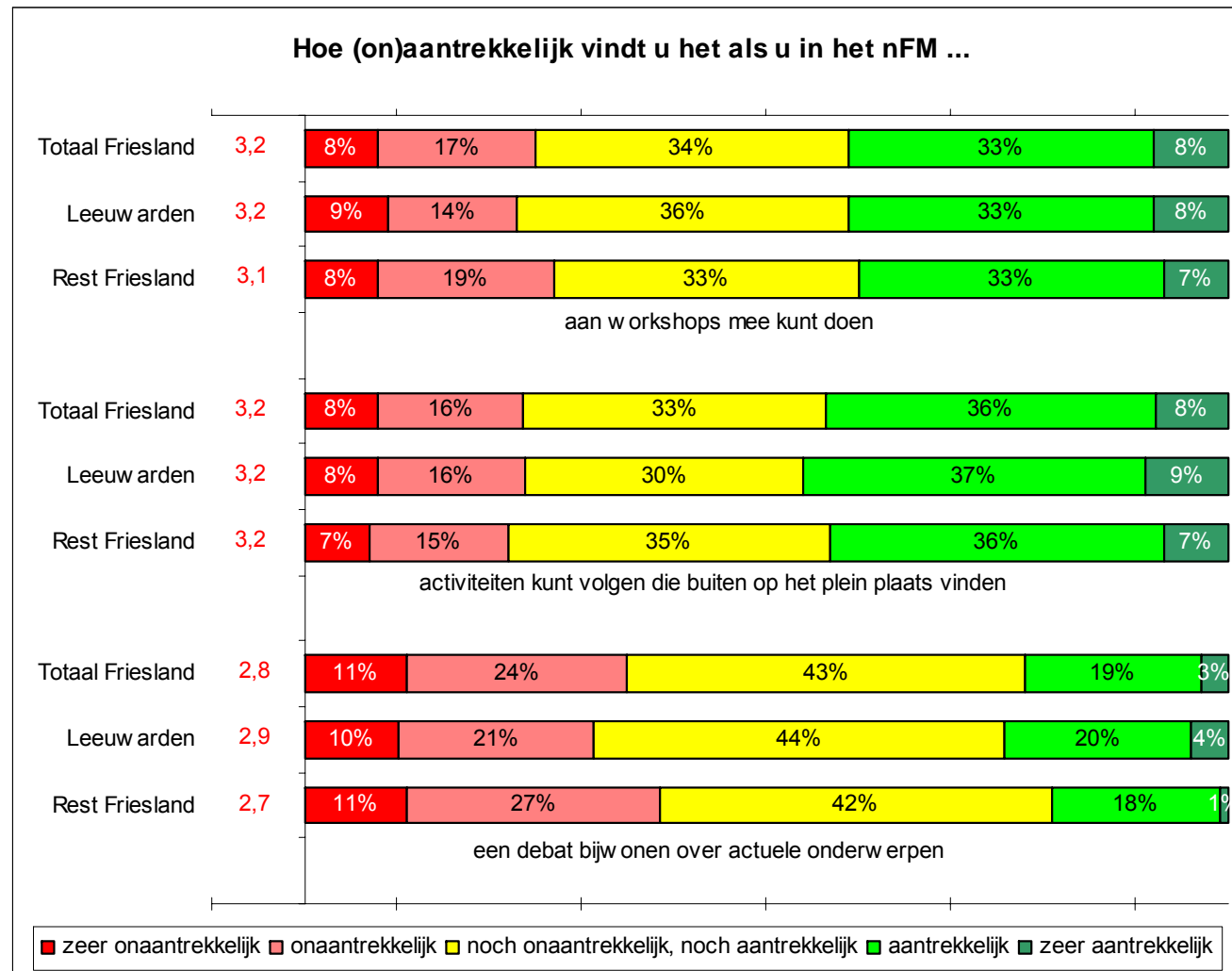
## Beoordeling ideeën voor tentoonstellingen door rest Nederland



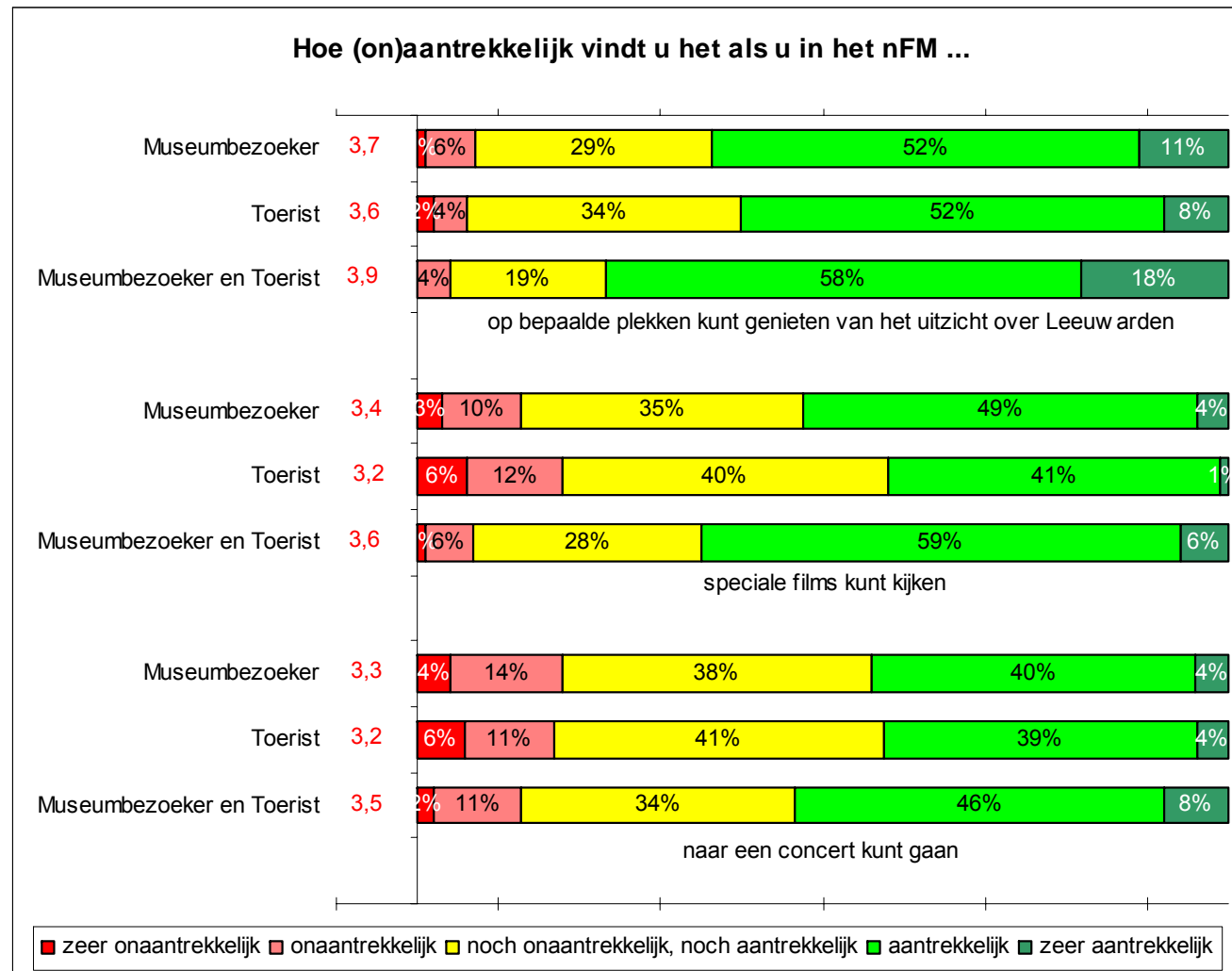
## Beoordeling activiteiten door Friezen (1)



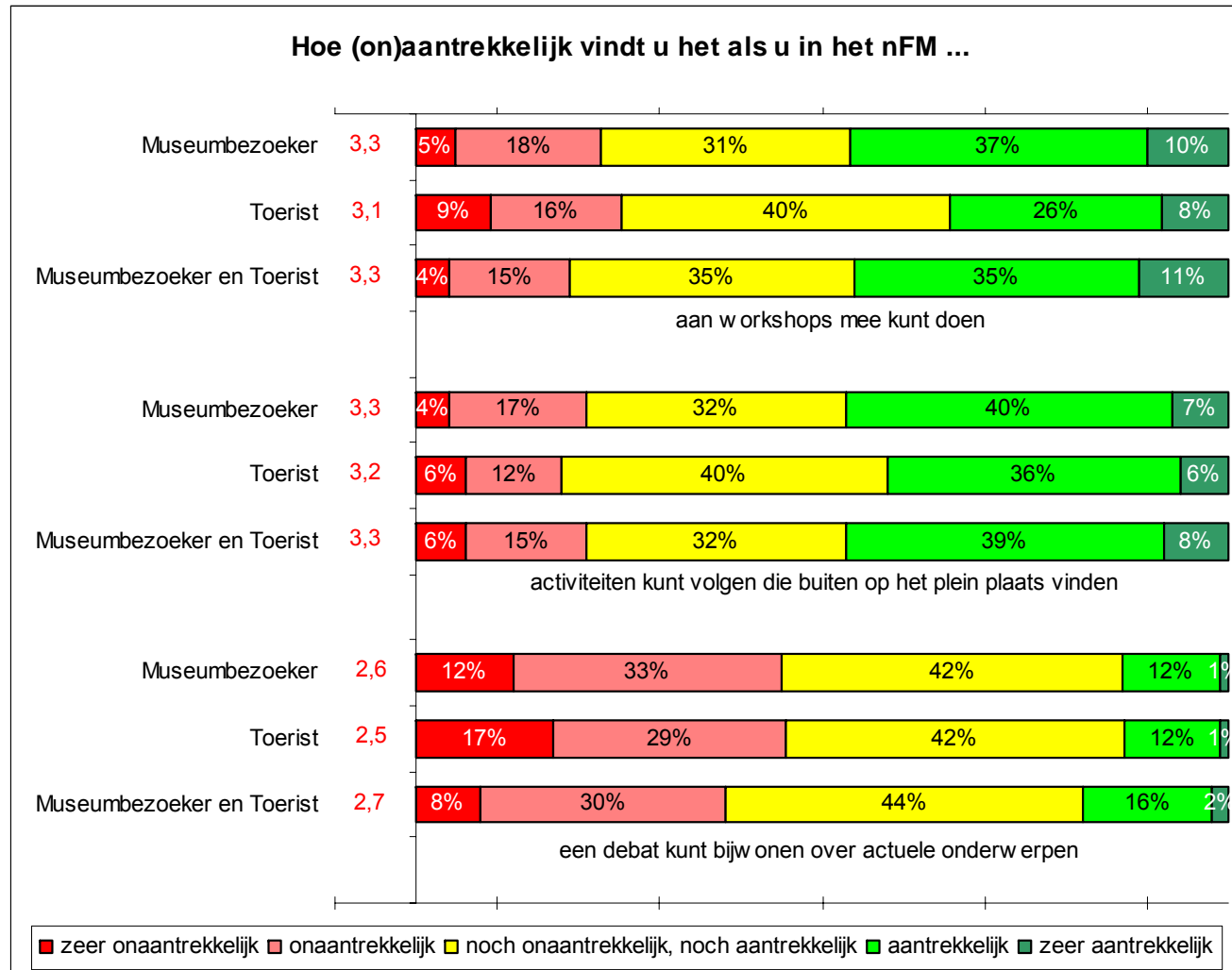
## Beoordeling activiteiten door Friezen (2)



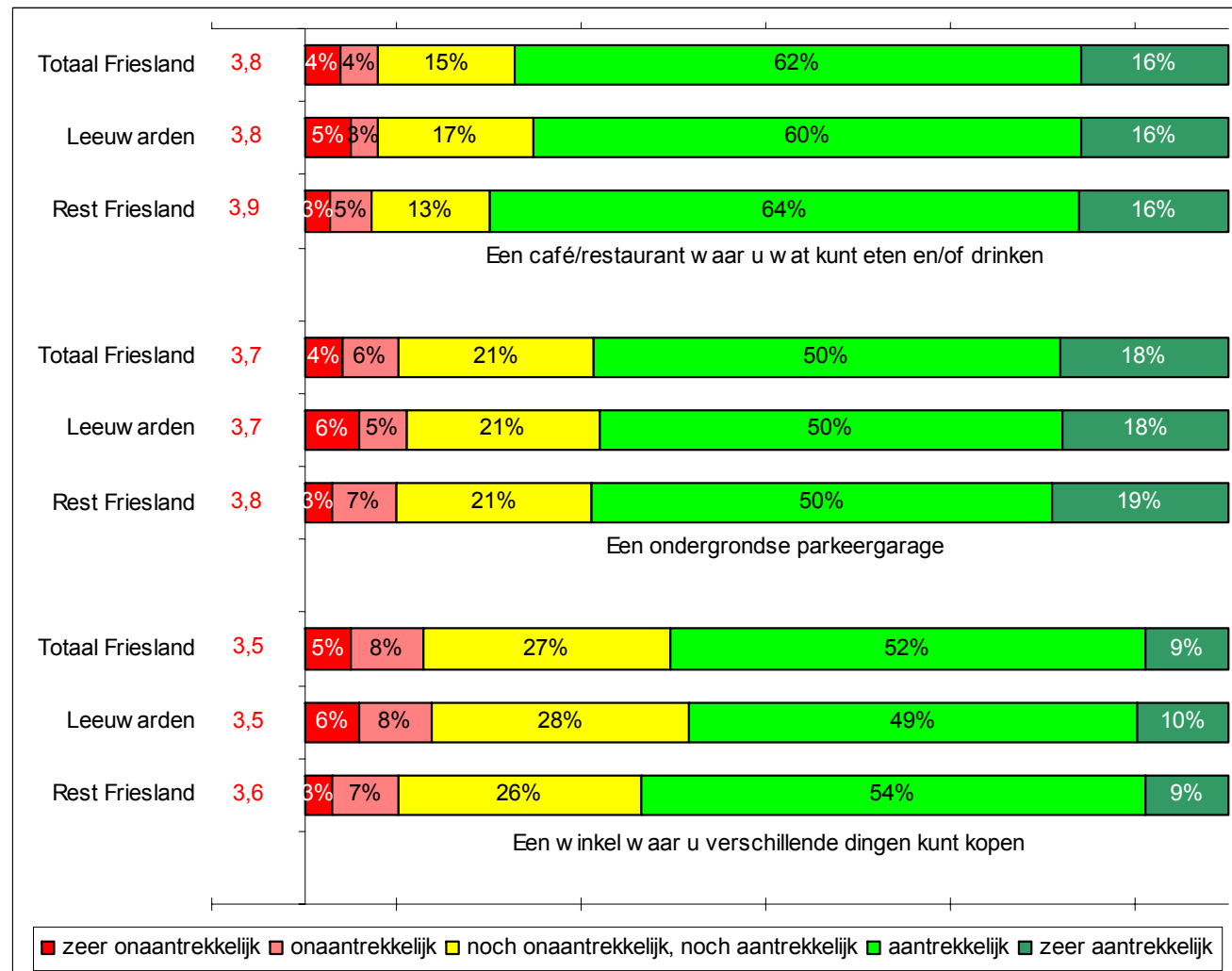
## Beoordeling activiteiten door rest Nederland (1)



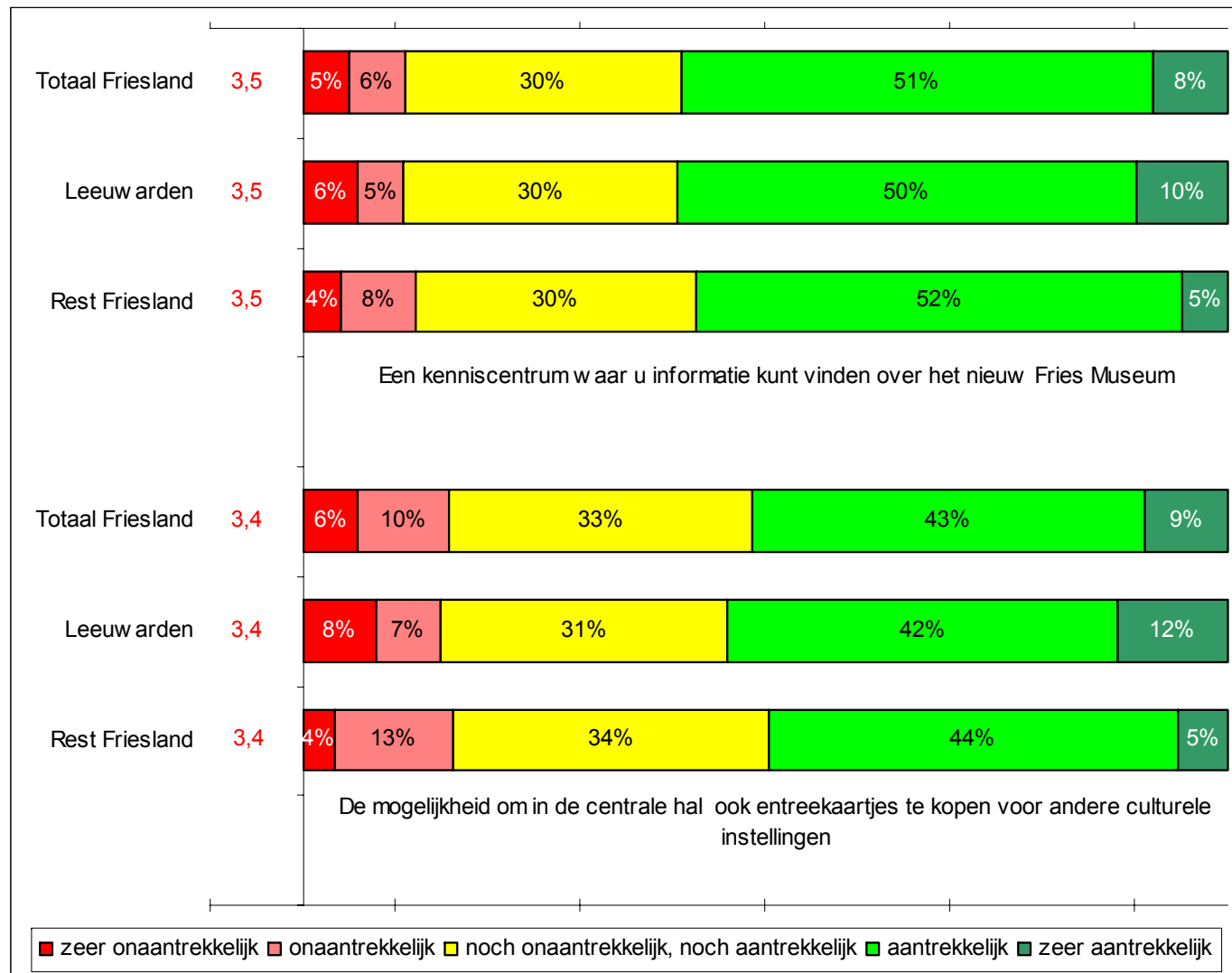
## Beoordeling activiteiten door rest Nederland (2)



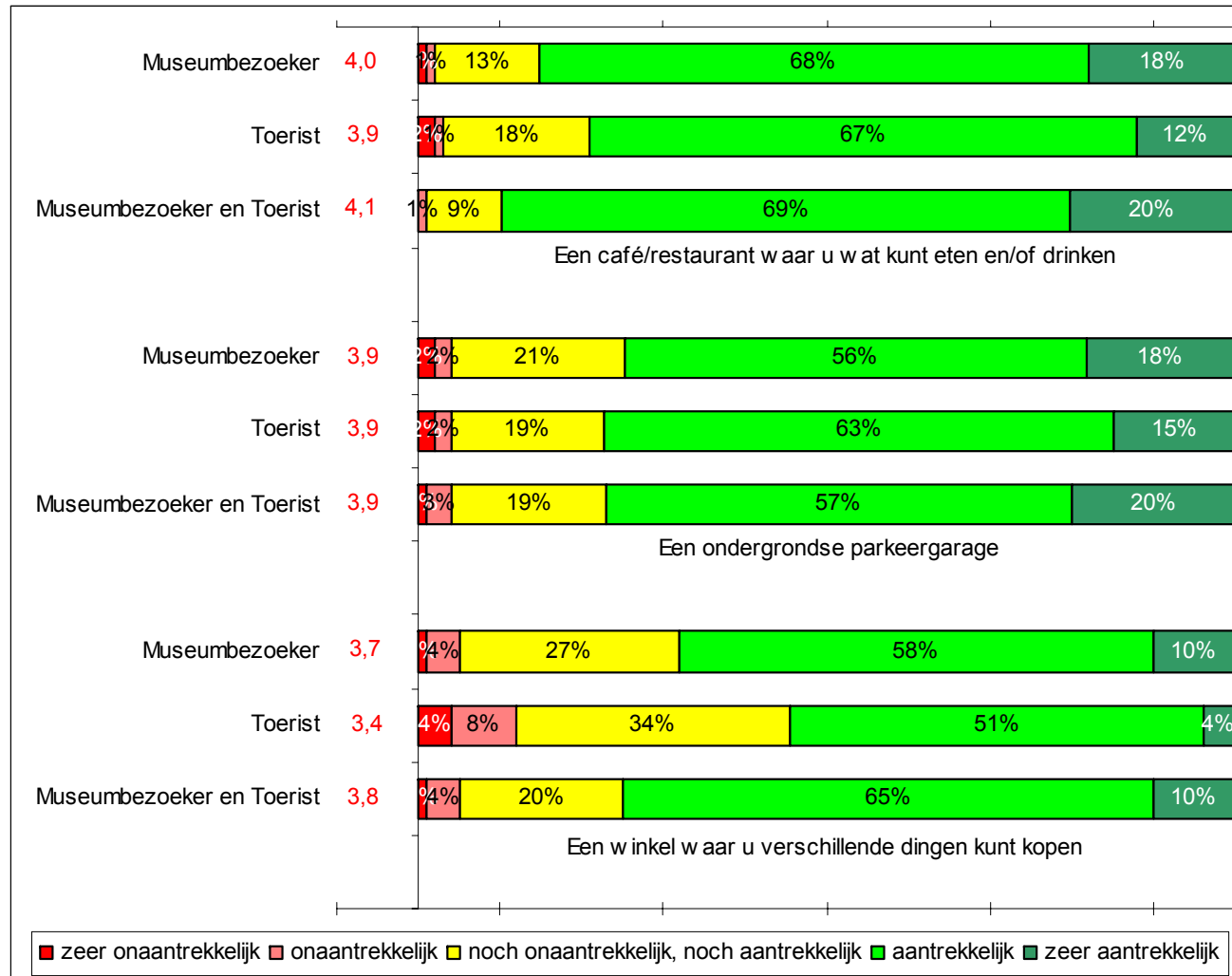
## Beoordeling voorzieningen door Friezen (1)



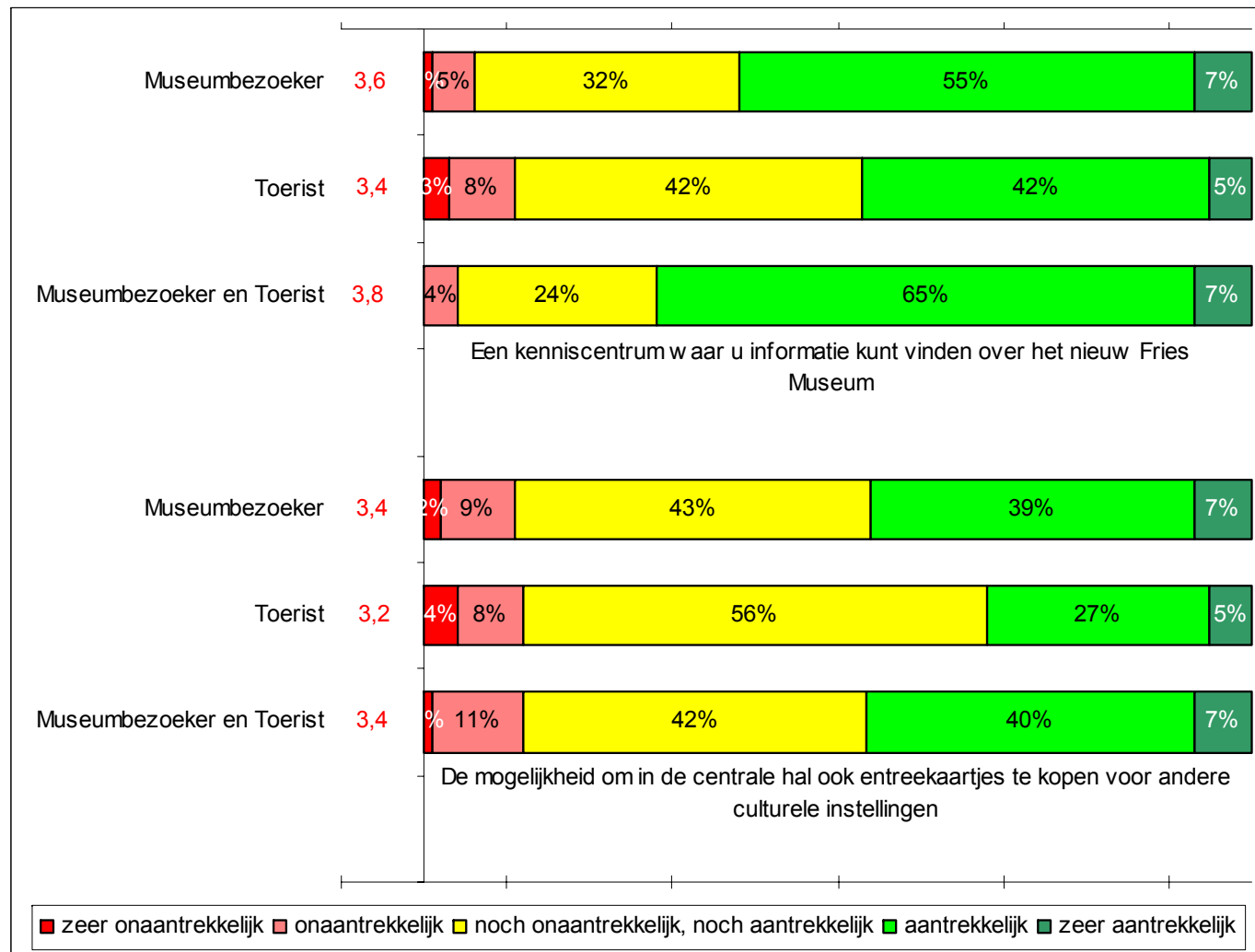
## Beoordeling voorzieningen door Friezen (2)



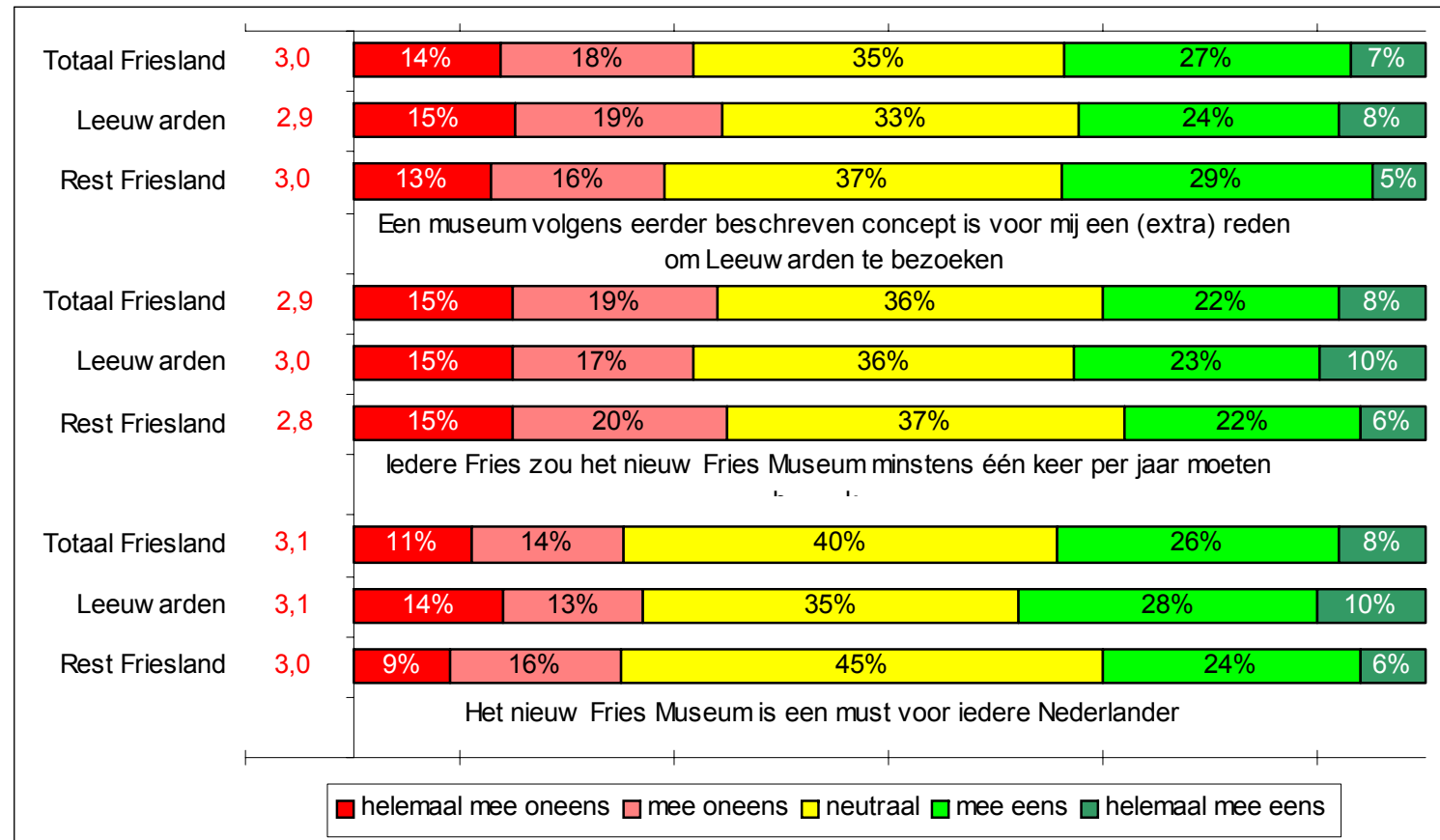
## Beoordeling voorzieningen door rest Nederland (1)



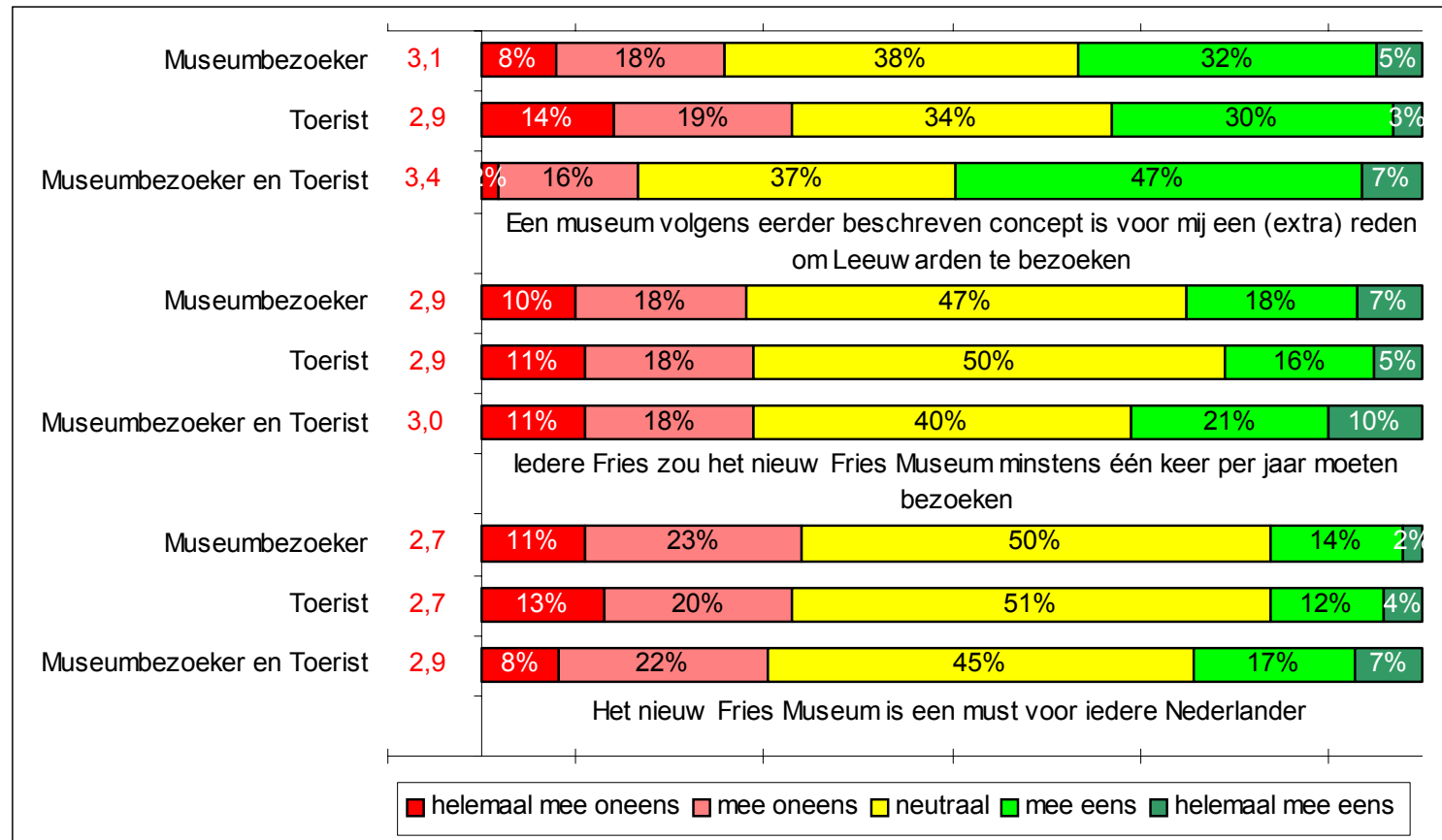
## Beoordeling voorzieningen door rest Nederland (2)



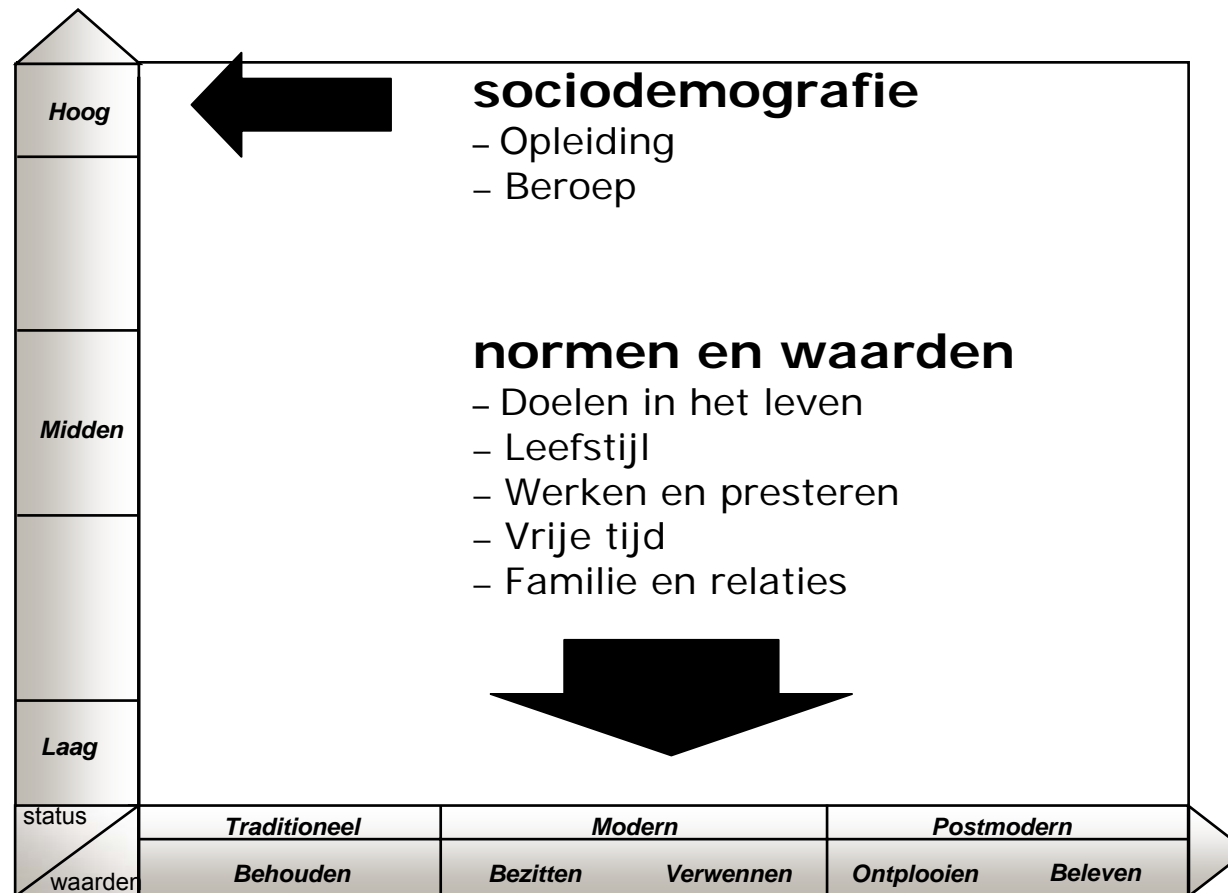
## Beoordeling stellingen door Friezen



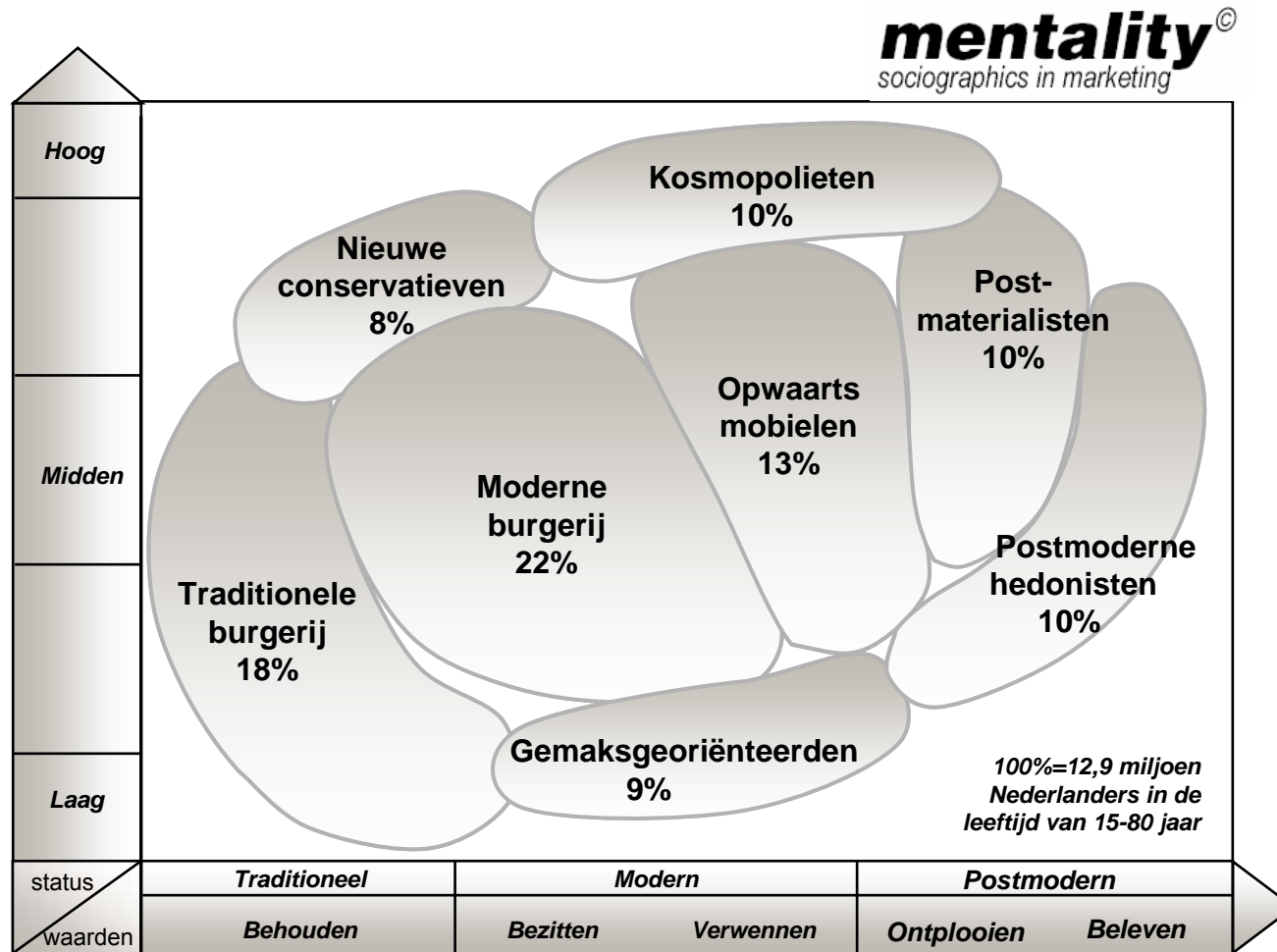
## Beoordeling stellingen door rest Nederland



## Het Mentality-model

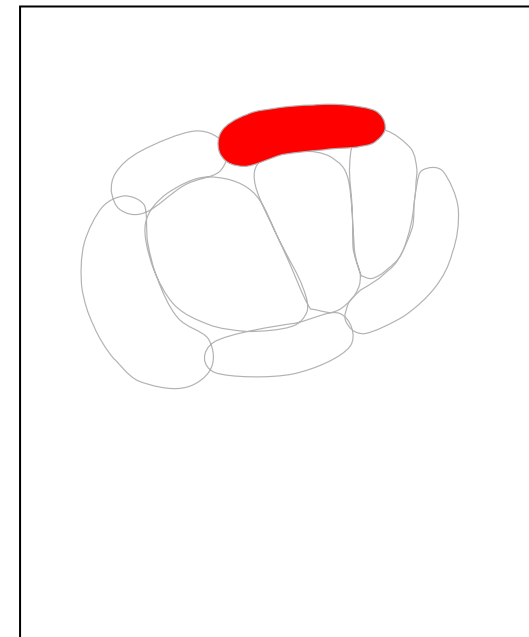


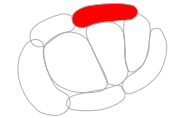
## De acht Mentality-milieus



## Profiel: kosmopolieten (1)

De open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten.





## Profiel: kosmopolieten (2)

### **Ambities**

- Maatschappelijk succes
- Zelfontplooiing
- Sociaal bewogen

### **Maatschappij en politiek**

- Internationaal georiënteerd
- Maatschappelijk en politiek geïnteresseerd
- Tolerant

### **Werken en presteren**

- Centrale drijfveer
- Ambitieuus
- Inkomensverbetering
- Verschaft identiteit en status

### **Sociale relaties**

- Netwerker
- Gericht op gelijkgestemden

### **Leefstijl**

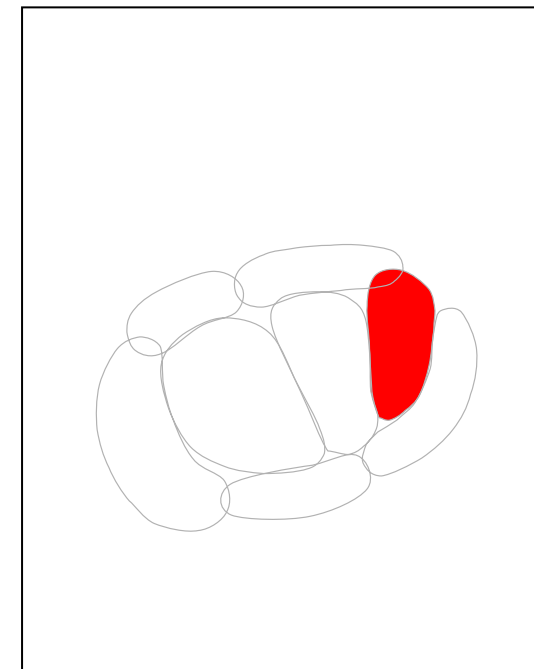
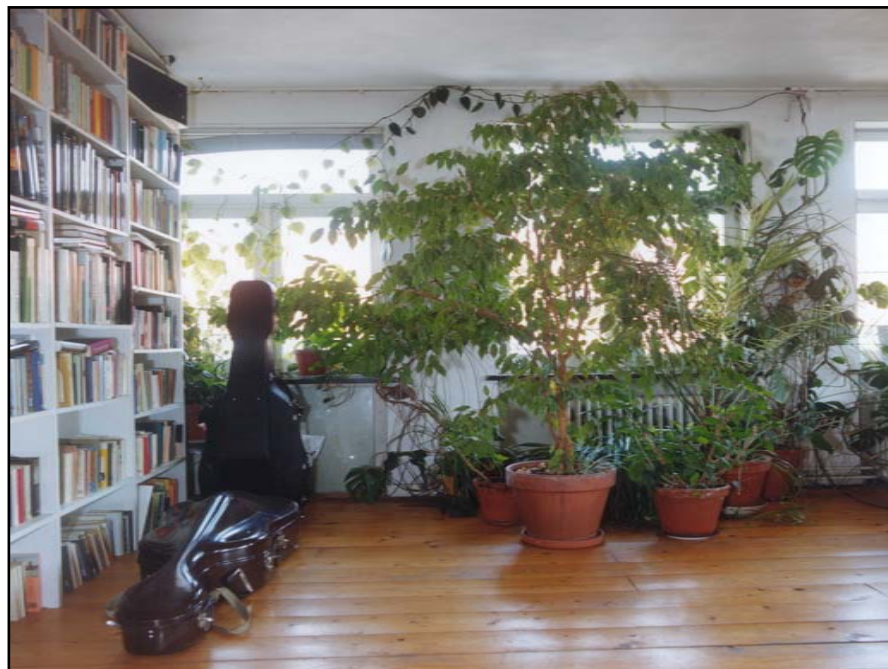
- Consumptiegericht
- Materialistisch en technologie-minded
- Impulsief en avontuurlijk
- Statusgevoelig, gehecht aan etiquette
- Kunst en cultuur

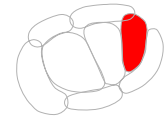
### **Sociodemografie**

- Evenveel mannen als vrouwen
- Meer jongeren
- Meer hoger opgeleiden
- Meer hoge inkomens

## Profiel: postmaterialisten (1)

De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.





## Profiel: postmaterialisten (2)

### **Ambities**

- Zelfontplooiing
- Solidair zijn en sociaal bewogen
- Aandacht voor immateriële waarden

### **Maatschappij en politiek**

- Maatschappelijk en politiek geëngageerd
- Reflectief en kritisch
- Solidair en tolerant
- Internationaal geïnteresseerd

### **Werken en presteren**

- Geen centrale drijfveer
- Balans zoeken tussen werken en privé-leven
- Maatschappelijk nuttig zijn

### **Sociale relaties**

- Individualistisch
- Partners hebben eigen vriendenkring

### **Leefstijl**

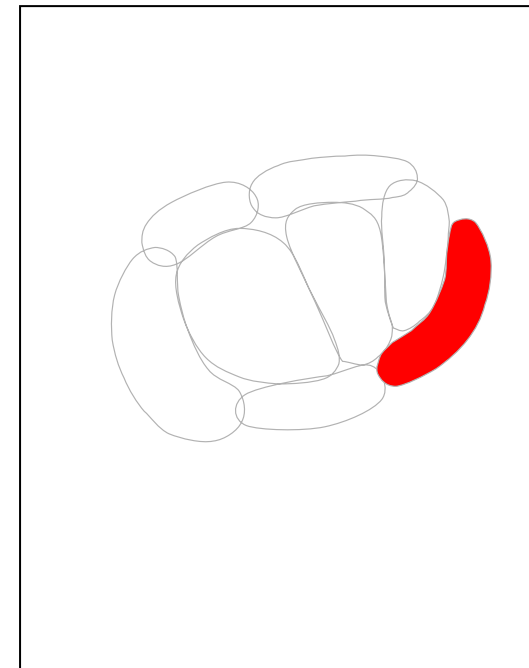
- Planmatig en principieel
- Niet consumptie- en vermaakgericht
- Sober
- Kunst en cultuur

### **Sociodemografie**

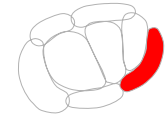
- Meer vrouwen dan mannen
- Iets vaker hogere leeftijd
- Meer hoogopgeleiden
- Alle inkomensniveaus

## Profiel: postmoderne hedonisten (1)

De pioniers van de beleviscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.



## Profiel: postmoderne hedonisten (2)



### **Ambities**

- Vrij zijn
- Leven in het hier en nu
- Nieuwe ervaringen opdoen
- Onafhankelijk zijn

### **Maatschappij en politiek**

- Weinig betrokken
- Tolerant
- Gelijke kansen

### **Werken en presteren**

- Geen centrale rol
- Ondergeschikt aan privé

### **Sociale relaties**

- Individualistisch
- Vrienden belangrijker dan familie

### **Leefstijl**

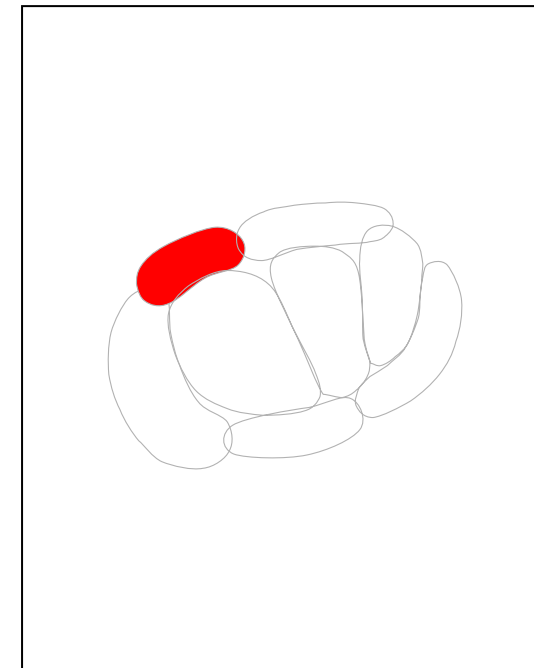
- Avontuurlijk
- Impulsief
- Vrijblijvend ('anything goes')
- Kunst en (populaire) cultuur
- Ervaringsgericht

### **Sociodemografie**

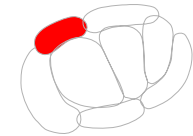
- Evenveel mannen als vrouwen
- Meer jongeren
- Meer hoogopgeleiden
- Alle inkomensniveaus

## Profiel: nieuwe conservatieven (1)

De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.



## Profiel: Nieuwe conservatieven (2)



### **Ambities**

- Vasthouden aan traditionele normen en waarden
- Beschermen van sociale status

### **Maatschappij en politiek**

- Hiërarchisch
- Kritisch
- Politiek en historisch geïnteresseerd

### **Leefstijl**

- Kunst en cultuur
- Sober
- Risicomijdend
- Hechten aan etiquette

### **Werken en presteren**

- Verschaft identiteit
- Superieur aan privé

### **Sociale relaties**

- Hiërarchisch
- Centrale rol familierelaties

### **Sociodemografie**

- Meer mannen dan vrouwen
- Meer ouderen
- Meer hoogopgeleiden
- Meer hoge inkomens

