

Steengroeve museum: aantrekkelijk, vernieuwend en een bezoek waard

Onderzoek naar de aantrekkelijkheid en bezoekingentie van het Steengroeve Museum te Winterswijk
In opdracht van stichting Terra Temporalis

b l a u w

Introductie

Inhoudsopgave en contactgegevens

1

Management summary

2

Evaluatie Steengroeve Museum

3

Bezoek Obelink combineren met Steengroeve

4

Analyse bezoekersaantallen

5

Bijlage

Nienke Vreugdenhil



nienke.vreugdenhil@blauw.com



+ 316 147 990 66



Merel Griepink



merel.griepink@blauw.com



+316 220 469 78



Blauw Research bv

Coolsingel 55
3012 AB Rotterdam

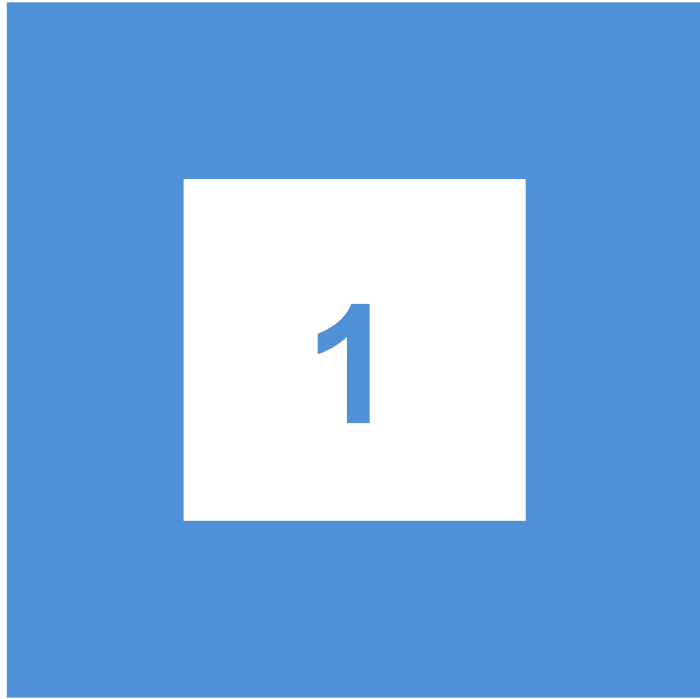
[010-4000900](tel:010-4000900)
www.blauw.com
welcome@blauw.com

KvK nummer: 24282859



Copyright 2022 Blauw Research bv

Alle rechten voorbehouden.
Niets uit dit document mag worden verveelvoudigd,
opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand,
of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke
toestemming van Blauw Research.



Management Summary



De context

De plannen voor de realisatie van het Steengroeve museum zijn in een vergevorderd stadium. In het verleden (2009) is al onderzoek gedaan naar dit concept. Deze resultaten zijn echter inmiddels gedateerd, en de plannen voor het museum zijn verder ontwikkeld. Voor verdere investeringen is het noodzakelijk om een goed beeld te krijgen van het aantal te verwachten toeristen.



De uitdaging

Inzicht in de te verwachten bezoekersaantallen voor het Steengroeve museum en de waardering voor het concept; om ze te kunnen achterhalen wat de haalbaarheid is.



De hoofdvraag

De vraag die centraal staat in dit onderzoek is als volgt:

- Hoe beoordelen toeristen de conceptplannen van het Steengroeve museum?



**Ons advies: Ga verder met het realiseren van het Steengroeve museum:
het concept is aantrekkelijk en vernieuwend,
daarmee is de bezoekerintentie hoog.**

Naar verwachting zullen er jaarlijks 20.000 tot 40.000 bezoekers op af komen.*

*Deze verwachting van bezoekersaantallen is gebaseerd op de benchmarkanalyse die is uitgevoerd door een consultant van 'BLAAK advies & realisatie'.
De uitwerking van de analyse is te vinden in de bijlage op pagina 17 t/m 19.



Bezoekintentie Steengroeve museum erg hoog: 79% van de toeristen* geeft aan interesse in een bezoek te hebben

Een belangrijke reden voor toeristen om een bezoek te brengen aan het Steengroeve museum, is dat zij vinden dat het museum een interessant thema heeft. Daarnaast is het een leerzaam en interactief museum wat het ook leuk en geschikt maakt voor kinderen. Verder spreekt de omgeving aan, wat het bezoek goed te combineren maakt met een dagje uit.

De meeste interesse om het Steengroeve museum te bezoeken lijkt te zijn onder Duitse toeristen, toeristen met interesse in musea met het thema 'natuur & natuurhistorie' en onder kind- en tienergezinnen.



Steengroeve museum is volgens toeristen een zeer vernieuwend concept

87% van de toeristen geeft aan het Steengroeve museum een enigszins of zelfs zeer vernieuwend concept te vinden.

Daarnaast scoort het Steengroeve museum ook hoog op aantrekkelijkheid, 84% van de toeristen geeft aan het een aantrekkelijk concept te vinden.



Er is veel interesse in het combineren van een bezoek aan de Steengroeve met een toeristische overnachting

79% van de toeristen geeft aan interesse te hebben om een bezoek aan de Steengroeve te combineren met een toeristische overnachting in de Achterhoek.

Probeer de Steengroeve onderdeel te maken van promotie van recreatie in de Achterhoek als geheel. Toeristen geven aan dat de omgeving aantrekkelijk is; dit kan een leuke activiteit zijn om te ondernemen bv. als onderdeel van een langer verblijf, maar ook van een dagtocht, of combinatie-bezoek met Obelink.

- Met 'toeristen' wordt in het hele rapport de doelgroep bedoeld. De doelgroep bestaat uit inwoners van de regio Winterswijk (binnen een straal van 100 km) en Nordrhein-Westfalen die interesse hebben in recreatie (dagje of verblijf) in de Achterhoek. De Nederlandse verblijfstoeristen komen niet alleen uit de regio Winterswijk, maar kunnen uit heel Nederland komen. Daarnaast, hebben al deze toeristen interesse in het bezoeken van musea. De opbouw van de steekproef is te vinden in de bijlage, op pagina 21.



2

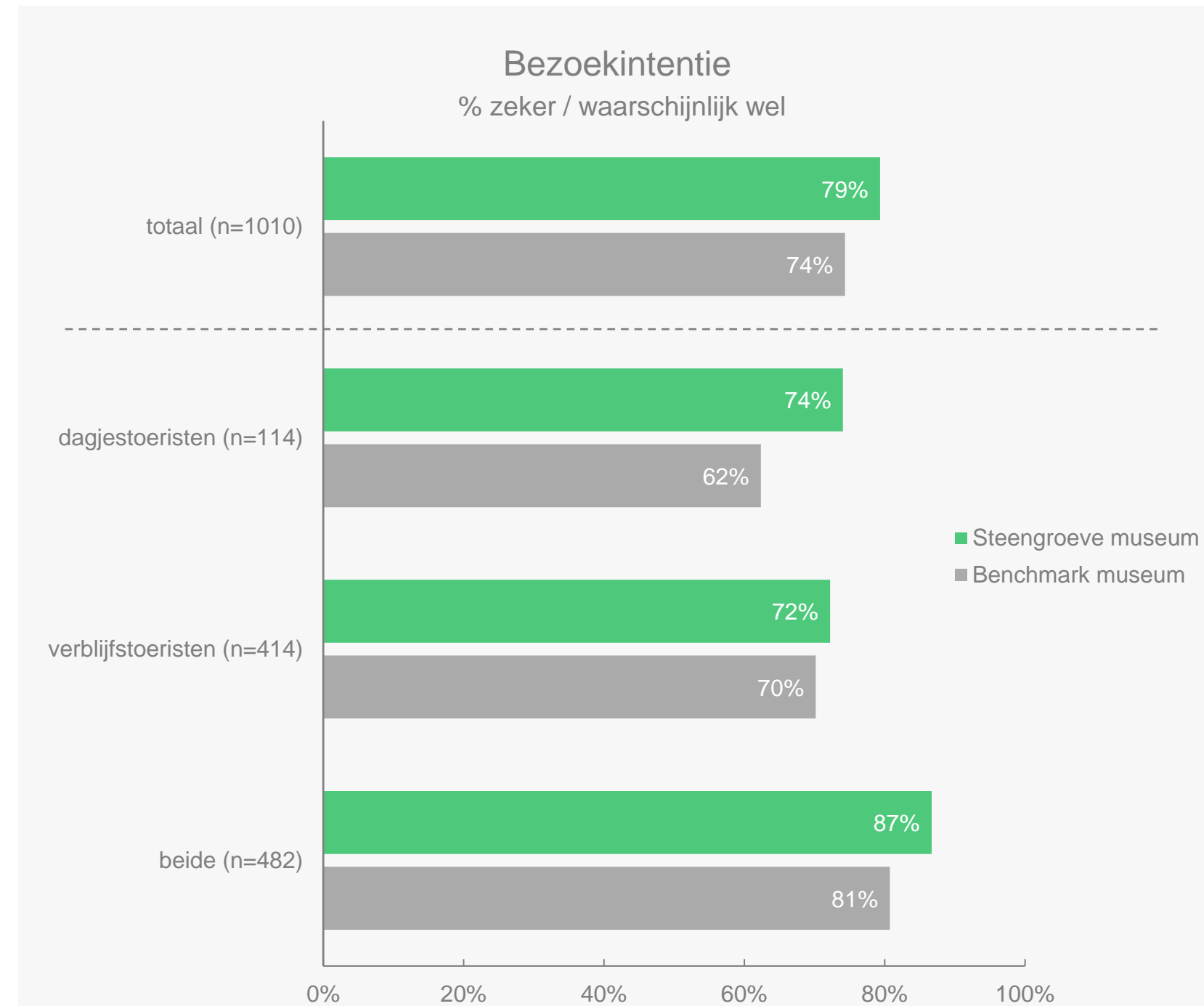
Evaluatie Steengroeve museum

Om de resultaten van de evaluatie van het Steengroeve museum in perspectief te kunnen plaatsen, is er gebruik gemaakt van een benchmark museum. Respondenten hebben beide musea geëvalueerd. In dit hoofdstuk zijn de resultaten van het Steengroeve museum naast de resultaten van het benchmark museum gelegd.

Als benchmark museum is het MORE museum te Ruurlo gebruikt.
Concept beschrijvingen van beide musea zijn in de bijlage te vinden, op pagina 23 en 24.

Hoge interesse in een bezoek aan het Steengroeve museum

Duitse toeristen en toeristen die zowel verblijfs- als dagjestoerist zijn hebben de meeste interesse in een bezoek



In totaal geeft 25% van de toeristen aan **zeker** een bezoek aan het Steengroeve museum te brengen, waar 21% van de toeristen dit over het benchmark museum zegt.



Toeristen die zowel interesse hebben in een dagje, als in een langer verblijf in de Achterhoek hebben onder de toeristen de hoogste bezoekintentie. Voor elk type toerist (dagjes, verblijf, beide) ligt de interesse om het Steengroeve te bezoeken iets hoger dan voor het benchmark museum; voor de dagjestoeristen is het verschil het grootst.



Duitse toeristen hebben een hogere bezoekintentie dan Nederlandse toeristen. 84% van de Duitse toeristen geeft aan het Steengroeve museum (waarschijnlijk) te willen bezoeken, dit is significant hoger dan de 75% van de Nederlandse toeristen met bezoekintentie.



Toeristen met interesse in 'natuur & natuurhistorie' musea hebben de hoogste bezoek intentie in vergelijking met andere musea interesses. 84% geeft aan het museum (waarschijnlijk) te willen bezoeken. Dit is significant hoger dan gemiddeld.



De interesse in een bezoek aan het Steengroeve museum lijkt iets hoger te liggen onder kinder- en tienergezinnen t.o.v. mensen in andere levensfasen.

Interessant, interactief en leerzaam museum: dat spreekt aan

Redenen waarom toeristen geen interesse hebben, is omdat ze geen interesse in het thema vinden of het niet speciaal vinden

Bezoekintentie, omdat:

- Interesse in het thema: geologie, geschiedenis, ontwikkeling van de aarde en klimaatverandering
- Interactieve en leerzame karakter: leuk om met kinderen naar toe te gaan
- De omgeving is aantrekkelijk, leuk om te combineren met een dagje uit

”

Dit museum ligt direct in lijn met mijn interesses. Gek genoeg had ik er nog nooit van gehoord. Mocht ik in de Achterhoek op vakantie gaan, zou dit wel eens een heel interessant uitje kunnen zijn.

”

Het ziet er heel erg interessant uit en mijn zonen zijn al gek op dinosauriërs als ik ze dit laat zien dan moeten we gaan.

Vooraf het interactieve spreekt me aan. Dat je zelf ook op zoek kunt. Vooral met kleine kinderen is dat leuk.

”

Het klinkt als een leuk en leerzaam museum. Ook vind ik het leuk dat je zelf dingen kan ondernemen.

Als ik daar eens in de buurt ben lijkt het me wel een leuk museum om te bezoeken.

Geen bezoekintentie, omdat:

- Geen interesse in het thema, liever naar een ander museum
- Sommigen geven aan dat het geen volwaardige dagbesteding is: ze zouden er niet speciaal naar toe rijden, maar als ze in de buurt zijn is het leuk
- Niet 'spectaculair' genoeg

”

Geschiedenis is niet zo mijn ding.

Het klinkt niet als iets waar ik veel interesse in heb.

Andere musea trekken mij meer.

”

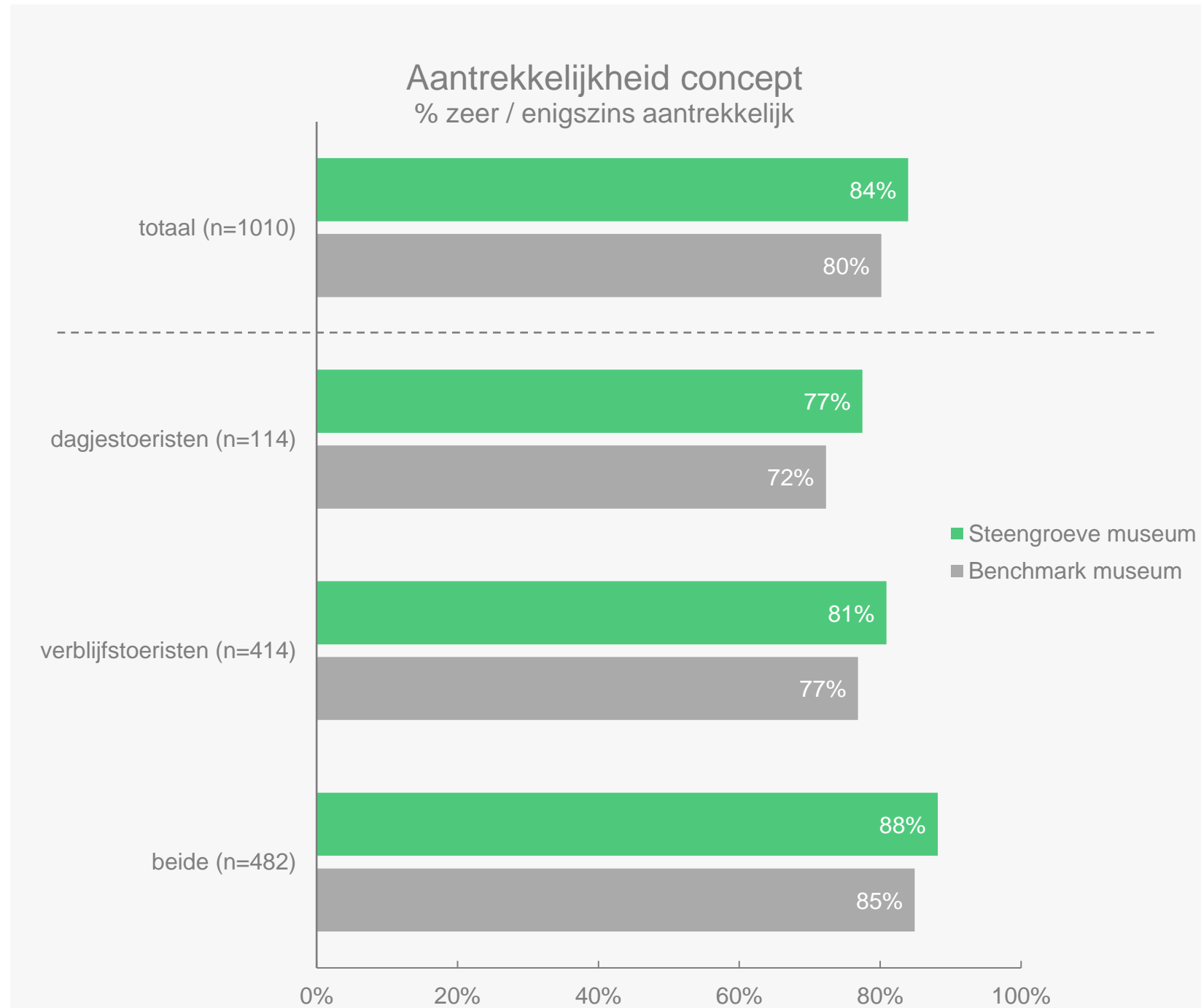
Ik zou er niet een trip voor plannen, maar ben ik in de buurt en heb gelegenheid dan sluit ik een bezoek, mits redelijk geprijsd, niet uit.

”

Ben er al een keer in de steengroeve geweest en je hoeft er maar een keer naar toe omdat het niet enorm spectaculair is.

Grote meerderheid vindt het Steengroeve museum aantrekkelijk

Voor toeristen die zowel dagjes als verblijfstoerist zijn is het Steengroeve museum het meest aantrekkelijk



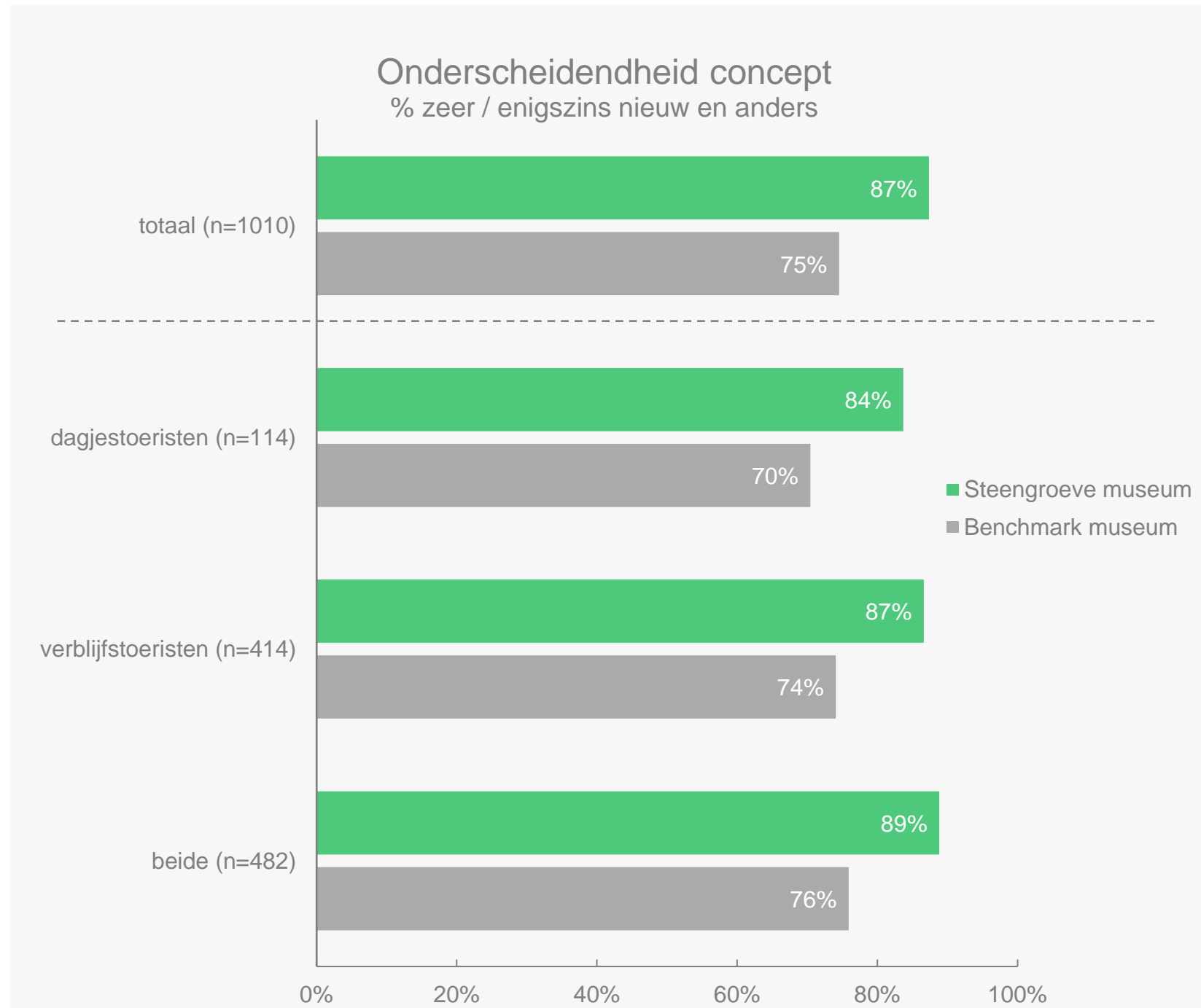
Er lijkt een correlatie te zijn tussen de bezoekingententie en de aantrekkelijkheid van het concept. Daardoor zie je ook dezelfde resultaten op gebied van aantrekkelijkheid, als bezoekingententie wanneer je de Duitse en Nederlandse toeristen met elkaar vergelijkt:

Volgens 83% van de Duitse toeristen is het Steengroeve museum minstens enigszins aantrekkelijk, waar dit voor 77% van de Nederlandse toeristen geldt.



Steengroeve museum zeer vernieuwend concept

Wat betreft onderscheidenheid van het concept scoort de Steengroeve flink hoger dan het benchmark museum



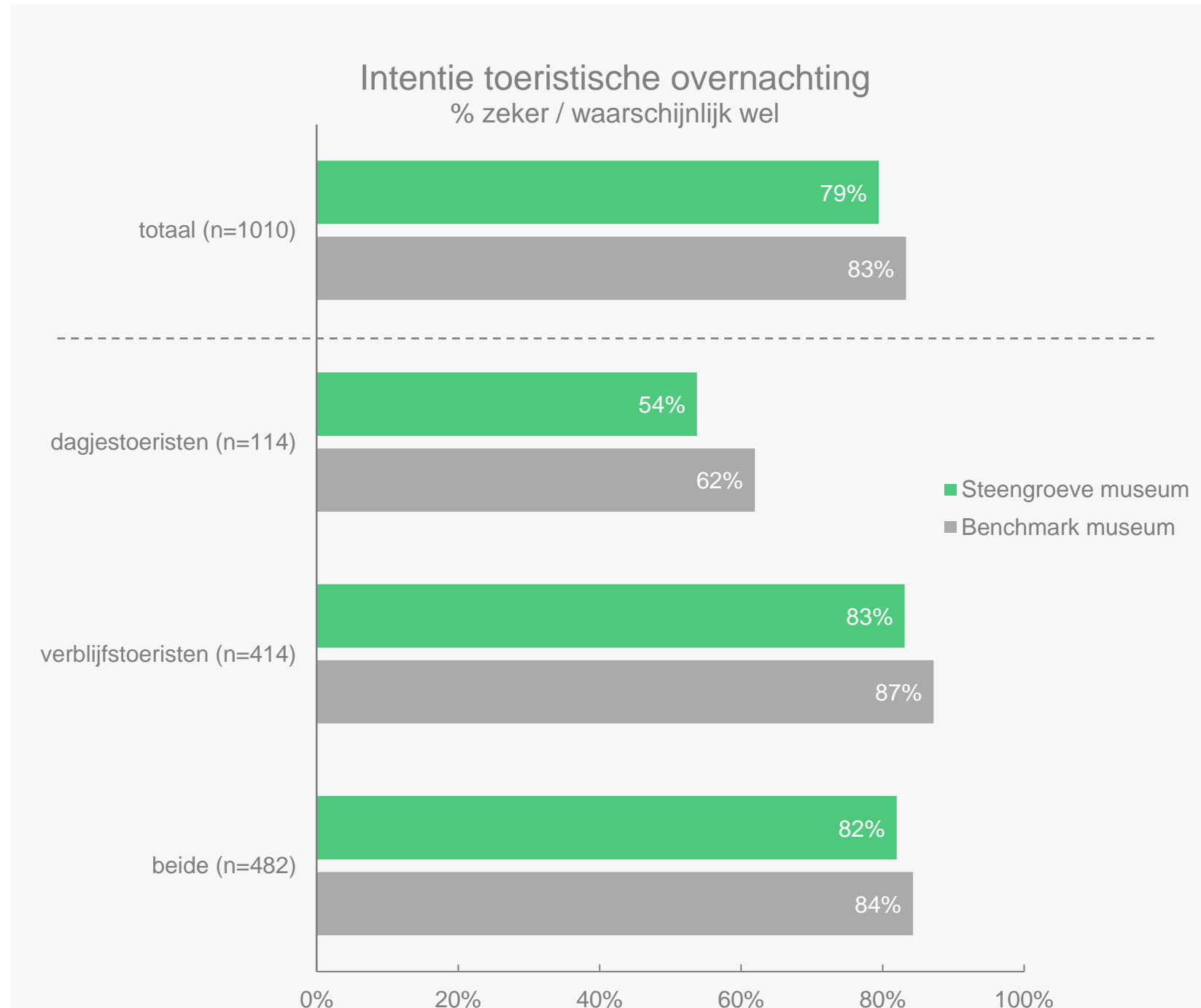
Wat betreft onderscheidendheid scoort het Steengroeve museum erg hoog. Opvallend is dat ook toeristen die géén interesse in een bezoek aan het Steengroeve museum hebben het een vernieuwend concept vinden.

Het benchmark museum scoort ook redelijk hoog op vernieuwendheid, maar duidelijk minder hoog. Dit lijkt niet te maken met het feit dat men hier eerder is geweest. Voor zowel de Steengroeve als het benchmark museum, geeft ongeveer 80% van de toeristen aan hier nooit eerder te zijn geweest.



Veel interesse in combinatie museumbezoek en overnachting

Duitse toeristen hebben meer interesse in een toeristische overnachting dan Nederlandse toeristen



Duitse toeristen hebben significant meer interesse in het combineren van een museumbezoek met een toeristische overnachting dan Nederlandse toeristen (84% vs. 75% geeft aan dit waarschijnlijk of zeker wel te willen).

Daarnaast lijken singels/koppels (zonder kinderen) tussen de 18 en 54 jaar de meeste interesse te hebben in het combineren van een museumbezoek met een toeristische overnachting (ongeveer 86% geeft aan dit zeker of waarschijnlijk wel te willen).

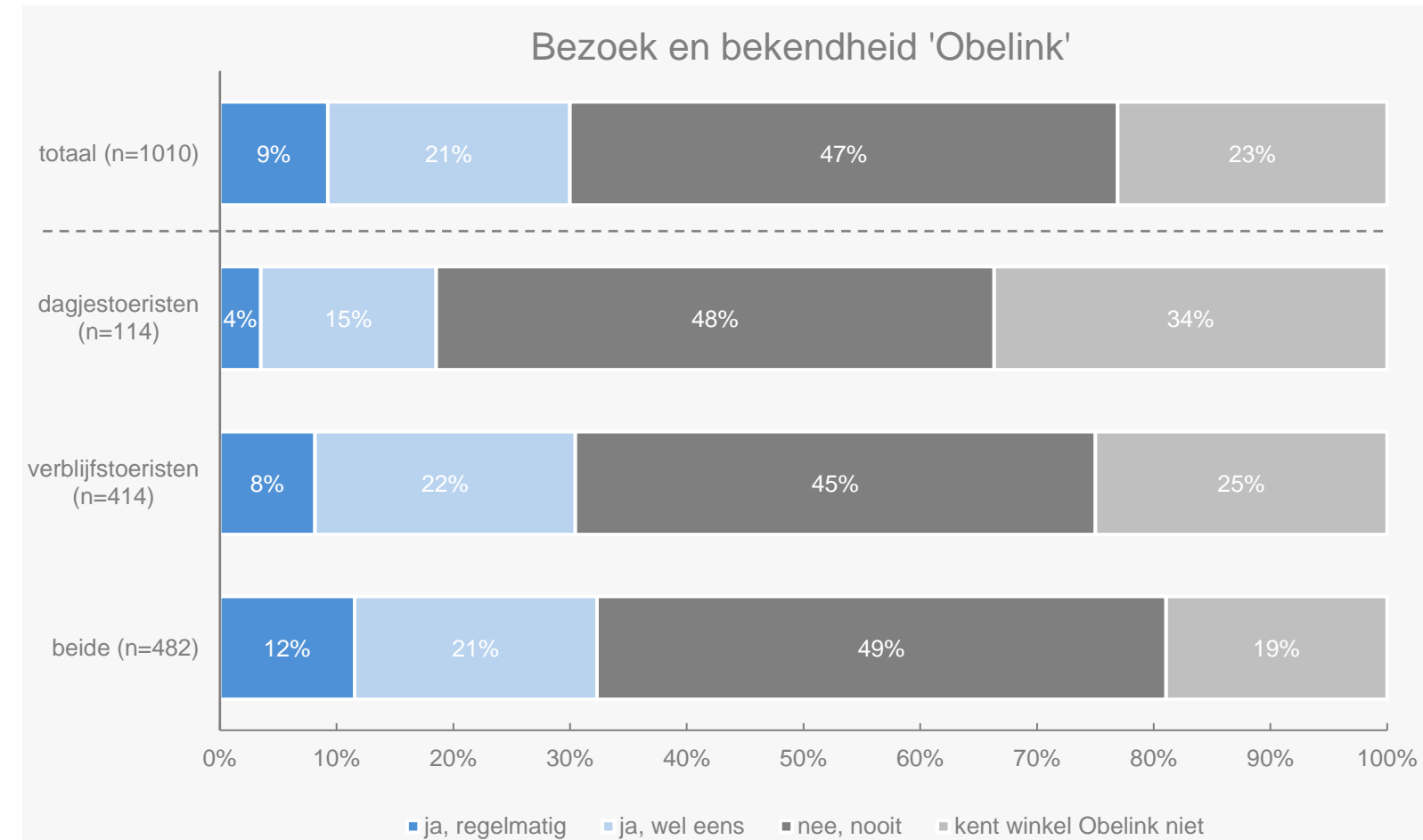




Bezoek Obelink combineren met Steengroeve

Bijna een kwart van de toeristen geeft aan Obelink niet te kennen

Verder geeft een derde aan in ieder geval een keer bij Obelink te zijn geweest

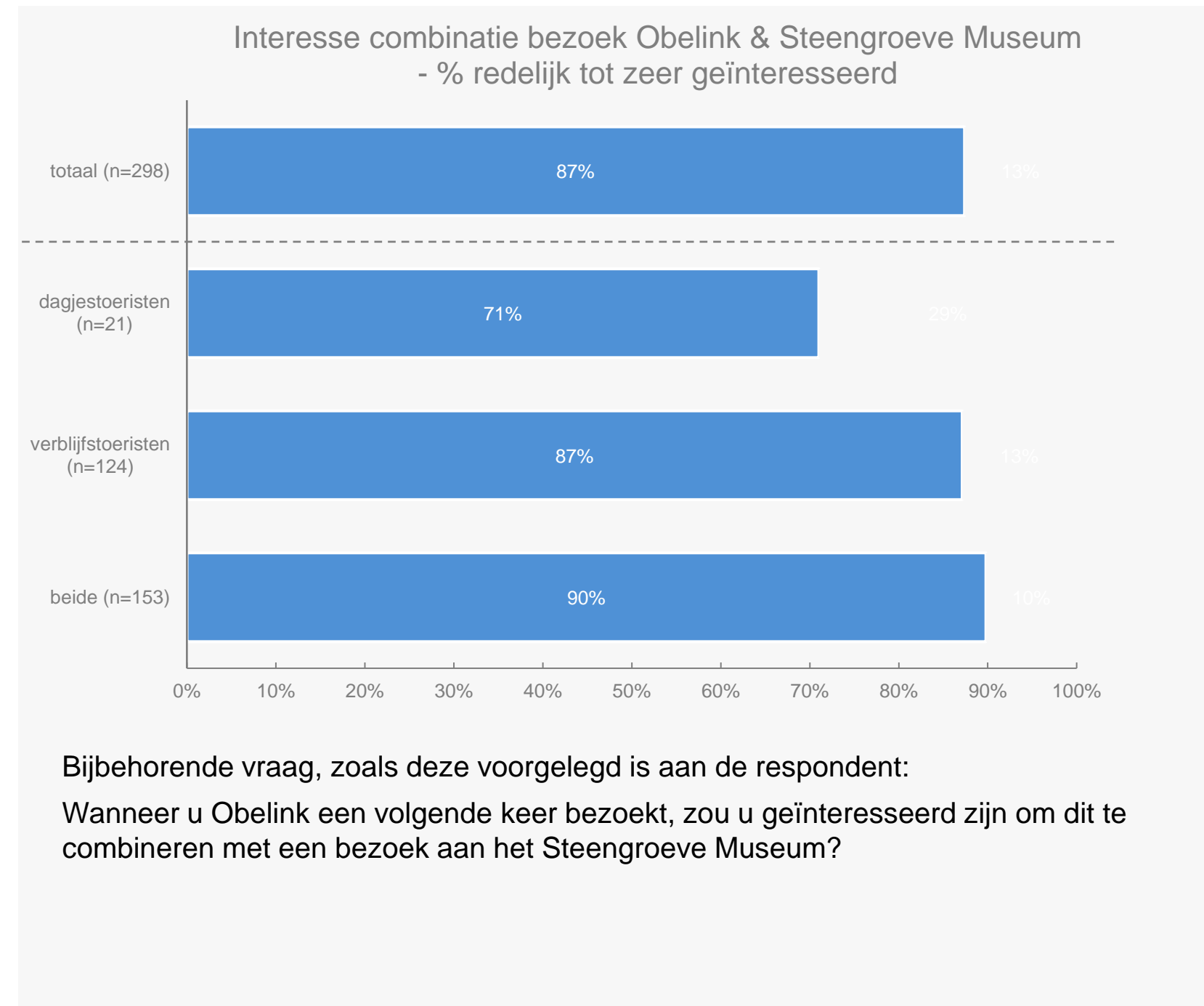


Bijbehorende vraag, zoals deze voorgelegd is aan de respondent:

Bent u wel eens naar Winterswijk gegaan, om de kampeerwinkel 'Obelink' te bezoeken?

Gecombineerd bezoek met Obelink is kansrijk, meerderheid interesse

Van de toeristen die Obelink wel eens of regelmatig bezoek heeft 87% interesse in een gecombineerd bezoek



De toeristen die interesse hebben in een gecombineerd bezoek is gevraagd of ze tips hebben over hoe dit zo aantrekkelijk mogelijk te maken.

De meeste toeristen geven aan interesse te hebben in een combinatie deal. Bijvoorbeeld, een gratis drankje in het museum of korting op de toegangsticket in het museum.

Daarnaast wordt ook een aantal keer genoemd dat een informatiefolder, en goede marketing ook van belang zijn.

”

“Korting aanbieden
Koffie/drinken gratis aanbieden
Tips d.m.v. folder geven”

“Meer marketing”

- Tips van toeristen die geïnteresseerd zijn in een gecombineerd bezoek

”

“Een soort samenwerking. In de vorm van promotie. Of korting.”

- Tips van een toerist die geïnteresseerd is in een gecombineerd bezoek



4

Analyse bezoekersaantallen

Notitie – vertaling bezoekersaantallen (1/3)

Door 'BLAAK advies en realisatie'

1. Aanleiding en vraag

De gemeente Winterswijk en stukken van aangrenzende gemeenten vormen sinds 2005 samen het Nationaal Landschap Winterswijk. De gemeente wil zich graag ontwikkelen op het gebied van toerisme en recreatie, maar daartoe ontbreekt momenteel nog een iconisch hart van het Nationaal Landschap, dat als uitvalsbasis kan dienen. Het te realiseren Steengroeve Museum kan daarin voorzien, mede omdat de Steengroeve zelf al een iconische kwaliteit en aantrekkingskracht bezit.

Het te bouwen Steengroeve museum moet als bezoekerscentrum voor het Nationaal Landschap Winterswijk gaan functioneren en moet gaan voorzien in de behoefte aan dag- en verblijfsrecreatie. Ook wordt het een knooppunt en centraal (start)punt voor activiteiten in en om de groeve. Te denken valt aan rondleidingen, het jaarlijkse theaterevenement, toeristische fiets- en wandeltochten en onderwijs.

De gemeente staat op het punt om een grootschalige investering te doen in de realisatie van het museum en wil daarom een laatste check op het te verwachten aantal bezoekers. In 2009 is er door adviesbureau LAGroup en Blauw Research een haalbaarheidsstudie gedaan naar het concept, maar zowel het concept als de markt zijn flink gewijzigd in de tussentijd. De gemeente heeft Blauw daarom opdracht gegeven om opnieuw onderzoek te doen naar de bezoekenintentie van toeristen en dagjesmensen uit Nederland en Noordrijn-Westfalen. Blauw heeft mij (als voormalig LAGroup-adviseur) gevraagd om hierbij te ondersteunen, vanuit de gedachte dat het onderzoeken van vergelijkbare referenties een goed licht kan werpen op de te verwachten bezoekersaantallen aanvullend op de cijfers over bezoekenintentie.

2. Profilering Steengroeve Museum

Begin 2021 is het bidbook "Zeeën van Tijd" voor het Steengroeve Museum verschenen, waarin onder meer het definitieve ontwerp voor het museum wordt gepresenteerd. In dit document worden de volgende 'doelstellingen' van het museum genoemd:

- Het creëren van een iconisch hart voor het Nationaal Landschap Winterswijk
- Het beleefbaar maken van Nationaal Landschap Winterswijk (coulissenlandschap)

- Het verder beleefbaar maken van de Steengroeve en daarmee inzicht bieden in de geologische geschiedenis van de omgeving.
- Aansluiten bij bestaande activiteiten zoals het zoeken van fossielen en graven naar pyriet, of het Steengroeve Theater (waar jaarlijks ca. 12.000 mensen op af komen).
- Invullen van behoefte aan dag- en verblijfsrecreatie in Winterswijk.
- Invullen van behoefte aan een slechtweeraaccommodatie voor een breed publiek.
- Het vormen van een knooppunt en centraal (start)punt voor activiteiten in en om de groeve (rondleidingen, theater, toeristische fiets- en wandeltochten en onderwijs).

Het museum zal bestaan uit de volgende onderdelen:

- Korte expositie over het Winterswijks Landschap en aanverwante onderwerpen.
- Een Paleolab waar geologen live prepareren en waar vondsten getoond worden
- Beeldscherm met live beelden van het nest van de broedende oehoe.
- Korte film met de ontwikkeling van de aarde sinds de big bang.
- Rondleidingen in en rond de steengroeve.
- Paviljoen waar kinderen, onder begeleiding, zelf zoeken naar fossielen en mineralen.
- Universiteit van Ratum waarin meerdere educatieve activiteiten worden gebundeld (lezingen, cursussen, workshops, rondleidingen).
- Toeristisch Overstap Punt (TOP) waar fiets- en wandelroutes samenkomen.
- Horeca met terras.
- Museumshop.

Op basis van het bidbook kan nog niet bepaald worden wat de omvang en diepte van de exposities en andere activiteiten gaat worden. Ook is niet duidelijk of het museum een eigen collectie zal hebben of in welke mate er gebruik wordt gemaakt van de collecties van samenwerkingspartners (waaronder Naturalis). Hierdoor is het onmogelijk om te bepalen in welke mate het Steengroeve Museum daadwerkelijk als museum is te classificeren of dat het meer een bezoekerscentrum wordt. Dit onderscheid is ook relevant voor de te hanteren ticketprijzen, temeer daar bezoekerscentra vaak geen of slechts zeer beperkt toegang in rekening brengen.

Notitie – vertaling bezoekersaantallen (2/3)

Door 'BLAAK advies en realisatie'

In het eerder genoemde onderzoek van LAgroun en Blauw uit 2009 werd uitgegaan van een ambitieuzer museaal concept dat grootser was opgezet. Destijds is daar in de selectie van benchmarkmusea rekening mee gehouden. In het volgende hoofdstuk wordt een aantal benchmarkmusea genoemd dat uitgaat van een museale status, maar ook enkele die meer aansluiten bij het Steengroeve museum als bezoekerscentrum,

3. Referentieprojecten

De tabel hieronder geeft enkele referentiemusea die (op onderdelen) vergelijkbaar (kunnen) zijn met het Steengroeve museum. Het bezoekersaantal is gegeven voor de jaren 2017 t/m 2019, voor zover beschikbaar. De cijfers over 2020 zijn niet getoond in verband met de corona-beperkingen (die betekenden doorgaans een ruime halvering van het aantal bezoekers). De genoemde reguliere prijzen zijn de huidige tarieven voor volwassenen.

Museum of bezoekerscentrum	Plaats	Omschrijving	Bezoekersaantallen			Toegang € regulier
			2017	2018	2019	
Biesbosch MuseumEiland	Werkendam	Natuurmuseum in buitengebied	35.000	58.000	53.500	€ 10,00
Terra Maris	Oostkapelle	Museum van Natuur en Landschap	37.110	41.608	39.660	€ 9,50
Archeon - Archeologiehuis	Alphen a/d Rijn	Openluchtmuseum rondom prehistorie e.d.	99.454	94.630	98.414	€ 24,50
Hunnebedcentrum	Borger	Archeologisch museum		85.124	88.092	€ 12,50
Prehistorisch Dorp	Eindhoven	Archeologisch openluchtmuseum			57.000	€ 11,50
De MuseumFabriek	Enschede	Museum van o.m. natuur , fossielen e.d.	92.354	88.918	88.678	€ 8,50
Futureland	Rotterdam	Informatiecentrum Maasvlakte 2	104.094	106.228	107.910	Gratis

Om daadwerkelijk houvast te krijgen voor het inschatten of beoordelen van de bezoekerscijfers van het Steengroeve Museum is meer inzicht nodig in de specifieke invulling van het concept. Het is echter duidelijk dat de bezoekersaantallen aanzienlijk uiteenlopen en dat de verschillende door een diverse variabelen verklaard kunnen worden. Denk hierbij aan bijvoorbeeld de volgende factoren (niet limitatief) die bepalend kunnen zijn voor de aantrekkelijkheid van een museum of museale attractie:

- Inhoud en omvang van collectie
- Iconische kwaliteit van de voorziening
- Educatieve programma's en samenwerkingen
- Ligging en omgeving
- Combinatiemogelijkheden met andere activiteiten
- Afstand ten opzichte van de doelgroepen
- Prijs

Wanneer we het Steengroeve Museum zien als een bezoekerscentrum is het interessant om op zoek te gaan naar specifieke referenties in die sector. In Nederland zijn er veel bezoekerscentra te vinden van bijvoorbeeld natuurparken. Deze centra zijn in aard en omvang zeer uiteenlopend. Onderstaande tabel toont de 8 'Buitencentra' die door Staatsbosbeheer worden geëxploiteerd. Deze centra zijn vrijwel altijd gratis toegankelijk (tenzij er een combinatie is met een andere attractie).

Buitencentra	Staatsbosbeheer	Plaats	Bezoekers
De Pelen		Ospel	ca. 140.000
Weerribben		Ossenzijl	nb
Drents-Friese Wold		Appelscha	>160.000
Boomkroonpad		Drouwen	ca. 100.000
Sallandse Heuvelrug		Nijverdal	ca. 150.000
Oostvaardersplassen		Lelystad	nb
Almeerderhout		Almere	nb
Schoorlse Duinen		Schoorl	>300.000

Hierin valt op dat de bezoekersaantallen fors hoger zijn dan bij de eerder genoemde museale referenties. Hoewel deze referentievoorbeelden niet verder zijn onderzocht en er geen goed beeld is van het precieze verdienmodel, kan wel worden gesteld dat dergelijke bezoekersaantallen goede kansen bieden voor bijvoorbeeld andere verdienmodellen zoals horeca, rondleidingen, winkels, e.d..

In het onderzoek naar de bezoekerintentie door Blauw is ook Museum More meegenomen als benchmark. Onderstaande tabel geeft de bezoekerscijfers van dit museum, dat uit twee afzonderlijke locaties bestaat.

Bezoekers	2017	2018	2019	€ regulier
Museum MORE	270.000	235.000	240.000	nvt
- locatie Gorssel	150.000	120.000	150.000	€ 19,50
- locatie Ruurlo	120.000	115.000	90.000	€ 13,50

Het Steengroeve Museum is echter niet goed vergelijkbaar met het concept van Museum MORE, zowel inhoudelijk als op het gebied van schaal en exploitatie. Om die reden bieden deze bezoekersaantallen weinig houvast voor de inschatting van de bezoekersverwachting van het Steengroeve Museum.

Notitie – vertaling bezoekersaantallen (3/3)

Door 'BLAAK advies en realisatie'

Tot slot is het ook nuttig om de bezoekersaantallen van Villa Mondriaan in Winterswijk kort de revue te laten passeren. Dit concept is in 2009 gelijktijdig met het eerste concept voor het Steengroeve Museum ontwikkeld en in de jaren daarna verder uitgewerkt en daadwerkelijk gerealiseerd.

Bezoekers	2017	2018	2019	€ regulier
Villa Mondriaan	15.537	13.474	12.000	€ 12,00

In dit overzicht is te zien dat dit concept, met een entree van € 12, beperkte bezoekersaantallen weet te realiseren vergeleken met de eerder genoemde referentiemusea. Wel geeft het een beeld van de toeristische aantrekkingskracht van een culturele attractie in Winterswijk.

4. Reflectie over bezoekersintentie

Gezien de beperkte omvang en diepgang van dit benchmarkonderzoek kan er alleen expertmatig een uitspraak worden gedaan over de te verwachten bezoekersaantallen voor het Steengroeve Museum. Hierbij uitgaande van de door Blauw afzonderlijk onderzochte bezoekerintentie, die grofweg op 80% uitkomt. Dit wil zeggen dat circa 80% van alle ondervraagden zich positief uitlaat over het concept en aangeeft zeker of misschien het museum in de toekomst te willen bezoeken.

Bovenstaande in acht nemend lijkt het door het Steengroeve Museum gehanteerde bezoekersaantal van 20.000 realistisch. Kijkend naar de referentievoorbeelden is zelfs een groei denkbaar van dit aantal bezoekers, ervan uitgaande dat het museum voldoende aantrekkelijk is in relatie tot de toegangsprijs en dat er ook voldoende gescoord wordt op de andere factoren die relevant zijn voor de aantrekkelijkheid van het concept. Vooralsnog lijkt een bovengrens van circa 40.000 bezoekers te onderbouwen op basis van de gepresenteerde referenties.

Het is aan te bevelen om nader te onderzoeken of een profilering als bezoekerscentrum met onder andere gratis entree interessant is, daar dit andere verdienkans biedt (horeca, winkel, rondleidingen), als gevolg van de hogere verwachte bezoekersaantallen. Om een scherper te beeld en onderbouwing te krijgen van de daadwerkelijk te verwachten bezoekersaantallen is een verdere uitwerking van het concept noodzakelijk.

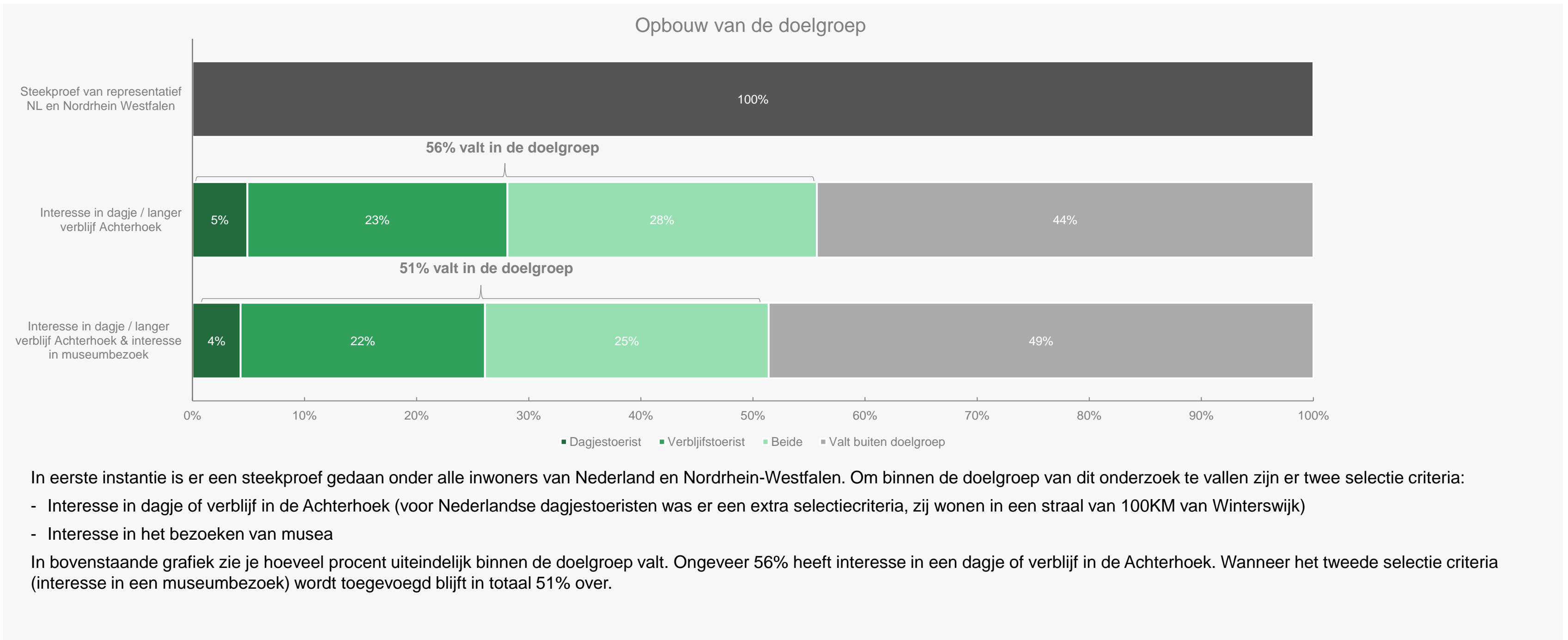


5

Bijlage

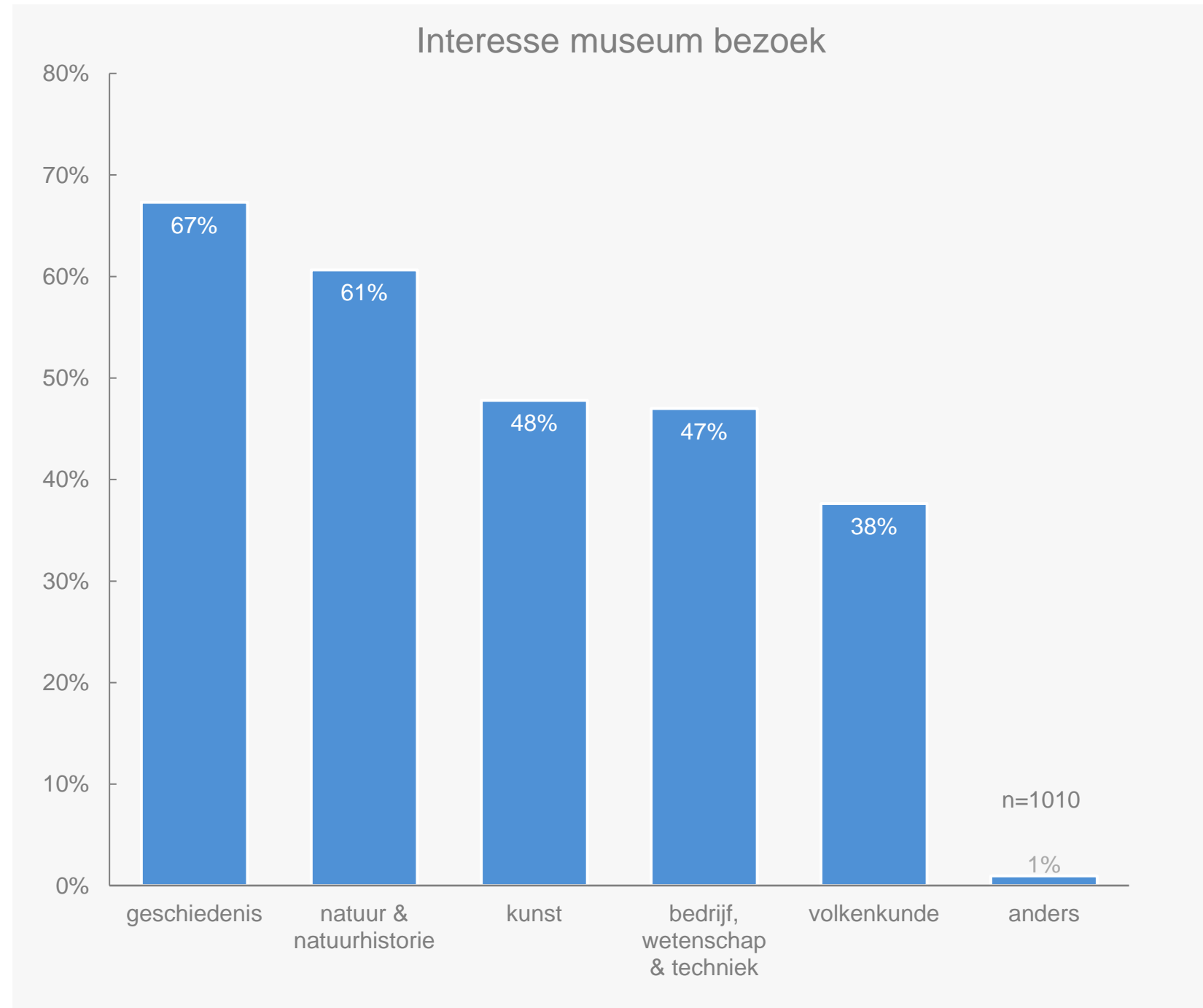
- Opbouw van de doelgroep
- Achtergrond kenmerken doelgroep
- Conceptbeschrijving Steengroeve museum
- Conceptbeschrijving benchmark museum (More museum)
- Verantwoording

Opbouw van de doelgroep



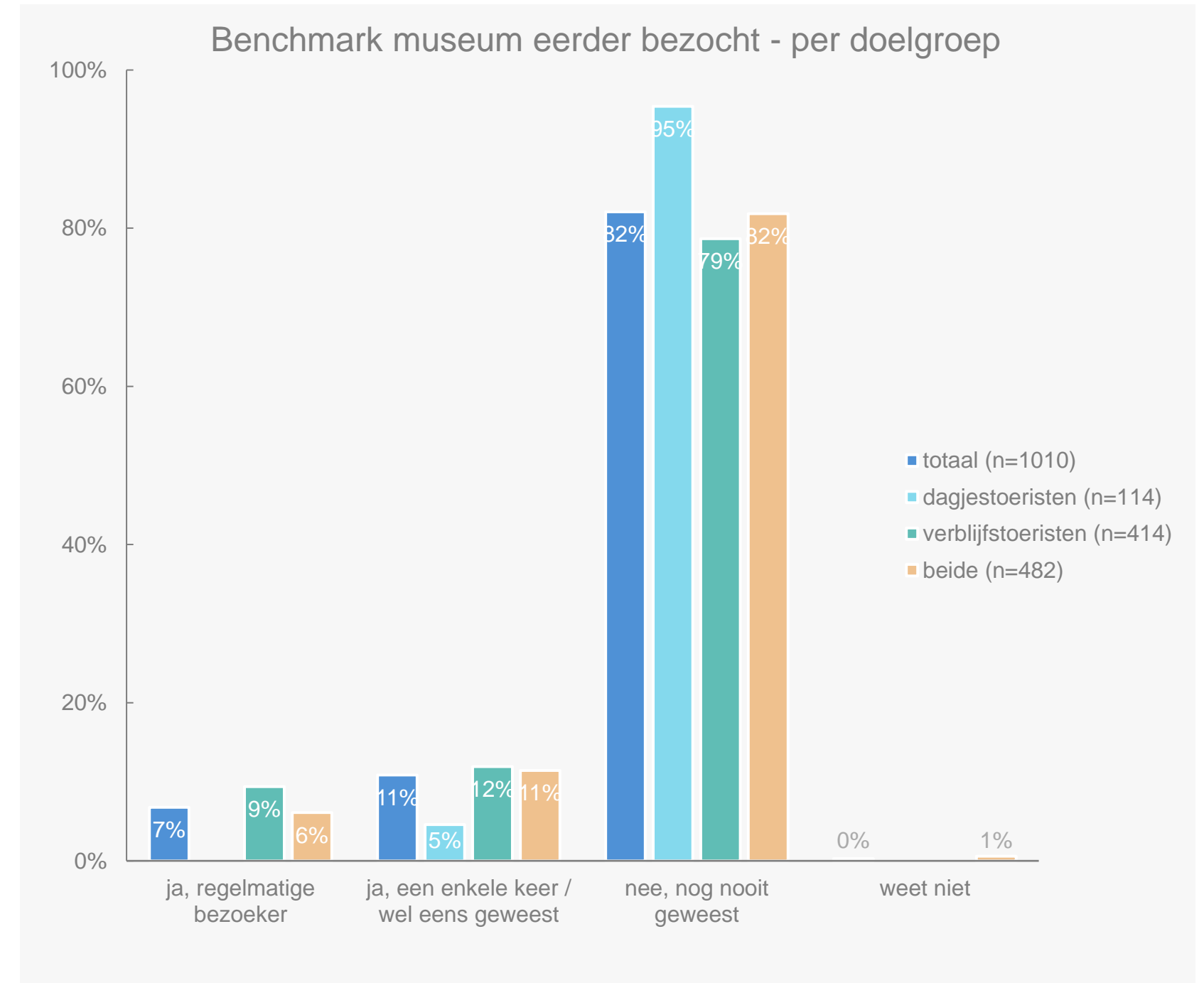
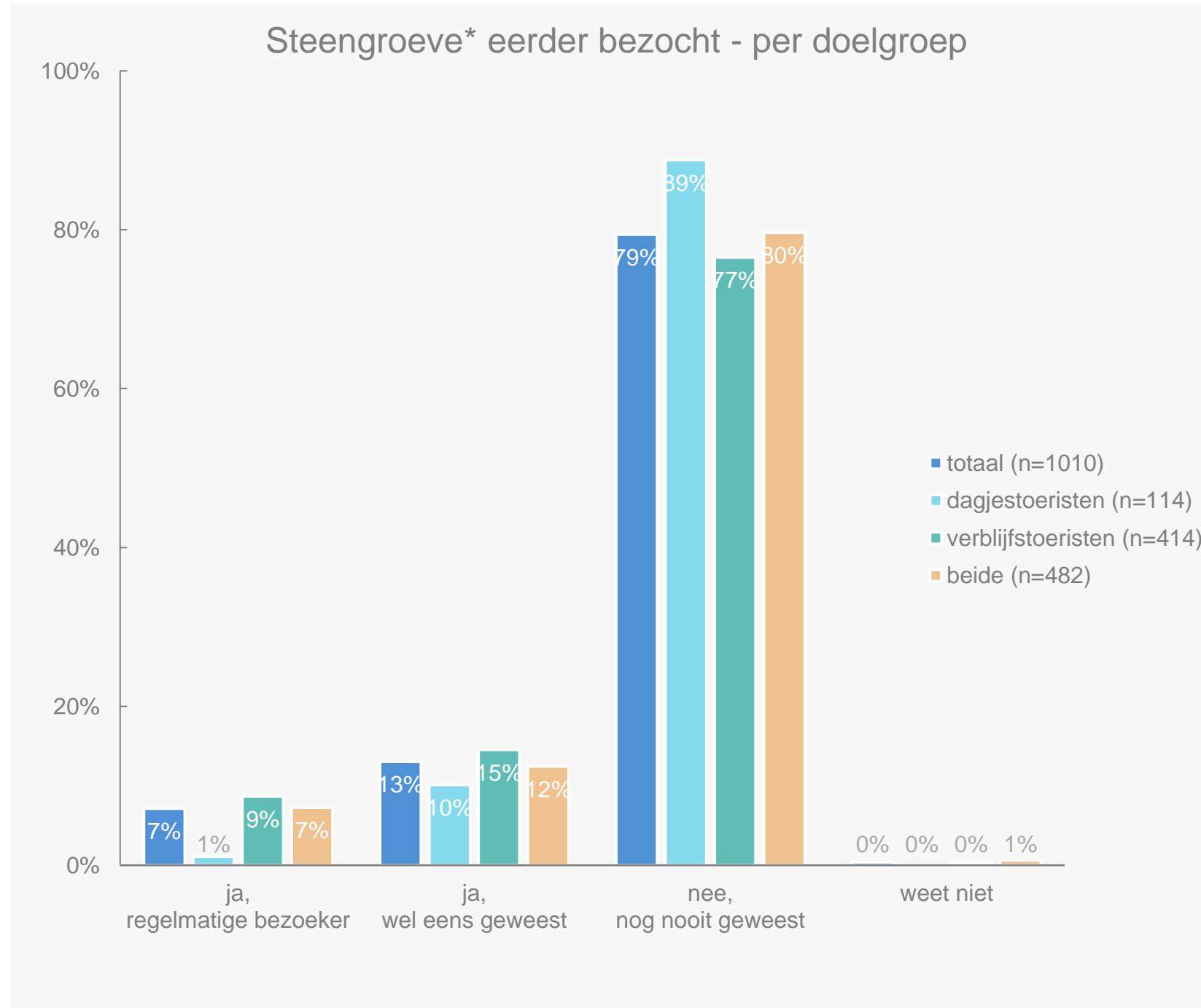
Achtergrond kenmerken (1/2)

Toeristen hebben de meeste interesse in musea over geschiedenis, en natuur & natuurhistorie



Achtergrond kenmerken (2/2)

De meeste toeristen hebben de Steengroeve niet eerder bezocht, dit geldt ook voor het benchmark museum



* In de vraag ging het expliciet over de Steengroeve zelf, het museum (uiteraard) buiten beschouwing gelaten.

Conceptbeschrijving Steengroeve Museum

Zoals deze gepresenteerd is in de vragenlijst

Het Steengroeve Museum in Winterswijk

Wat is de steengroeve?

In het Nationaal Landschap Winterswijk ligt een steengroeve waar 240 miljoen jaar oude aardlagen aan de oppervlakte komen. Deze aardlagen zijn twee keer zo oud als de start van het dinotijdperk en erg zeldzaam.

Wat is er in het museum te zien?

In het museum proberen we de rol en invloed van de mens op de aarde te ontdekken. Actuele thema's als klimaatverandering kunnen zo in perspectief worden geplaatst. Daarnaast zijn er verschillende dingen te zien en te doen:

Film en tentoonstelling over de geschiedenis van de aarde

Film en tentoonstelling over de geschiedenis van de aarde met een focus op de laatste 240 miljoen jaar zoals die zichtbaar is in de steengroeve.

- **Live optreden geologen**

Geologen prepareren live fossielen uit de steengroeve en bezoekers mogen meekijken en met hun in gesprek gaan.

- **Zelf opzoek naar vondsten**

Kinderen, en volwassenen mogen zelf zoeken (bikken en hakken) naar vondsten (fossielen, loopsporen en mineralen) in de kalksteen.

- **Wandelen in en om de groeve**

Je kunt met een gids in en om de groeve wandelen. Routes voor fietsers en wandelaars door het aantrekkelijke coulisselandschap zijn volop beschikbaar.

- **Oehoe en haar nest**

Al jaren broedt er in het voorjaar een Oehoe in de Steengroeve. Via een beeldverbinding is het mogelijk om rechtsreeks in het nest te kijken.



Conceptbeschrijving More Museum (benchmark)

Zoals deze gepresenteerd is in de vragenlijst

Het More Museum in Ruurlo

Wat is het More Museum?

Het More Museum is te vinden in een kasteel dat gebouwd is in de 12^e eeuw. Het kasteel is volledig gerestaureerd en ligt in een Engelse landschapstuin.

Wat is er in het museum te zien?

- **Tentoonstelling met schilderijen van Carel Willink**
Carel Willink was een Nederlandse surrealistische schilder uit de 20e eeuw. Hij is o.a. bekend van zijn vervreemdende schilderijen van dieren in een landschap met zuilen en dreigende luchten.
- **Creaties van modeontwerpster Fong Leng**
Fong Leng ontwierp excentrieke creaties voor Mathilde Willink, de vrouw van Carel. Zij voelde zich het levende kunstwerk van de schilder.
- **Wandelen en fietsen**
Het volledig gerestaureerde kasteel ligt in een Engelse landschapstuin. Ook de omgeving is geschikt voor wandel en fietstochten. In de buurt van het kasteel ligt ook een doolhof.
- **Orangerie met koffie en lunch**
In de landschapstuin is een orangerie waar u terecht kunt voor een kop koffie en lunch.



Verantwoording (1/2)



METHODE


KWANTITATIEF

Online vragenlijst in een online panel




1010
respondenten

Steekproefomvang




Veldwerkperiode

16 dec – 26 dec 2021




5
minuten

Gemiddelde invulduur



De doelgroep van dit onderzoek zijn:

- Inwoners van Nederland en Nordrhein-Westfalen die in het komende jaar een weekend weg naar de achterhoek overwegen
- Inwoners regio Winterswijk en Nordrhein-Westfalen die in het komende jaar een dagtrip naar de achterhoek overwegen
- Mensen die interesse hebben in musea bezoeken



Als steekproefkader zijn het online access panel van Dynata en het adresbestand van Eneco gebruikt.

Blauw Research en Dynata onderschrijven de ESOMAR/ICC richtlijnen.



Bij start van het veldwerk is eerst een kleine batch verstuurd. De data van deze eerste groep is gecontroleerd op routing en consistentie. Bij de controle zijn geen bijzonderheden geconstateerd.

Verantwoording (2/2)

- Respondenten ontvingen voor hun deelname wel incentive.
- De vragenlijst is in nauwe samenwerking met stichting Terra Temporalis opgesteld. De vragenlijst bestaat uit de volgende onderdelen: achtergrond & screening, evaluatie concepten, afsluiting en achtergrond
- Waar mogelijk zijn de vragen gerouleerd en gerandomiseerd om eventuele volgorde effecten te voorkomen.



Dataverwerking

Na afloop van het veldwerk is het opgebouwde databestand gecontroleerd op volledigheid en consistentie en geschikt gemaakt voor statistische analyse.



Weging

De bruto dataset is middels poststratificatie gewogen op de volgende variabelen geslacht, leeftijd en opleiding. De totaalcijfers vormen hierdoor een representatief beeld van de werkelijkheid



De opbouw van de netto steekproef is hiernaast weergegeven

Totaal	n= 1.010
Nederlanders	510
Duitsers (woonplaats = Nordrhein-Westfalen)	500