

Bezoekersonderzoek De Tijdtrap (Markthal, Rotterdam)



Foto: <http://www.detijdtrap.nl/>

Monique van den Dries
Arnout van Rhijn
Annemarie Willems
Malou Hoogduin
Chi-Ching Lam



Universiteit Leiden

Bezoekersonderzoek De Tijdtrap (Markthal, Rotterdam)

© Faculteit Archeologie, Universiteit Leiden
Einsteinweg 2, 2333 CC Leiden

Contactpersoon: dr. M.H. van den Dries
Telefoonnummer: 071 527 2383
E-mail: m.h.van.den.dries@arch.leidenuniv.nl

Leiden, Juni 2017



Universiteit Leiden

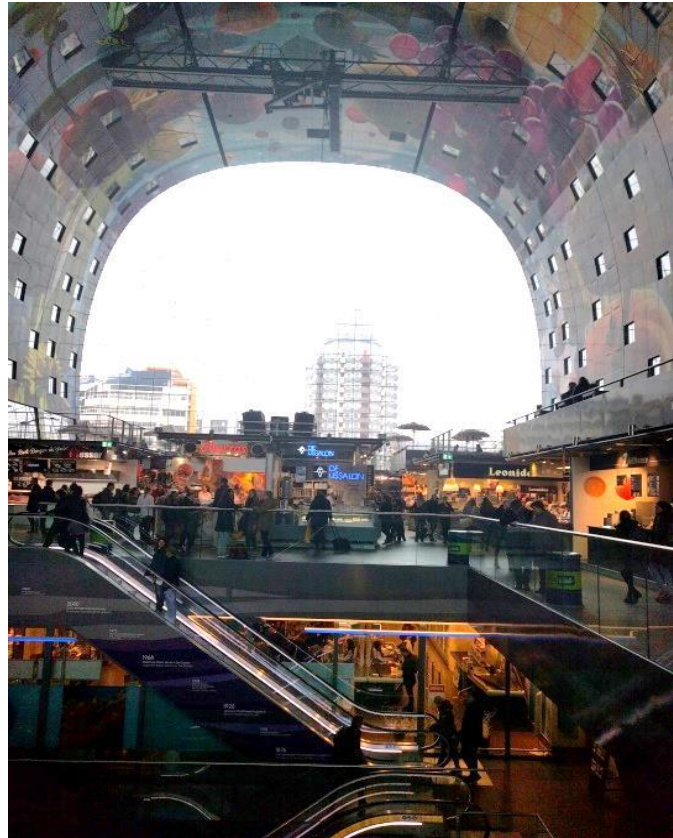
Inhoud

1. Inleiding.....	1
2. Methode.....	3
2.1 Profielonderzoek.....	4
2.2 Waarderingsonderzoek.....	5
2.2.1 Waarderingsonderzoek onder niet-kijkers	6
2.2.2 Waarderingsonderzoek onder kijkers	7
3. Resultaten	8
3.1 Profielonderzoek.....	8
3.1.1 Totale populatie	8
3.1.2 Niet-kijkers	9
3.2 Waarderingsonderzoek niet-kijkers.....	15
3.2.1 Profiel van de niet-kijkers	15
3.2.2 Bezoekintensiteit	16
3.2.3 De Tijdtrap.....	16
3.3 Waarderingsonderzoek kijkers	19
3.3.1 Profiel van de kijkers.....	19
3.3.2 Bekendheid en waardering.....	20
3.3.3 Open vragen.....	24
4. Conclusies.....	26
Bijlage: Enquêtes.....	28

1. Inleiding

In 2009 is in het centrum van Rotterdam begonnen met de bouw van de Markthal, de eerste overdekte veshal van Nederland. De bouw van de Markthal gaf de archeologen van het Bureau Oudheidkundig Onderzoek Rotterdam (BOOR) een unieke gelegenheid om grootschalig archeologisch onderzoek te verrichten, waarbij tot wel 10 meter diepte kon worden gegraven. De archeologische vondsten die deze opgraving opleverde, worden sinds de opening van de Markthal in een permanente tentoonstelling, genaamd 'de Tijdtrap', in de parkeergarage van de Markthal gepresenteerd. Op 1 oktober 2014 werden de Markthal en de Tijdtrap geopend.

De tentoonstellingsruimte van de Tijdtrap bevindt zich in de parkeergarage onder de Markthal en in het roltrappenhuis dat naar de parkeergarage leidt. De archeologische vondsten zijn tentoongesteld in vitrines op de niveaus -2, -3 en -4. Dit zijn de niveaus waarop zich de parkeergarage bevindt. Elk van deze niveaus staat voor een specifieke periode in de geschiedenis. Hoe dieper men afdaald, hoe verder men terug gaat in de tijd.



De begane grond van de Markthal en de roltrap naar de parkeergarage. Foto: Annemarie Willems.

Om vanuit de parkeergarage in de Markthal te komen, moet men gebruikmaken van de roltrappen of de lift. Wanneer men de roltrap neemt komt men langs de tijdlijn en kan men door het glas van het trappenhuis de vitrines van de Tijdtrappresentatie in de parkeergarage zien.

Om een beeld te krijgen van de bezoekers van deze tentoonstelling is in overleg met Stichting De Tijdtrap en de gemeentelijk archeologische dienst van Rotterdam (BOOR), een onderzoek uitgevoerd door de Faculteit Archeologie van de Universiteit Leiden. Dit onderzoek is uitgevoerd door onderzoekers Monique van den Dries, Arnout van Rhijn, Annemarie Willems en Bachelorstudenten Fiep Korstanje, Malou Hoogduin en Chi-Ching Lam. Het heeft plaatsgevonden tussen maart en november 2016.

De doelstelling van het onderzoek was om allereerst zicht te krijgen op het aantal bezoekers aan de Tijdtraprepresentatie en het demografisch profiel van deze groep, om vervolgens de waardering van de bezoekers in kaart te kunnen brengen.



Een van de vitrines van de Tijdtraprepresentatie in de parkeergarage onder de Markthal, Rotterdam. Foto: Monique van den Dries.

Het eerste deel van het onderzoek (profielonderzoek) is uitgevoerd in april en mei 2016. Dit deel was er op gericht een schatting te kunnen maken van het totaal aantal passanten in de parkeergarage van de Markthal, van het aantal kijkers en niet-kijkers en het demografisch profiel van die passanten en (niet)kijkers. Op basis van deze data zou de grootte van de steekproef voor het waarderingsonderzoek kunnen worden bepaald.

Het tweede deel, het waarderingsonderzoek is uitgevoerd vanaf mei tot en met oktober 2016. Het bestond uit twee enquêtes waarin de bezoekers van de Markthal naar hun mening werd gevraagd over verschillende aspecten van de Tijdtrap. De eerste enquête was gericht op de passanten die niet naar de tentoonstelling keken, de tweede enquête was gericht op de mensen die wel naar de tentoonstelling keken.

In dit rapport wordt verslag gedaan van het gehele onderzoek.

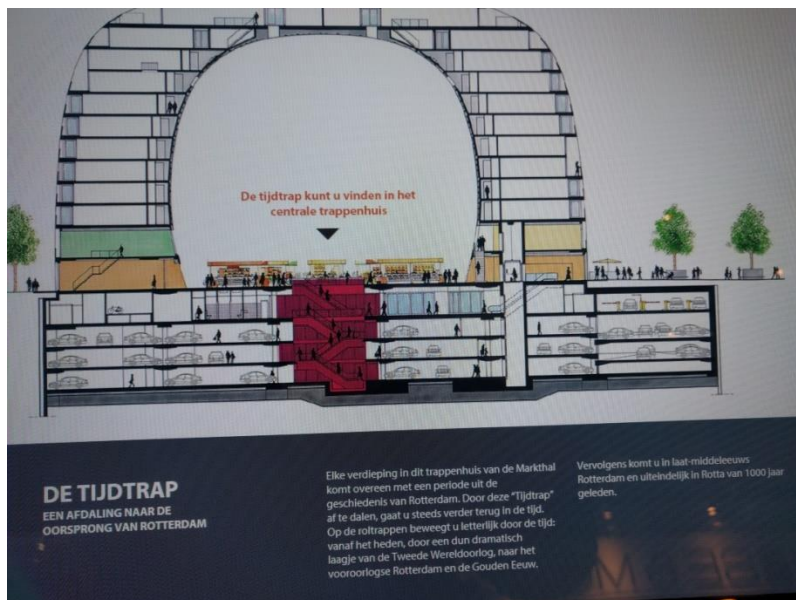
2. Methode

Het onderzoek naar de bezoekers van de Tijdtrappresentatie in de Markthal Rotterdam bestond uit twee onderdelen, een profielonderzoek en een waarderingsonderzoek. Het waarderingsonderzoek was eveneens opgedeeld in twee delen: één gericht op de niet-kijkers en één op de kijkers naar de Tijdtrappresentatie.

Iedere passant (gedefinieerd als persoon die langs de vitrines van de Tijdtrappresentatie op één van de drie parkeerlagen loopt) wordt in het onderzoek aangemerkt als 'bezoeker' van de Markthal. Er zijn bezoekers die naar de tentoonstelling 'De Tijdtrap' kijken en bezoekers die niet kijken. Deze worden respectievelijk aangemerkt als 'kijkers' en 'niet-kijkers'.

De Markthal bestaat ruwweg uit een begane grond met marktkramen en restaurants, een filiaal van Albert Heijn en toiletten op niveau -1, en een parkeergarage op de niveaus -2 tot en met -4. Deze hebben elk een eigen kleur en worden ook wel 'laag rood' (niveau -2), 'laag groen' (niveau -3) en 'laag geel' (niveau -4) genoemd.

Elk van de genoemde onderdelen van de Markthal heeft eigen openingstijden: de parkeergarage is 24 uur per dag, 7 dagen per week geopend; de marktkramen op maandag tot en met donderdag en zaterdag van 10.00 uur tot 20.00 uur, op vrijdag van 10.00 uur tot 21.00 uur en op zondag van 12.00 tot 18.00 uur. Wanneer er in dit onderzoek wordt gesproken over de openingstijden van de Markthal, dan wordt hiermee uitsluitend de openingstijden van de marktkramen bedoeld, niet die van de parkeergarage.



*Doorsnede van de Tijdtrap als onderdeel van de bewegwijzering in de Markthal.
Foto: Annemarie Willems.*

De Tijdtraptentoonstelling bestaat uit vitrines met objecten en *touchscreens* in de parkeergarage onder de Markthal (niveaus -2 tot en met -4), teksten op de glazen wanden tussen de parkeergarage en de roltrap naar de Markthal (niveau -1 en begane grond), en een tijdlijn die is weergegeven in het roltrappenhuis. Dit onderzoek richt zich uitsluitend op de vitrines (en *touchscreens*) in de parkeergarage en op de teksten tussen de parkeergarage en de roltrap. De bezoekers die tijdens het afdalen met de roltrap de tijdlijn in het roltrappenhuis hebben bekeken, zijn niet in het onderzoek meegenomen.



Bezoekers aan de Markthal die alleen de tijdlijn in het roltrappenhuis bekeken zijn niet meegenomen in het onderzoek. Foto: Monique van den Dries.

2.1 Profielonderzoek

Bij aanvang van het onderzoek waren er geen gegevens beschikbaar over de aantallen bezoekers aan de Markthal, noch over het aantal mensen dat de Tijdtrappresentatie bekijkt. In samenspraak met de Stichting Tijdtrap is dan ook besloten dat de eerste fase van het onderzoek er op gericht zou zijn om inzicht te krijgen in het totaal aantal mensen dat in een bepaald tijdsbestek langs de Tijdtraptentoonstelling loopt, zodat op basis daarvan een ruwe schatting zou kunnen worden gemaakt van het aantal passanten - op jaarbasis (2016) - en dus potentiële bezoekers. Van deze groep passanten wilden we tegelijkertijd een demografische profielschets maken; de verhouding mannelijke en vrouwelijke bezoekers, de leeftijdscategorieën en of men alleen kwam of deel uitmaakte van een groep. Tevens wilden we meten hoeveel van deze passanten belangstelling toonden voor de Tijdtrappresentatie. Van deze 'kijkers' wilde we het geslacht en de geschatte leeftijd optekenen, of men in een groep kwam of alleen, of men keek op de heenweg naar de centrale hal of op de terugweg naar de auto, hoe lang er ongeveer werd gekeken, en of er gebruik werd gemaakt van de *touchscreens*.

De methode die voor dit deel van het onderzoek is gebruikt, is observatie. Op vier verschillende dagen hebben afwisselend vier of vijf onderzoekers, op twee of drie lagen van de parkeergarage, in totaal twaalf uur tellingen verricht en de bezoekers geobserveerd. Op laag geel is twee keer geobserveerd in plaats van vier keer, dit hing samen met het aantal beschikbare onderzoekers en

het relatief geringe aantal mensen dat op deze parkeerlaag hun auto parkeerde tijdens de observatiemomenten.

Het aantal passanten is bijgehouden met behulp van handmatige tellers. Alleen van de passanten die stilstonden bij de Tijdtrappresentatie en er naar keken werden de aanvullende gegevens genoteerd (geslacht, leeftijdscategorie, of er op de heen- of terugweg van of naar de auto werd gekeken, hoe lang men keek, of men gebruik maakte van de *touchscreens* en of men alleen was of met een groep). De duur van het kijken werd gemeten met *stopwatches*.

Met betrekking tot de toewijzing van individuen aan een groep moet de kanttekening worden geplaatst dat de tellingen mogelijk niet volledig betrouwbaar zijn. Het kan zijn voorgekomen dat twee individuen op exact hetzelfde tijdstip ongeveer even lang hebben gekeken naar de Tijdtrappresentatie en daardoor als groep zijn aangemerkt, terwijl ze in werkelijkheid mogelijk niet samen waren. Er is bijvoorbeeld niet gewacht om mensen aan een groep toe te wijzen tot er enige vorm van communicatie tussen de individuen plaats vond.

De eerste observatie vond plaats op vrijdag 1 april 2016 van 8:30 uur tot ca. 10:00 uur, op de parkeerlagen rood en groen. De tweede meting vond plaats op zaterdag 9 april van 13:00 uur tot 16:00 uur. Op deze dag was het aanzienlijk drukker dan tijdens de eerste observatiedag en daarom werd besloten op alle drie de lagen van de parkeergarage te meten. Er is echter niet op alle lagen even lang gemeten, omdat bleek dat op laag geel toch aanzienlijk minder mensen kwamen dan op de andere parkeerlagen. De derde observatie vond plaats op woensdag 20 april van 10:00 uur tot 13:30 uur, op de lagen rood en groen. De laatste observatie vond plaats op vrijdag 22 april van 16:00 uur tot 19:00 uur. Op deze dag is er wederom op alle drie de parkeerlagen gemeten.

In totaal zijn tijdens de vier observatiemomenten 5318 passanten geteld, wat neerkomt op 443 mensen per uur. De Markthal is 70 uur per week geopend en dat brengt het geschatte aantal potentiële bezoekers aan de Tijdtrappresentatie op ca. 31.000 per week en ca. 1,6 miljoen per jaar. Hierbij moet worden opgemerkt dat het niet uit te sluiten is dat een aantal passanten op twee of meer niveaus is geteld en dat sommige mensen zowel op de heenweg naar de Markthal als op de terugweg naar de auto is geteld. Daarentegen ontbreken de mensen die vanuit de parkeergarage de lift namen naar de centrale hal van de Markthal, in plaats van de roltrap. Zij zijn dus wel bezoekers aan de Markthal, maar geen directe passanten van de Tijdtrappresentatie. Ook ontbreken in de tellingen de mensen die de ingangen op de begane grond gebruiken om de centrale hal van de Markthal te bezoeken. Zij kunnen wel eventueel als kijkers zijn geteld. Mogelijk zijn ook enkele mensen op laag geel gemist.

Het totaal aantal getelde passanten geeft naar het oordeel van de onderzoekers een redelijk inzicht in het aantal potentiële bezoekers van de Tijdtrappresentatie, in elk geval voldoende om een minimale steekproefgrootte te kunnen bepalen voor een waarderingsonderzoek. De telling is niet geschikt voor een volledig betrouwbare berekening van het jaarlijks aantal bezoekers aan de Markthal, hetgeen niet het doel was van dit onderzoek.

2.2 Waarderingsonderzoek

De tweede fase van het onderzoek was erop gericht de volgende onderzoeksvragen te beantwoorden: Wie zijn de bezoekers van de Tijdtrap en wat vinden de bezoekers van de tentoonstelling? Wie zijn de niet-kijkers en waarom kijken zij niet naar de presentatie? Hiervoor is

gebruik gemaakt van twee aparte vragenlijsten: één voor de niet-kijkers en één voor de kijkers (bijlage 1)¹.

2.2.1 Waarderingsonderzoek onder niet-kijkers

Tijdens de eerste fase, het profielonderzoek, zijn er 5016 mensen geteld die een bezoek brachten aan de Markthal maar in de route er naar toe niet naar de Tijdtrappresentatie keken. Dat betekent dat bij een gewenst betrouwbaarheidsniveau van minimaal 95% en een foutenmarge van 5%, er bij voorkeur minimaal 385 enquêtes afgenomen moesten worden opdat de uitkomsten van de steekproef representatief zouden kunnen worden geacht voor de gehele populatie aan niet-kijkers (op jaarbasis).

Hiertoe is op vier verschillende momenten de enquête afgenomen onder niet-kijkende passanten van de Tijdtrappresentatie: op vrijdag 27 mei in de middag, dinsdag 31 mei in de middag, zaterdag 11 juni en zondag 12 juni overdag. De enquête is door zes verschillende onderzoekers afgenomen op de lagen rood (niveau -2) en groen (niveau -3) van de parkeergarage. Op laag geel (niveau -4) is de enquête niet afgenomen, omdat tijdens het profielonderzoek was gebleken dat er relatief weinig passanten en dus kijkers op de onderste laag van de parkeergarage kwamen. Er is besloten om de vragen mondeling aan de bezoekers te stellen en om de vragenlijsten zo veel mogelijk zelf in te vullen. Er zijn geen enquêtes afgenomen onder minderjarigen en jongeren onder de 21 jaar. In principe zijn buitenlandse toeristen niet bevraagd en is de enquête alleen in het Nederlands afgenomen. Nederlandstaligen die een buitenlands adres bleken te hebben (inclusief Nederlandstaligen uit België) zijn wel meegenomen in het onderzoek.

In totaal zijn er 501 enquêtes afgenomen, ruim voldoende voor een representatieve steekproef. De foutenmarge ligt daarmee op 4,3%.



Een van de studenten Erfgoedmanagement die enquêtes afneemt bij de Tijdtrap op de 'rode' verdieping van de parkeergarage (niveau -2). Foto: Monique van den Dries.

¹ In de enquête die tijdens het eerste interviewmoment werd gebruikt voor de niet-kijkers bleek de laatste vraag per abuis te zijn weggevallen, deze is voor de overige interviews alsnog toegevoegd.

2.2.2 Waarderingsonderzoek onder kijkers

Tijdens het profielonderzoek zijn 302 kijkers geteld. Dat waren er gemiddeld ca. 25 per uur, verdeeld over de drie lagen waarop de Tijdtrappresentatie is te zien. Geëxtrapoleerd komt dat neer op ca. 1750 per week en ca. 91.000 op jaarbasis. Om van de gekende groep bezoekers een representatieve steekproef te kunnen bevragen, moesten er bij voorkeur 143 enquêtes worden afgenomen (bij een gewenst betrouwbaarheidsniveau van minimaal 90% en een foutenmarge van 5%). Opdat de uitkomsten van de steekproef representatief zouden kunnen worden geacht voor de gehele populatie aan kijkers (op jaarbasis), waren minimaal 270 enquêtes nodig, bij een gewenst betrouwbaarheidsniveau van minimaal 90% en een foutenmarge van 5%. Voor een betrouwbaarheidsniveau van 95% waren het er 385.

De enquêtes zijn verspreid over 5 dagen afgenomen: op zondag 12 juni, zaterdag 2 juli, zaterdag 9 juli, vrijdag 12 augustus, zondag 2 oktober. Hiervoor zijn de drukstbezochte weekdays gekozen. De enquête is door twee tot vier verschillende onderzoekers afgenomen. De onderzoekers bevonden zich op de lagen rood (niveau -2) en groen (niveau -3) van de parkeergarage. Dit deel van het onderzoek is evenmin op laag geel (niveau -4) uitgevoerd in verband met het relatief geringe aantal bezoekers aan dit deel van de parkeergarage. Er zijn ook in deze enquête geen minderjarigen en jongeren onder de 21 jaar betrokken. De vragenlijsten waren wederom Nederlandstalig, maar respondenten met een buitenlands adres (inclusief Nederlandstaligen uit België) zijn wel meegenomen in het onderzoek.

De vragenlijsten zijn op twee manieren afgenomen; in de meeste gevallen hebben de onderzoekers de vragen gesteld en de enquête samen met de bezoekers ingevuld, in een klein aantal gevallen vulden de bezoekers de enquête zelf in. De bezoekers die zelf de enquête in wilden vullen deden dat omdat ze dat sneller vonden. De vragenlijst was opgebouwd uit drie onderdelen: vragen met betrekking tot het demografische profiel van de kijkers, gesloten vragen over de tentoonstelling en open vragen over de tentoonstelling (zie bijlage 2).

Tijdens de onderzoeksdagen bleken er slechts enkele enquêtes per uur te kunnen worden afgenomen door het kleine aantal kijkers naar de Tijdtrappresentatie dat bereid was deel te nemen aan het onderzoek. Hierdoor konden er onder de kijkers uiteindelijk slechts 50 enquêtes worden afgenomen in de tijd die beschikbaar was voor het onderzoek. Hoewel de uitkomsten van deze specifieke enquête de nodige inzichten verschaffen, kan deze steekproef niet als representatief worden beschouwd voor de groep kijkers die daadwerkelijk is geteld tijdens de observatiemomenten, noch voor de gehele populatie die naar schatting op jaarbasis de Tijdtrappresentatie bekijkt.

3. Resultaten

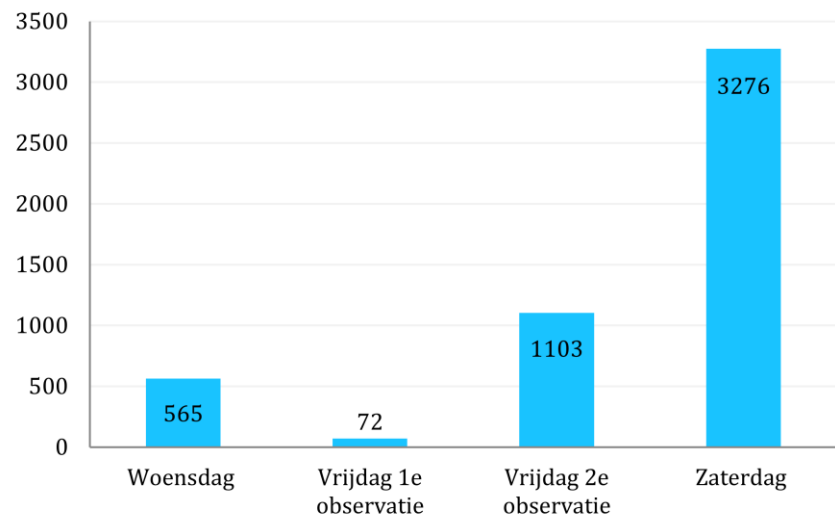
In dit hoofdstuk worden de resultaten van de observaties uit het profielonderzoek en de enquêtes uit het waarderingsonderzoek onder de bezoekers van de Tijdtrap gepresenteerd. Naast informatie over de totale populatie worden - daar waar relevant - ook uitsplitsingen gemaakt naar een of meerdere subgroepen/kenmerken, te weten dag van de week, geslacht, leeftijd, parkeerlaag, gebruik van de *touchscreens*, het kijkmoment en de kijkduur. De rapportage spitst zich daarbij met name toe op opvallende verschillen binnen de subgroepen en/of ten opzichte van de totale bezoekersgroep.

3.1 Profielonderzoek

Het profielonderzoek was erop gericht inzicht te krijgen in de omvang en demografische samenstelling van de te onderzoeken populatie, zodat de steekproefgrootte (en samenstelling) voor het waarderingsonderzoek kon worden bepaald. In dit deel van het onderzoek is het aantal passanten geteld en het demografisch profiel van de passanten genoteerd volgens de eerder beschreven methode.

3.1.1 Totale populatie

In totaal zijn er 5318 passanten geteld die langs de Tijdtrappresentatie in de Markthal kwamen. De eerste meting op vrijdagochtend vond plaats vóór de opening van de marktkramen en restaurants in de Markthal. Het aantal bezoekers aan de Markthal en dus passanten van de Tijdtrap-presentatie was op dat meetmoment relatief laag (figuur 1). Buiten de openingstijden van de Markthal is het aantal bezoekers aan de tijdtrap dus vermoedelijk klein. Het aantal mensen dat een



Figuur 1: Het totaal aantal passanten bij de Tijdtrappresentatie, per dag van de week.

bezoek bracht aan de Markthal en daarbij langs de Tijdtrappresentatie liep, was het hoogst op de zaterdag. Op die dag is 61,6% van het totaal aantal passanten van de vier meetmomenten geteld.

De passanten bestonden uit een bijna gelijk percentage vrouwen (2637) en mannen (2681). Van het totaal aantal keek 6% (302) naar de Tijdtrappresentatie, dit waren 172 vrouwen en 130 mannen. De groep kijkers bestond dus voor 57% uit vrouwen. De 94% die niet keek (5016 mensen) bestond voor 49% uit vrouwen en 51% uit mannen. Van alle vrouwen keek 7% naar de presentatie, van alle mannen 5%.

3.1.2 Niet-kijkers

In totaal zijn 5016 Markthalbezoekers geteld die niet naar de Tijdtrappresentatie keken. De gegevens van deze groep zijn uitgesplitst naar de dag van de week waarop de observatie plaatsvond, het dagdeel (ochtend, begin van de middag of einde van de middag) en de parkeer-laag.

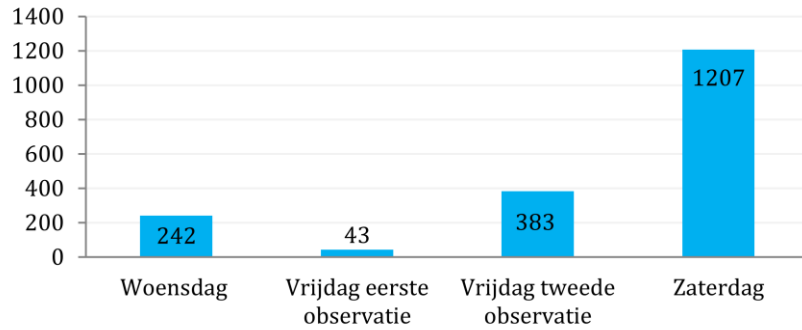
Intensiteit van het bezoek

De vier observatiemomenten zijn verspreid over drie dagen van de week: woensdag, vrijdag en zaterdag. De eerste meting op een vrijdag vond plaats vóór de opening van de marktkramen en restaurants in de centrale hal van de Markthal. Het aantal passanten was op dat moment relatief gering (figuur 1), en het aantal mensen dat geen belangstelling toonde voor de Tijdtrappresentatie was op dit meetmoment het hoogst, 96%. Van de drie dagen waarop is geobserveerd, is

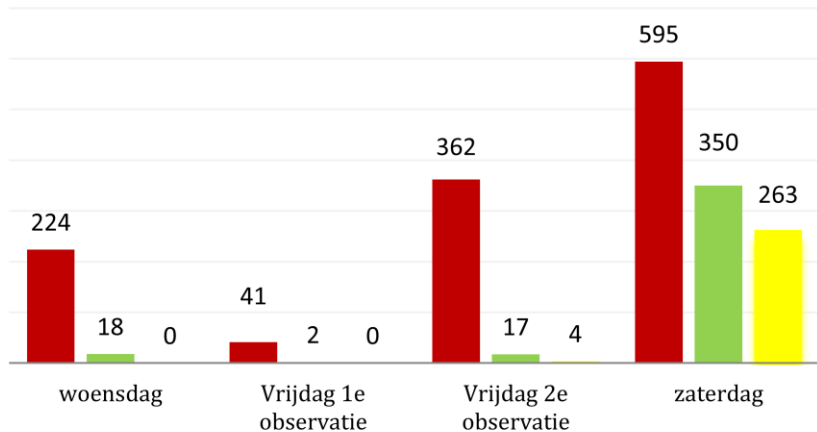
op de zaterdag het grootste aantal niet-kijkers per uur geteld (figuur 2). Hierbij moet worden opgemerkt dat er telkens op een ander tijdstip is geobserveerd en dat de verschillende meetmomenten (ochtend, begin van de middag, namiddag en avond) van invloed kunnen zijn op het gemiddeld aantal niet-kijkers per uur.

Parkeerlaag

De meeste Markthalbezoekers zijn geteld op laag rood (figuur 3). Er is echter alleen tijdens het eerste observatiemoment op alle drie de lagen van de parkeergarage geobserveerd. Op basis van gesprekken met medewerkers van de parkeergarage en uit de observaties van de onderzoekers is vastgesteld dat de onderste parkeerlaag (geel, -4), het minst werd gebruikt. Daarom is uit het oogpunt van efficiëntie op laag geel minder vaak gemeten dan op de bovenste twee lagen. In werkelijkheid zal het aantal bezoekers op laag geel dus iets hoger liggen.



Figuur 2: Het gemiddeld aantal niet-kijkers per uur, verdeeld over de dagen waarop is geteld.



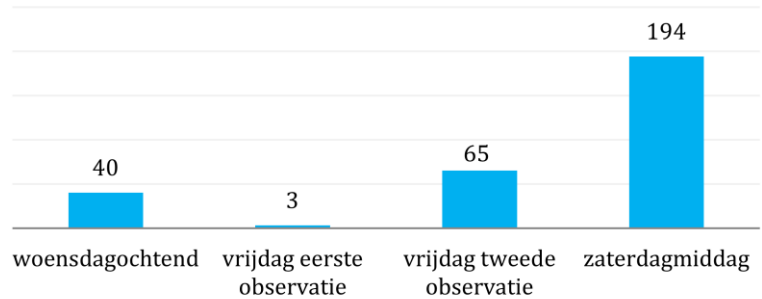
Figuur 3: Het aantal niet-kijkers per laag, per uur en observatiemoment.

3.1.3. Kijkers

In totaal zijn er 302 Markthalbezoekers geteld die tijdens de observatiedagen naar de Tijdtrap-presentatie keken. Dit waren 172 vrouwen (57%) en 130 mannen (43%). Er is geen duidelijk verschil gemeten tussen het aantal kijkers op de heen- of op de terugweg tussen de parkeergarage en de Markthal.

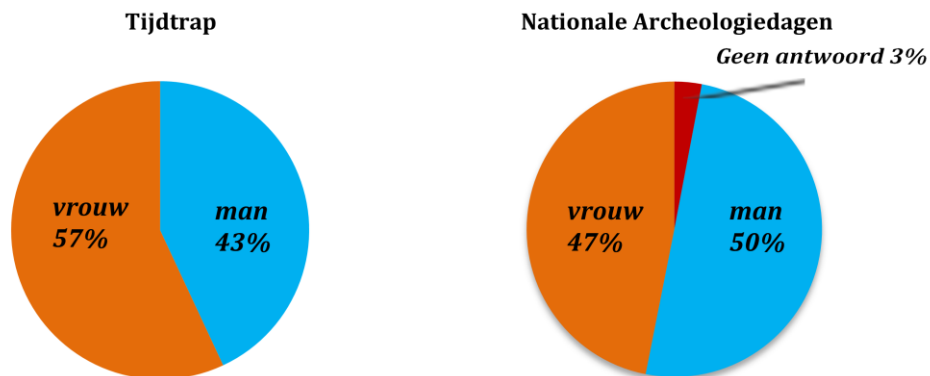
Intensiteit van het bezoek

Het grootste aantal kijkers is genoteerd op de zaterdag (64% van het totaal). Op die dag keek 6% van alle mensen die op dat moment langskwamen. Tijdens de eerste observatie op vrijdag is het kleinste aantal kijkers genoteerd (figuur 4). Die dag had ook in verhouding het minst aantal kijkers; 4% van alle mensen die op die dag langs de presentatie liep. In verhouding telde de woensdag de meeste kijkers; op die dag toonde 7% van alle mensen belangstelling voor de presentatie.



Figuur 4: Het totaal aantal getelde kijkers, verdeeld over de observatiemomenten.

Opvallend veel vrouwen belangstelling toonden voor de Tijdtrap. Zeker in vergelijking met de bezoekcijfers van bijvoorbeeld de Nationale Archeologiedagen uit 2015², trekt de Tijdtrap meer vrouwelijke kijkers dan gemiddeld (figuur 5).



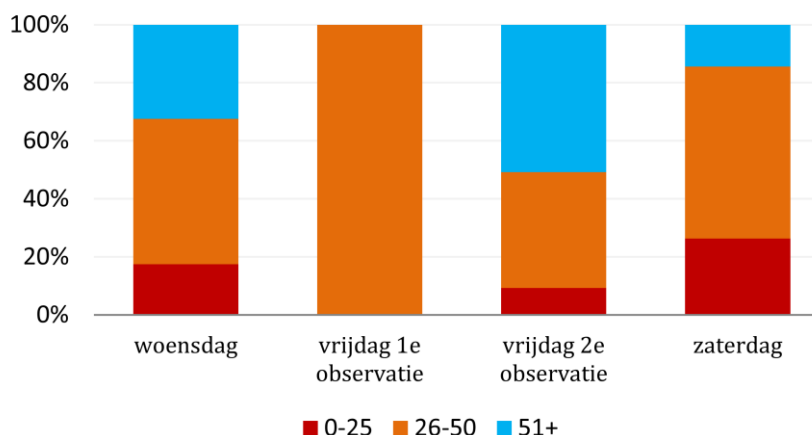
Figuur 5: In vergelijking met sommige andere archeologische activiteiten trekt de Tijdtrap meer vrouwelijke kijkers.

² M.H. van den Dries, K.H.J. Boom en R. Kramer, 2016, 'Wij willen meer!'. Een bezoekersevaluatie van de nationale archeologiedagen. *Vitruvius* 37, 4-9.

Overige kenmerken

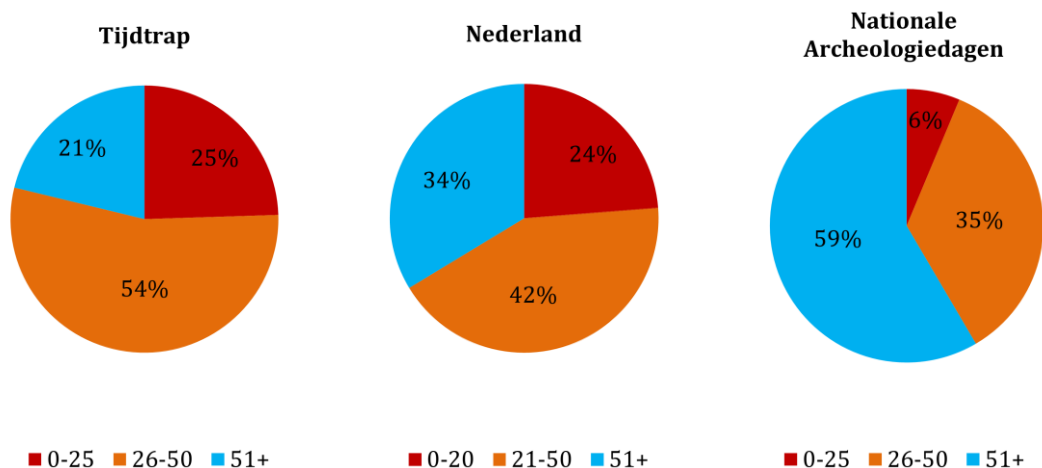
Leeftijd en geslacht

De kijkers zijn verdeeld in drie leeftijdsgroepen: 0-25, 26-50 en 51+. De onderzoekers hebben de bezoekers geobserveerd en niet bevraagd in deze fase van het onderzoek. De genoteerde leeftijd is zodoende de geschatte leeftijd. De meeste kijkers vallen binnen de leeftijdscategorie van 26-50, gevolgd door de leeftijdscategorie 51+. Alleen tijdens de tweede observatie op vrijdag waren er iets meer 51+'ers dan bezoekers tussen de 26 en 50 jaar (figuur 6). Binnen elke leeftijdscategorie waren de meeste kijkers van het vrouwelijke geslacht, respectievelijk 61%, 53% en 63%.



Figuur 6: De meeste kijkers vallen binnen de de leeftijdscategorie van 26-50, gevolgd door de leeftijdscategorie 51+.

Wanneer de leeftijd van de kijkers vergeleken wordt met de leeftijdsverdeling in Nederland, blijkt dat de Tijdtrap relatief veel jongeren trekt, veel mensen tussen de 26 en 50 jaar en relatief weinig 51+'ers (figuur 7). Hierbij moet wel worden opgemerkt dat de aangehouden leeftijdsverdeling voor de diagram over Nederland iets afwijkt van de leeftijdscategorieën van de kijkende Tijdtrap-bezoeker. Wanneer we hier de cijfers uit de bezoekersenquête van de Nationale Archeologiedagen naast leggen, kunnen we stellen dat de Tijdtrap meer gezien wordt door een jong publiek (0-25 en 26-50) dan de meeste archeologische activiteiten.

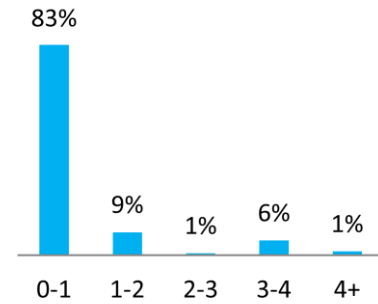


Figuur 7: In vergelijking met de leeftijdsverdeling in Nederland en andere archeologische activiteiten trekt de Tijdtrap relatief veel bezoekers uit de jongere leeftijdscategorieën (Bron voor Nederland: CBS).

Kijkduur

Het overgrote deel van de kijkers (83%) keek minder dan een minuut naar de Tijdtrap-presentatie (figuur 8). Een klein deel (1,4%) van de bezoekers keek langer dan vier minuten. De tijdsduur is echter gemeten op afzonderlijke lagen van de parkeergarage. Indien mensen meerdere lagen bezochten zal de totale kijkduur langer zijn geweest.

De groep die langer dan één minuut naar de Tijdtrapvitrines keek bestond voor 57% uit vrouwen en voor 43% uit mannen. Van de kijkende bezoekers die niet langer dan één minuut keken, keek 62% tussen de één en tien seconden. Van deze groep vluchtige kijkers is geno-teerd dat sommige hebben gepoogd gebruik te maken van de *touchscreens*. Deze werkten echter op meerdere dagen niet, waardoor de kijkers niet langer dan tien seconden zijn blijven staan. Ook is er een aantal kinderen geteld in deze groep dat weggeroepen werd door hun niet-kijkende ouders.

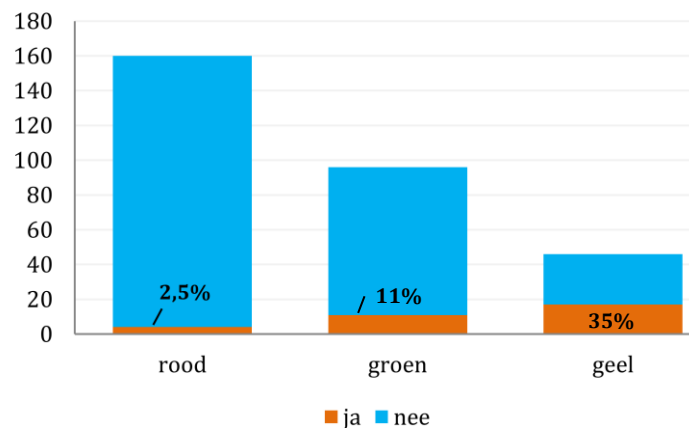


Figuur 8: Duur van het kijken (in minuten). Het grootste deel van de kijkers (83%) keek tussen de 1 en 60 seconden naar de Tijdtrap.

Van de leeftijdscategorie 0-25 keek niemand langer dan één minuut. Van de 164 kijkende 26 tot 50-jarigen keken er 31 (19%) langer dan één minuut en van de 64 kijkende 51+'ers waren dit er 16 (25%). Alleen op zaterdag hebben bezoekers langer dan twee minuten gekeken. Dit suggereert kan dat men in het weekend meer tijd heeft om te kijken.

Gebruik touchscreens

Van alle 302 kijkers hebben er 32 (11%) gebruik gemaakt van de *touchscreens*. Tijdens meerdere dagen van het onderzoek waren de *touchscreens* op laag rood (niveau -2) echter defect. Bezoekers poogden regelmatig de *touchscreens* te gebruiken, maar als het scherm defect bleek liepen ze door zonder de rest van de presentatie te bekijken. De resultaten van de observaties geven dus waarschijnlijk een vertekend beeld van het gebruik van de *touchscreens*. Laag rood was de drukst bezochte laag, het is daarom aannemelijk dat het gebruik van de *touchscreens* hoger had gelegen als de schermen op laag rood tijdens de observatiedagen hadden gefunctioneerde.



Figuur 9: Het aantal touchscreengebruikers lag het hoogst op laag geel (niveau - 4) van de parkeergarage.

Het is opvallend dat het aantal *touchscreen*-gebruikers op laag geel hoger was dan op laag groen, terwijl laag groen meer bezoekers had (figuur 9). Op zaterdag was het aantal kijkers op laag geel lager dan op laag groen, toch hebben er op laag geel meer mensen gebruik gemaakt van de *touchscreens*. Een verklaring kan zijn dat het op laag geel rustiger was, waardoor de *touchscreens* beter waren te zien en de motivatie om ze te benutten wellicht hoger lag.



Touchscreen op laag geel.
Foto: Annemarie Willems.

was jonger. Slechts 13% behoorde tot de oudere leeftijdscategorie. In verhouding tot het aantal kijkers uit de betreffende leeftijdscategorieën was de belangstelling onder de jongeren van 0-25 jaar het grootst: daarvan keek 14% naar de touchscreens. Bij de andere twee categorieën was dat respectievelijk 12% (26-50) en 5% (51+).

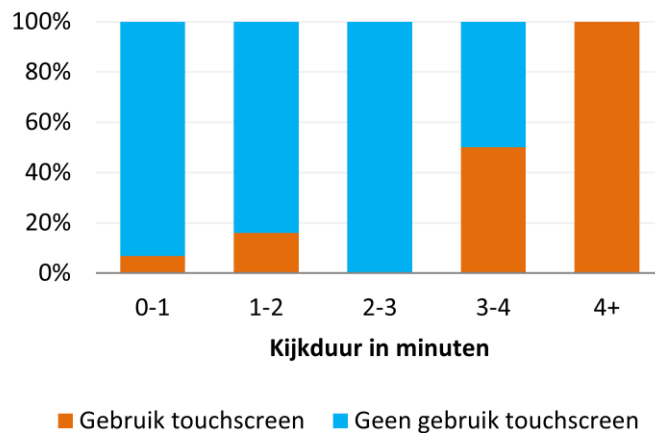
De touchscreens waren door exact evenveel mannen (16) als vrouwen (16) gebruikt. Doordat het totaal aantal vrouwelijke kijkers naar de Tijdtrappresentatie groter was dan het aantal mannelijke, ligt het percentage van de mannen dat gebruikmaakte van de *touchscreens* iets hoger (12%) dan het percentage vrouwen (9%).

Groepen

Van de kijkers kwamen 211 bezoekers (70%) in een groep van twee of meer individuen. Hiervan was 55% vrouw en 45% man. Toch kwamen er in verhouding meer mannen dan vrouwen in groepsverband naar de Tijdtrappresentatie, van alle vrouwelijke kijkers was dit 67%, van de mannen 73%. Bezoekers uit de jongste leeftijdscategorie kwamen het minst vaak in een groep. Van de 51+'ers kwam 78% in een groep, van de jongeren (0-25) 59%. De bezoekers die deel uitmaakten van een groep maakten vaker gebruik van de *touchscreens* dan de individuele bezoeker. Van de mensen die in een groep kwamen gebruikte 15% de *touchscreens*, van de mensen die niet in gezelschap van anderen naar de presentatie keken gebruikte slechts 1% de *touchscreens*.

Voor de verschillende weekdays zijn geen verschillen in het gebruik van de *touchscreens* gemeten. Op de zaterdag is het meest gebruik gemaakt van de *touchscreens*. Het zou kunnen dat het langer kijken naar de tentoonstelling uitnodigt tot het gebruik van de *touchscreens*, of omgekeerd, maar dit kan niet met zekerheid op basis van de data worden gezegd (figuur 10).

De *touchscreens* werden het meest gebruikt door de bezoekers in de leeftijdscategorieën 0-25 en 26-50 jaar. Maar liefst 59% van de gebruikers behoorde tot de categorie 26-50 jaar, 28%



Figuur 10: Er is mogelijk een verband tussen het gebruik van de touchscreens en de kijkduur.

Overige observaties

Tijdens de observatie is het de onderzoekers opgevallen dat meerdere bezoekers moeite hadden naar de vondsten te kijken door het gekleurde plakplastic op de vitrines. Verder waren kinderen regelmatig geïnteresseerd in de Tijdtrappresentatie maar werden ze vaak al snel weggeroepen door hun ouders.

Bij vrij veel bezoekers is opgemerkt dat er slechts één kant van de presentatie bekeken werd en dat de vitrine aan de andere kant op dezelfde parkeerlaag vaak niet werd opgemerkt. Ten slotte is het de onderzoekers opgevallen dat een groot aantal kijkers de presentatie bekeek terwijl de metgezel bezig was met de betaling van het parkeergeld.



De gekleurde plastic stroken op de vitrines belemmeren sommige bezoekers het zicht. Foto: Annemarie Willems.



Kinderen toonden vaak meer belangstelling voor de Tijdtrappresentatie dan hun ouders. Foto: Monique van den Dries.



De touchscreens hadden vooral een grote aantrekkingskracht op de jongere kijkers. Foto: Monique van den Dries.

3.2 Waarderingsonderzoek niet-kijkers

In totaal zijn er 501 enquêtes afgenomen onder de niet-kijkende bezoekers. Dit gebeurde op laag rood (niveau -2) en laag groen (niveau -3) van de parkeergarage. De eerste drie vragen van de enquête hadden betrekking op het profiel van de bezoeker (postcode, leeftijd en geslacht), de vierde op het bezoekgedrag en de laatste twee op de Tijdtrappresentatie.

3.2.1 Profiel van de niet-kijkers

Postcode

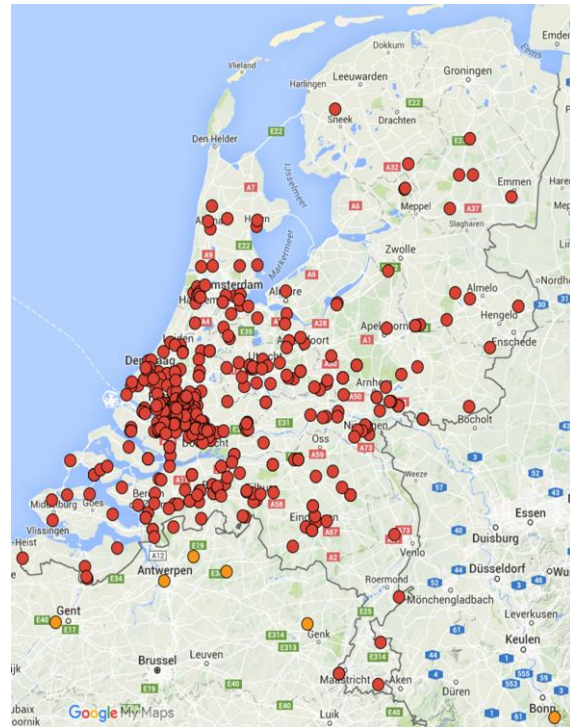
Van de niet-kijkers kwam het grootste aantal uit de buurt van Rotterdam en uit de Randstad (figuur 11). Toch was maar 16% (80 respondenten) afkomstig uit het Rotterdamse postcodegebied (3000). In principe zouden er geen buiten-Nederland wonende bezoekers worden bevraagd, maar er zijn toch een aantal buitenlandse postcodes opgegeven door Nederlandstalige bezoekers uit het buitenland en door bezoekers uit België. Deze postcodes zijn met oranje aangegeven in figuur 11.

Geslacht

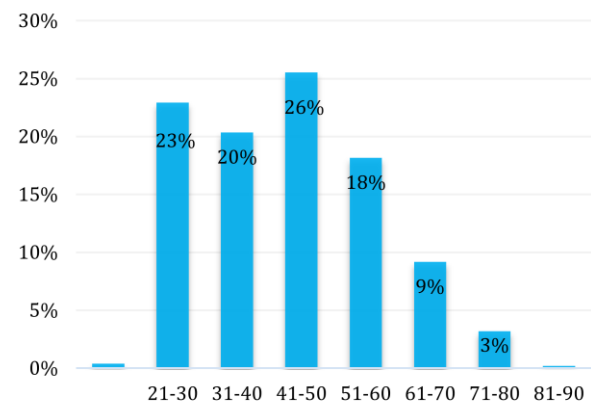
De 501 ondervraagde niet-kijkende bezoekers bestond uit 254 vrouwen (51%) en 247 mannen (49%). Dit komt redelijk overeen met de verdeling die uit de observaties naar voren kwam (zie 3.1.1).

Leeftijd

Ruim 65% van de niet-kijkers was tussen de 21 en 50 jaar oud (figuur 12). Er zijn geen enquêtes afgenomen bij bezoekers onder de 21 jaar. Alleen in de leeftijdscategorie 41-50-jarigen hebben er meer vrouwelijke dan mannelijke respondenten aan de enquête meegedaan. In de overige leeftijdscategorieën was het verschil bijna nihil.



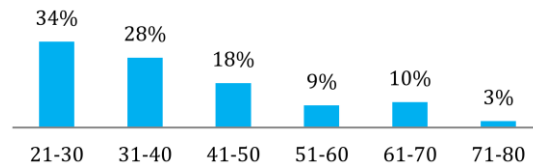
Figuur 11: Herkomst van de niet-kijkers.



Figuur 12: Ruim 65% van de niet-kijkers was tussen 21 en 50 jaar oud.

Regionaal profiel

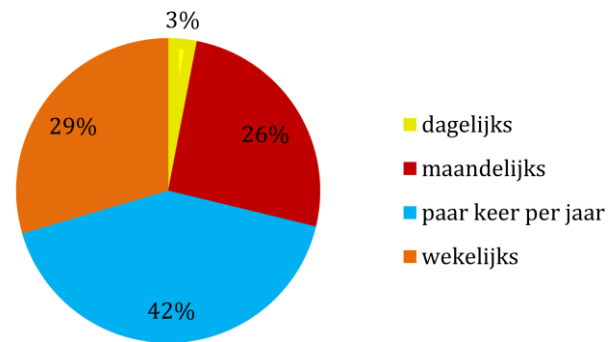
De man-vrouwverdeling van de bezoekers uit de regio Rotterdam (postcodegebied 3000-3999) was vergelijkbaar met het profiel van het totaal aantal geënquêteerde niet-kijkende bezoekers. Het percentage jongeren lag onder de bezoekers uit de regio iets hoger (figuur 13).



Figuur 13: De verdeling van de niet-kijkers over de leeftijdscategorieën. De meeste bezoekers die uit de regio afkomstig zijn, zijn tussen de 21 en 30 jaar oud.

3.2.2 Bezoekintensiteit

Van de 501 bevroagde niet-kijkers hadden er 307 (61%) al eerder de Markthal bezocht, voor de overige 39% bleek het hun eerste bezoek. Van de mensen die de Markthal al eerder bezochten komt 3% bijna dagelijks. De grootste groep bezoekers (42%) gaf aan dat een paar keer per jaar te doen (figuur 14).



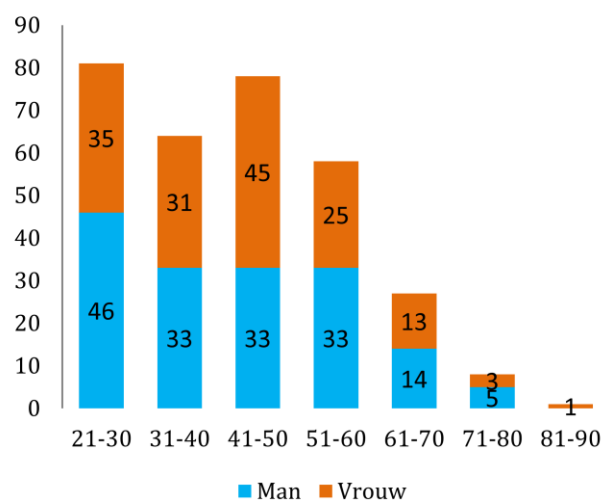
Figuur 14: Het grootste deel van de bezoekers die de Markthal eerder bezochten doet dat een paar keer per jaar.

3.2.3 De Tijdtrap

Bekendheid met de Tijdtrap

De laatste vragen van de enquête hadden betrekking op de bekendheid van de niet-kijkende bezoeker met de Tijdtrap en of zij deze eerder al een keer bekeken hadden. Hieruit kwam naar voren dat van de 307 (61%) bezoekers die al eerder een bezoek hadden gebracht aan de Markthal, 47% (143) bekend was met de Tijdtrappresentatie. Hiervan gaven 89 personen (62%) aan de Tijdtrappresentatie eerder te hebben bekeken. Op het totaal aantal niet-kijkers was dat 18%.

Het leeftijds- en geslachtsprofiel van de niet-kijker, die niet bekend was met de Tijdtrap, kwam redelijk overeen met die van het totaal aantal bevroagden. Er bleken vooral 21-30-jarigen niet bekend te zijn met de Tijdtrappresentatie, gevolgd door de categorie 41-50-jarigen (figuur 15).



Figuur 15: De meeste niet-kijkers die niet bekend zijn met de Tijdtrap zijn tussen de 21 en 30 jaar oud.

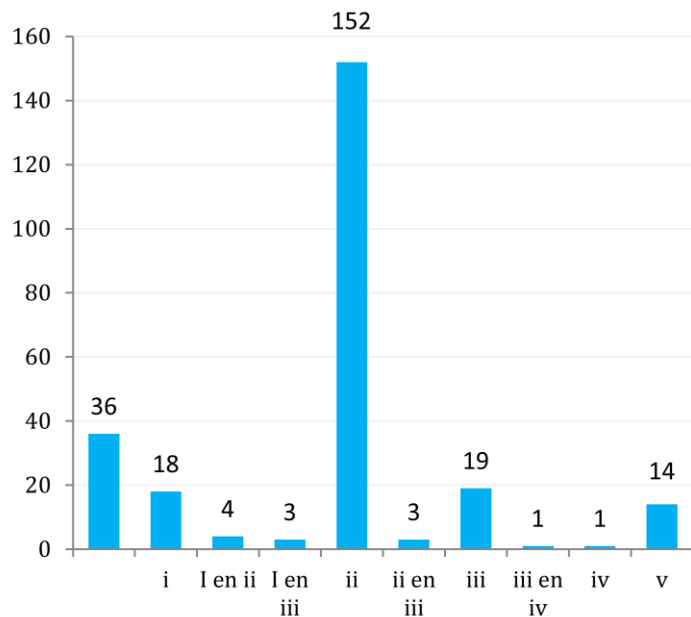
Van de mensen die niet bekend waren met de Tijdtrap kwamen er 35 (11%) uit de regio Rotterdam en daarvan waren er vier nog nooit eerder in de Markthal geweest.

Van de 193 bezoekers die hun eerste bezoek brachten aan de Markthal, waren er 36 (19%) wel bekend met de Tijdtrap.

Bij de helft van het totaal aantal respondenten (251) is gevraagd naar de reden waarom zij niet naar de Tijdtrap hadden gekeken. Deze vraag is gesteld aan zowel de bezoekers die aangaven bekend te zijn met de Tijdtrap maar niet gekeken hebben als aan de bezoekers die aangaven niet bekend te zijn met de Tijdtrap.

De redenen zijn opgesplitst in de volgende categorieën:

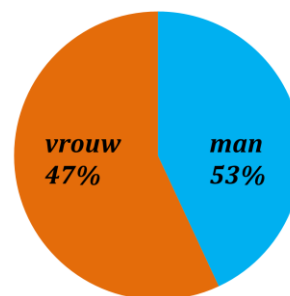
- i. Ik heb geen interesse in archeologie
- ii. Ik heb de presentatie niet gezien
- iii. Ik heb geen tijd
- iv. Ik bekijk de presentatie liever een andere keer
- v. Anders, namelijk:



Figuur 16: Van de 251 respondenten gaf 61% aan de Tijdtrap-presentatie niet te hebben opgemerkt.

Van deze 251 respondenten gaf 61% als reden voor het niet kijken dat ze de presentatie niet hadden opgemerkt (ii), 36 personen (14%) hebben geen reden gegeven. Slechts 4% gaf aan geen interesse te hebben in de archeologie.

De leeftijdsverdeling van de groep die reden ii opgaf is vergelijkbaar met de leeftijdsverdeling van het totaal aantal respondenten. Het is wel opvallend dat er meer mannen (53%) zijn dan vrouwen die reden ii hebben opgegeven (figuur 17).



Figuur 17: Iets meer mannen dan vrouwen gaven als reden voor het niet kijken dat zij de Tijdtrap niet hadden opgemerkt.

Van het totaal aantal niet-kijkers gaf 6% aan een andere reden te hebben voor het niet kijken dan de opties die werden genoemd op het enquêteformulier. Zo merkten sommigen op om voor de boodschappen te komen en verder niets, anderen vonden de parkeergarage geen leuke plek is om naar een archeologische tentoonstelling te kijken.

De overige redenen die werden genoemd, zijn:

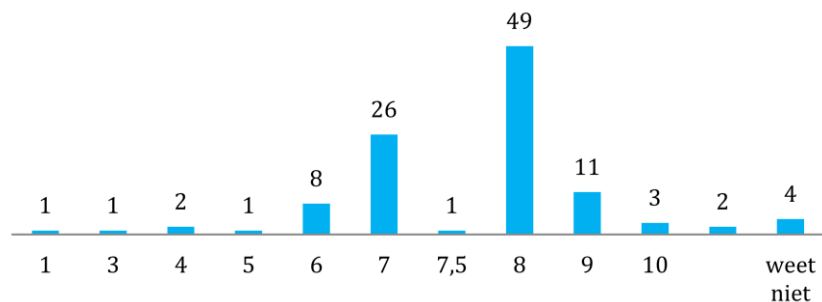
- Te ver weg;
- Even kijken is leuk, maar echt een paar minuten aandachtig kijken niet;
- Gewoon niet gekeken;
- We lopen automatisch naar boven;

- Te onoverzichtelijk;
- Te weinig energie om ergens lang te blijven;
- Valt niet op;
- Mevrouw woont er boven, dus nooit bewust gekeken;
- Te druk.

Sommige redenen komen vaker voor en komen overeen met opmerkingen die vaker werden gemaakt in de enquête. Zo vonden veel mensen dat de archeologische presentatie in de vitrines niet opvalt en dat de plastic strepen op het glas de presentatie slecht zichtbaar maken en/of aan het oog onttrekken. Een andere veelgehoorde opmerking was dat men de Tijdtrap al had bekeken toen hij geopend werd en er geen interesse meer was om de presentatie nog een keer te bezichtigen.

Waardering

De bezoekers die eerder naar de Tijdtrappresentatie hadden gekeken werden gevraagd om een rapportcijfer aan de presentatie te geven. Hierbij valt op dat van de 103 mensen die een geldig rapportcijfer toekenden, 95% een voldoende gaf, variërend tussen de 6 en de 10. Eén persoon wilde niet kiezen tussen een 7 of 8 en gaf een 7,5. Het cijfer 8 is met 48% het vaakst toegekend, gevolgd door een 7 (figuur



Figuur 18: Van de bezoekers die de Tijdtrap eerder bekeken gaf 48% de presentatie een 8.

18). Waarschijnlijk moeten we hierbij rekening houden dat sommige bezoekers wellicht een sociaal wenselijk antwoord hebben gegeven. Vrouwen gaven vaker een hoog cijfer dan mannen, maar beide seksen hadden nagenoeg hetzelfde gemiddelde: van de vrouwelijk bezoekers kreeg de presentatie gemiddeld een 7,5, van de mannen een 7,6. De rapportcijfers van de mensen afkomstig uit de regio Rotterdam verschilden niet van die van de gehele groep.

3.3 Waarderingsonderzoek kijkers

In totaal zijn er 50 enquêtes afgenomen onder de kijkende bezoekers. Dit gebeurde op de lagen rood (niveau -2) en groen (niveau -3) van de parkeergarage. Door het geringe aantal afgenomen enquêtes is de steekproef niet representatief voor het totaal aantal kijkers op jaarbasis.

De enquête telde 19 vragen, maar in de praktijk bleek dat niet op elke vraag een antwoord werd gegeven. Op vraag 14, 'Heeft u de archeologische presentatie op meerdere verdiepingen bezocht?', werd vaak alleen aangegeven dat ze de samenhang hadden begrepen. In de vragen 18 en 19 waar gevraagd werd naar suggesties en opmerkingen vond men omslachtig en hier werden alleen opmerkingen over de tentoonstelling gegeven. Bij alle resultaten moet rekening gehouden worden met het feit dat de bezoeker wellicht een sociaal wenselijk antwoord heeft gegeven en dat de bezoekers op het punt stonden te vertrekken en daardoor mogelijk niet lang nadachten over hun antwoord.

Het eerste onderdeel van de vragenlijst bestond uit zeven vragen over het profiel van de bezoeker. Hierin werd gevraagd uit welke regio ze komen, geslacht, leeftijd, met wie ze hier zijn gekomen en of ze bekend zijn met de Markthal/Tijdtrap. Het tweede deel bestond uit zes vragen, waarin de bezoeker werd gevraagd om een rapportcijfer tussen 1 en 10 te geven aan de verschillende onderdelen van de tentoonstelling. Een 1 stond voor "zeer negatief" en een 10 voor "zeer positief". Indien de bezoeker geen mening had of het onderdeel niet had gezien, werd er geen cijfer toegekend. Het derde onderdeel van de vragenlijst bestond uit zes open vragen.

3.3.1 Profiel van de kijkers

Geslacht

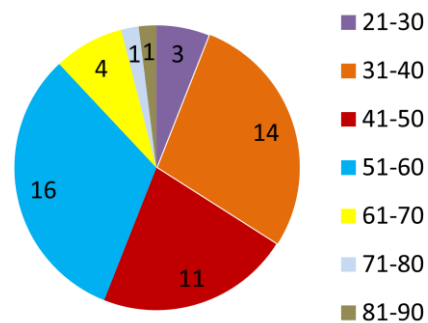
Van de geënquêteerden waren er 32 (64%) vrouw en 18 (36%) man. Deze discrepantie tussen mannen en vrouwen heeft een aantal redenen. Ten eerste is uit het profielonderzoek gebleken dat er überhaupt meer vrouwen dan mannen de Tijdtrappresentatie bekijken. Mogelijk zijn vrouwen ook meer bereid geweest de vragenlijsten in te vullen. In elk geval is diverse keren waargenomen dat - dat in het geval van een koppel - de mannen vaker degene waren die naar de parkeerautomat gingen om te betalen terwijl de vrouw de presentatie bekeek en bereid was om de vragenlijst in te vullen.

Leeftijd

De meeste deelnemers aan de enquête waren tussen de 31 en 60 jaar oud, slechts drie bezoekers waren tussen de 21-30 jaar en zes bezoekers waren 61+ (figuur 20).

Postcode

De meeste mensen die de Tijdtrappresentatie bekeken en aan het onderzoek deelnamen kwamen uit de Randstad (figuur 20), net als bij de niet-kijkers. Slechts drie van hen (6%) waren alleen gekomen, alle anderen waren in het gezelschap van familie, vrienden, collega's of een partner. Van deze drie waren er twee een man: een uit de leeftijdscategorie 51-60, de andere was tussen de 81-90 jaar. De enige vrouw die niet in gezelschap had gekeken, was tussen de 31 en 40.



Figuur 19: De meeste kijkers die de enquête wilden invullen waren tussen de 31 en 60 jaar.



Figuur 20: De meeste bezoekers die de Tijdtrappresentatie bekeken waren afkomstig uit de Randstad.

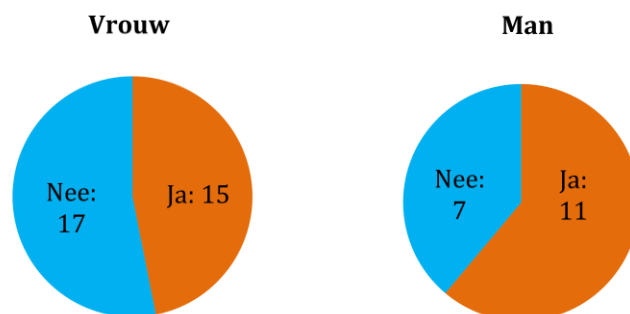
Bezoek Markthal

De helft van de kijkers bracht voor het eerst een bezoek aan zowel de Markthal als de Tijdtrap. Van alle kijkers waren twaalf mensen (24%) al eerder in de Markthal geweest. Dit is een groot verschil met het aantal niet-kijkers, van wie 307 respondenten (61%) de Markthal al eens eerder hadden bezocht. Geen enkele kijkende bezoeker had alleen de Tijdtrap en niet de Markthal bezocht.

3.3.2 Bekendheid en waardering

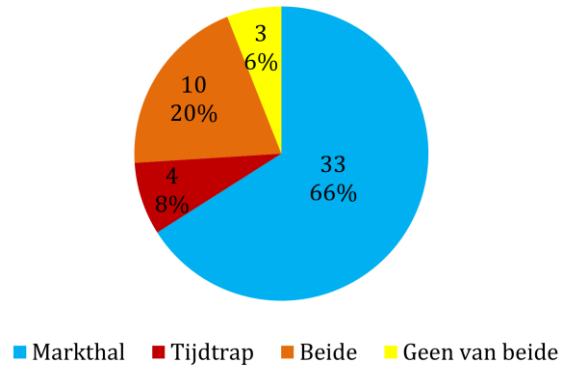
Bekendheid met de Tijdtrap

Van de 50 kijkers die meededen aan het onderzoek wist meer dan de helft (52%) van het bestaan van de Tijdtrap voordat ze kwamen kijken. Zij gaven aan dit te weten via een kennis, familielid, een bericht in de krant of omdat ze zelf bij de gemeente of het Bureau Oudheidkundig Onderzoek Rotterdam (BOOR) werkten. Niet alle bezoekers wisten zich te herinneren waar of hoe ze van de Tijdtrap hadden gehoord. Van de 32 vrouwen die de vragenlijst invulden wist bijna de helft (47%) van het bestaan van de Tijdtrap voordat zij naar de Markthal kwamen. Van de 18 mannelijke participanten was zelfs 61% (11 personen) op de hoogte (figuur 21).



Figuur 21: Voorafgaand aan het bezoek aan de Markthal wisten 15 vrouwen en 11 mannen van het bestaan van de Tijdtrappresentatie.

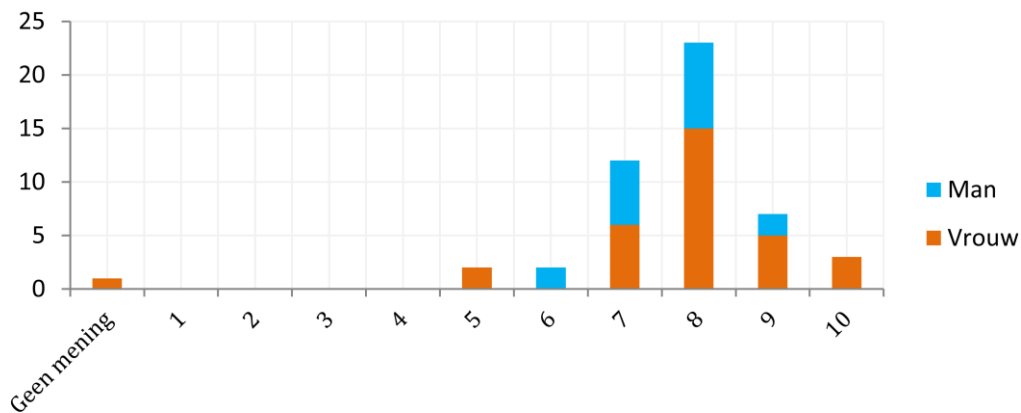
Twee-derde van de ondervraagden kwam aanvankelijk alleen voor de Markthal en vier mensen kwamen specifiek voor de Tijdtrap (figuur 22). Tien mensen kwamen voor zowel de Markthal als de Tijdtrap. De drie mensen (6%) die aanvankelijk niet voor de Tijdtrap noch de Markthal kwamen en niettemin de Tijdtrap bekeken, kwamen primair om gebruik te maken van de parkeergarage. Dit betekent dat 72% van de kijkers bij toeval kennis namen van de Tijdtrappresentatie doordat deze werd aangeboden op een locatie die men voor andere doeleinden bezocht.



Figuur 22: Van de ondervraagden kwam 66% uitsluitend voor de Markthal; 72% van de kijkers nam bij toeval kennis van de Tijdtrappresentatie.

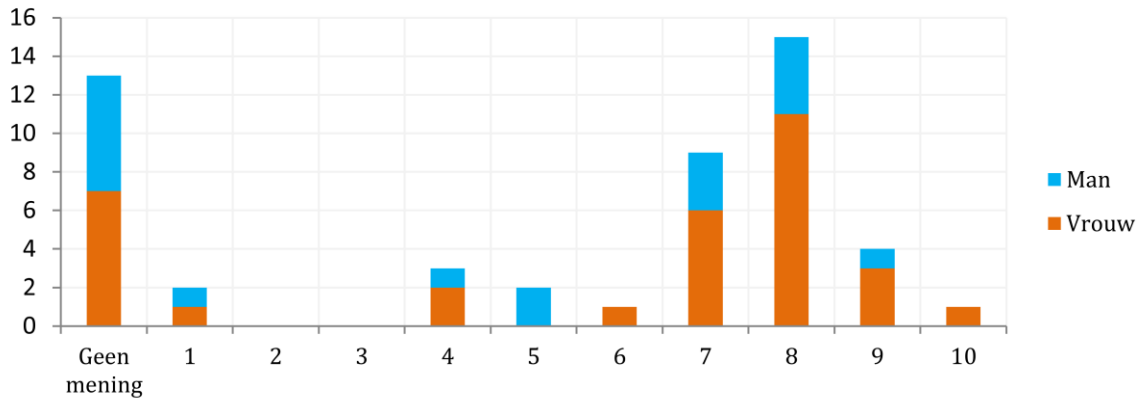
Waardering

De kijkers konden vervolgens met rapportcijfers hun waardering uitdrukken voor de kwaliteitsaspecten van de Tijdtrappresentatie. Bij de eerste vraag werden mensen gevraagd met welk rapportcijfer ze zouden aangeven hoe interessant ze de Tijdtrap vonden. Hieruit kwam naar voren dat deze kijkers de tentoonstelling over het algemeen zeer interessant vonden. Slechts één bezoeker had geen mening over de tentoonstelling, maar de meesten gaven een 8 (figuur 23). Het gemiddelde cijfer dat werd toegekend was een 7,8. Vrouwen gaven gemiddeld een 7,96 en de mannen een 7,55. De kijkers uit de jongste leeftijdscategorie (21-30) vonden het iets minder interessant dan de ouderen: de jongeren gaven een 7 gemiddeld, de mensen tussen de 31 en 50 een 7,6 en de mensen boven de 51 een 8.



Figuur 23: De meeste bezoekers vonden de Tijdtrap interessant en beoordeelden dit met een 8.

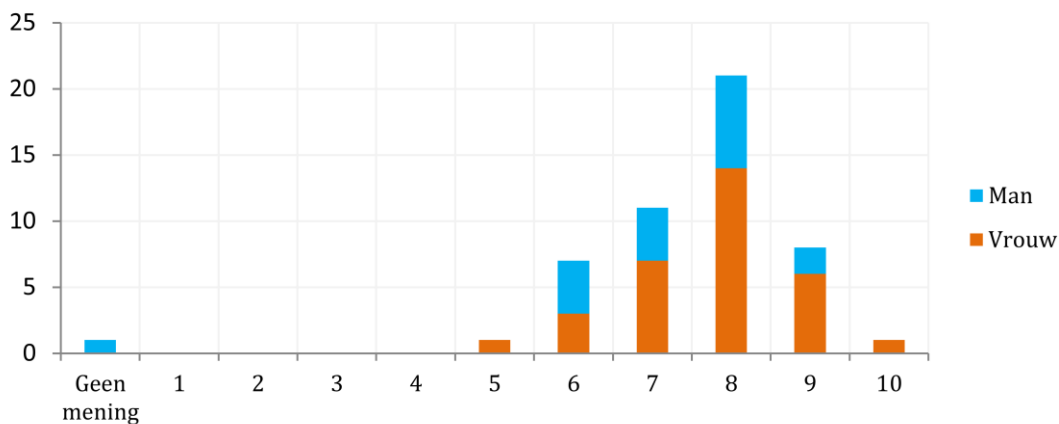
Het tweede kwaliteitsaspect betrof de teksten bij de vitrines. Van de 50 ondervraagde bezoekers had iets meer dan een kwart (13 personen) geen mening over de teksten bij de vitrines omdat ze die niet hadden gelezen. De bezoekers die de teksten bij de vitrines wel hadden gelezen gaven over het algemeen hoge cijfers (figuur 24). Het gemiddelde cijfer was een 6,9. Slechts enkele bezoekers gaven een onvoldoende omdat ze de teksten onduidelijk vonden. Vrouwen gaven voor de helderheid van de teksten gemiddeld een 7,3 en de mannen een 6,5.



Figuur 24: De helderheid van de teksten kreeg een 6,9 gemiddeld.

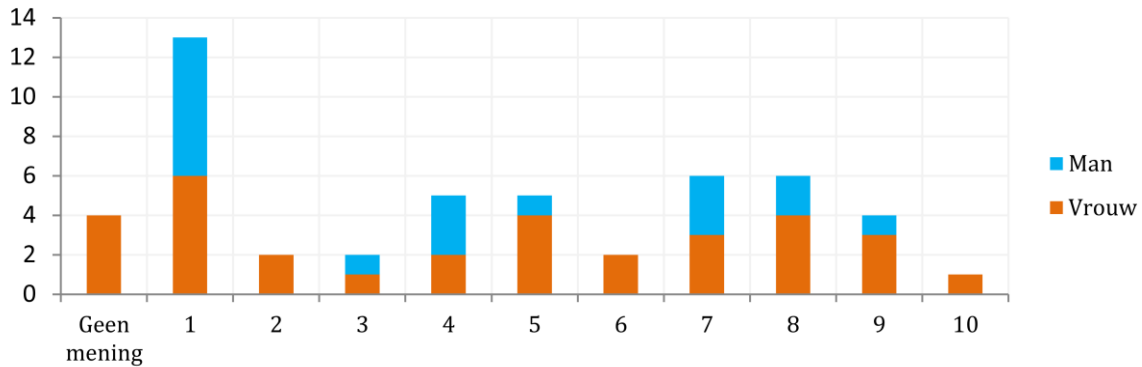
Meer dan de helft van de kijkers (58%) gaf aan de teksten in de hal van het roltrappenhuis gelezen te hebben. De overige 21 personen (42%) gaven aan geen mening te hebben over de helderheid van deze teksten omdat ze die niet hadden opgemerkt. De respondenten die de teksten wel hadden gelezen waren er vrij positief over en gaven gemiddeld een 7,3. Ook hierbij was het cijfer 8 het vaakst geselecteerd. Vrouwen gaven gemiddeld een 7,2 en de mannen een 7,6 voor de helderheid van de teksten in de hal.

Met betrekking tot de aantrekkelijkheid van de presentatie had slechts één persoon geen mening. De bezoekers die wel een cijfer hebben toegekend waren zeer positief over de presentatie (figuur 25). Het gemiddelde cijfer dat werd toegekend was een 7,6. Ook bij dit onderdeel werd het vaakst een 8 toegekend. Vrouwen gaven gemiddeld een 7,8 en de mannen een 7,4 voor de aantrekkelijkheid van de presentatie.



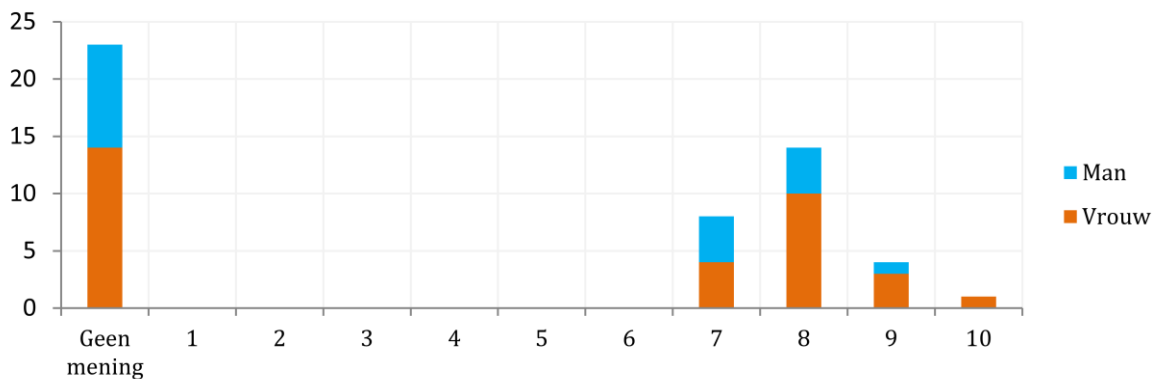
Figuur 25: De aantrekkelijkheid van de presentatie kreeg een 7,6 gemiddeld.

De bewegwijzering naar de Tijdtrap is met een gemiddelde van 4,9 vrij laag beoordeeld. Maar liefst 13 bezoekers (26%) hebben een 1 gegeven voor de bewegwijzering (figuur 26). Enkele van de hoge cijfers die zijn gegeven moeten wellicht in twijfel worden getrokken omdat de bezoekers vaak geen onderbouwing gaven voor dit hoge cijfer. Vrouwen gaven gemiddeld een 5,1 en de mannen een 4,4 voor de bewegwijzering van de Tijdtrap.



Figuur 26: Met een gemiddelde van 4,9 is de bewegwijzering als onvoldoende beoordeeld.

Van de 50 geënquêteerde kijkende bezoekers hebben er 27 gebruik gemaakt van de *touchscreens*, 13 bezoekers wisten niet dat deze er waren. De groep die gebruik had gemaakt van de *touchscreens* heeft de aangeboden informatie als zeer informatief beoordeeld, met uitsluitend cijfers van 7 en hoger. Het gemiddelde was 7,9. Vrouwen gaven een 8,1 gemiddeld en de mannen een 7,7 (figuur 27).



Figuur 27: De touchscreengebruikers gaven de aangeboden informatie een 7,9 gemiddeld.

3.3.3 Open vragen

Samenhang presentatie

De kijkers zijn ook bevraagd over hun bezoek aan de Tijdtrappresentatie op de andere lagen van de parkeergarage (figuur 28). Alle bezoekers die meerdere lagen hadden bezocht (42%), gaven aan dat ze de samenhang begrepen hadden. Bezoekers die niet van plan waren om meerdere lagen te bezoeken gaven hier verschillende redenen voor. Ze vonden de tentoonstelling bijvoorbeeld toch niet interessant genoeg, of ze hadden geen tijd.

Herhalingsbezoek

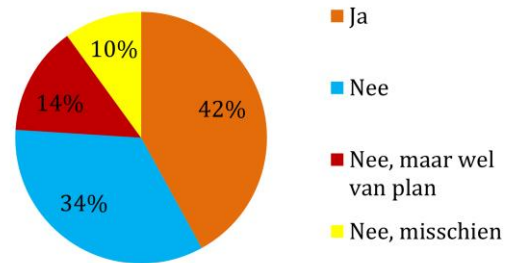
Op de vraag of men nog een keer terug zou willen komen naar de Tijdtrap, antwoorden 20 respondenten (40%) bevestigend, 16 wisten het nog niet zeker. De kijkers die nog wel een keer wilden komen bestond voor 55% uit vrouwen. Verhoudingsgewijs waren de mannen echter positiever; van hen zou 50% nog een keer terug willen komen, van de vrouwen was dat 34%.

De bezoekers die de Tijdtrap niet nog eens wilden bezoeken gaven aan dat ze één keer wel voldoende vonden, of dat ze het toch niet zo interessant vonden. De “waarom wel/niet”-vraag werd vaak overgeslagen als de bezoeker zelf de vragenlijst had ingevuld.

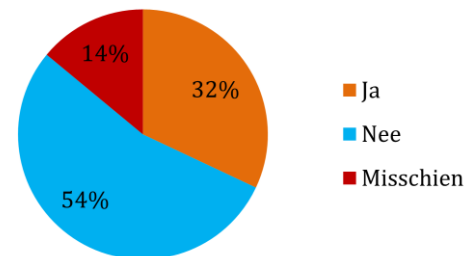
Meer dan de helft van de ondervraagde kijkers zou niet speciaal voor de Tijdtrap naar de Markthal komen, 32% zou dat wel doen (figuur 29).

Applicatie

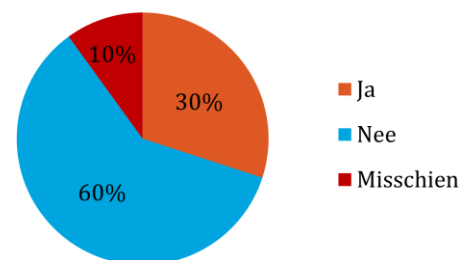
Op verzoek van de stichting Tijdtrap is aan de geënquêteerden gevraagd of zij belangstelling zouden hebben voor een app voor de *smartphone* met meer informatie over de Tijdtrap. Een ruime meerderheid van 60% van de gaf aan dat ze er geen gebruik van zouden maken indien er een applicatie zou zijn voor hun *smartphone* (figuur 30). Iets minder dan een derde (15 bezoekers) gaf aan wel gebruik te willen maken van een dergelijke app. Hiervan was 73% vrouw, in de leeftijd van 21 tot met 60.



Figuur 28: Iets minder dan de helft van de respondenten bezocht de presentatie op meerdere lagen.



Figuur 29: 32% van de kijkers zou speciaal voor de Tijdtrap naar de Markthal komen.

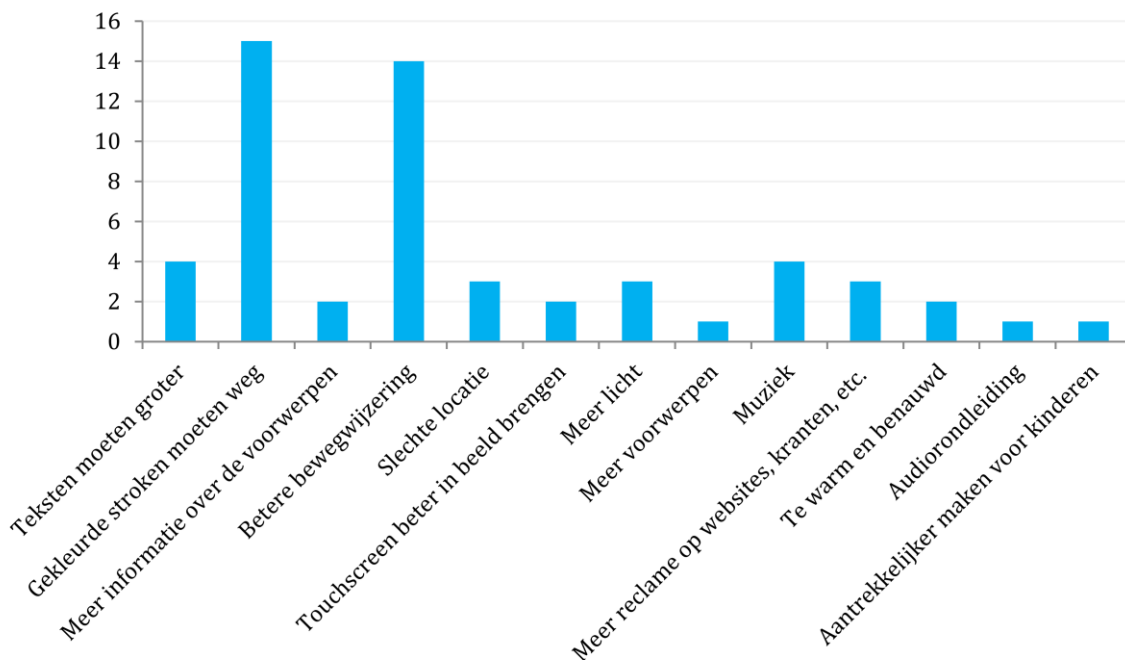


Figuur 30: De meerderheid van de geënquêteerden zou geen gebruik maken van een Tijdtrap-app. Vrouwen toonden meer belangstelling dan mannen.

Suggesties

Het laatste onderdeel van de enquête gaf de bezoeker de kans om suggesties te geven voor verbetering van de Tijdtrappresentatie. Van de 50 bezoekers hadden 37 bezoekers één of meerdere suggesties of opmerkingen over de Tijdtrap. In totaal werden er 55 zeer uiteenlopende suggesties en opmerkingen genoteerd (figuur 31). De suggesties die het vaakst terugkeren gaan over de gekleurde plastic stroken op de vitrines. Veel bezoekers stoorden zich er aan, omdat het plastic op de vitrines hen het zicht op de vondsten in de vitrines belemmerde. Ze moesten vaak door hun knieën of op hun tenen gaan staan om langs de gekleurde stroken te kunnen kijken. Sommige bezoekers gaven ook aan dat hun kinderen de tentoonstelling daardoor niet goed konden bekijken. Enkele bezoekers gaven ook aan dat ze door deze stroken in eerste instantie niet hadden gezien dat er een tentoonstelling was.

De andere opvallende opmerking betrof de bewegwijzering van het centrale deel van de Markthal naar de Tijdtrappresentatie. Geen enkele bezoeker had het bordje bovenaan de roltrap gezien. Een aantal bezoekers stelde voor om meer borden in de Markthal te plaatsen om de aandacht op de Tijdtrap te vestigen. Eén bezoeker suggereerde om de Tijdtrap op te laten nemen in een toeristische tour door Rotterdam.



Figuur 31: De meeste opmerkingen hadden betrekking op de gekleurde stroken en de bewegwijzering.

4. Conclusies

Tussen maart en november 2016 voerde de onderzoeksgroep 'Erfgoedmanagement' van de Faculteit Archeologie (Universiteit Leiden) een evaluatieonderzoek uit onder de bezoekers van de Tijdtrappresentatie in de Markthal in Rotterdam. Het doel van het onderzoek was om inzicht te krijgen in het demografische profiel van de mensen die de Tijdtrappresentatie bekijken en om de waardering van de bezoekers voor de presentatie in kaart te brengen.

Bezoekersaantallen

In totaal zijn er tijdens de 12 uur durende observatie 5318 'passanten' geteld. Dit betekent dat er 443 mensen per uur de Tijdtrap passeerden op een van de drie lagen in de parkeergarage. De Markthal is 70 uur per week geopend, dat brengt het geschatte aantal passanten - en dus potentiële bezoekers - op ca. 31.000 per week en ca. 1,6 miljoen per jaar. Dit zijn echter geen unieke bezoekers, want uit de vervolg-enquête onder de kijkers kwam naar voren dat het alleen voor 41% van hen een eerste bezoek betrof. Alle anderen kwamen minimaal een aantal keer per jaar naar de Markthal.

Er werden 302 bezoekers genoteerd die naar de Tijdtrappresentatie keken, 6% van het totaal aantal mensen dat langs de tentoonstelling liep. Dat waren 25 bezoekers per uur. Geëxtrapoleerd komt dat neer op ca. 1750 per week en ca. 91.000 op jaarbasis.

Profiel

De meeste kijkers zijn op zaterdag geteld en meer dan de helft van de kijkers (57%) was een vrouw. In vergelijking met de bezoekerscijfers van de Nationale Archeologiedagen uit 2015 trekt de Tijdtrap meer vrouwen dan andere archeologische activiteiten. Het grootste deel van de bezoekers behoorde tot de categorie van 26-50-jarigen. Ook dit verschilt van andere metingen, waarbij de oudere leeftijdscategorieën meestal sterker vertegenwoordigd zijn. De vrijdag trok gemiddeld iets meer 51+'ers en de zaterdag gemiddeld een iets groter aantal 0-25-jarigen.

Uit de enquêtes is gebleken dat de meeste bezoekers uit de Randstad kwamen en dan met name uit de regio Rotterdam. Het grootste deel van de mensen die belangstelling toonden voor de Tijdtrappresentatie kwamen uit de regio Rotterdam. Deze bezoekers kwamen op de eerste plaats voor een bezoek aan de Markthal en namen de tentoonstelling mee in hun bezoek. Maar liefst 70% kwam in een groep (twee of meer personen), daarvan waren de meesten 51+.

Gebruik en waardering

De meeste kijkers deden dat vluchtig, slechts 16% keek langer dan 1 minuut naar de presentatie op een enkele parkeerlaag. Van de groep kort-kijkende bezoekers (minder dan een minuut) keek 62% niet meer dan tien seconden. Dit waren veelal mensen die wachtten om parkeergeld te kunnen betalen, danwel op een betalende partner. Op zaterdag werd er iets langer gekeken in vergelijking met de andere dagen.

Van de kijkers maakte een op de acht gebruik van de *touchscreens*, dit waren voornamelijk 0-25-jarigen. Minder dan de helft van de kijkers gaven aan dat zij de tentoonstelling op meerdere lagen van de parkeergarage hadden bezocht. De geënquêteerden waren zeer positief over de presentatie, ze vonden deze interessant en aantrekkelijk en de teksten waren helder. Uitgedrukt in een rapportcijfer scoorden alle aspecten gemiddeld tegen de 7 of hoger. Alleen de bewegwijzering kreeg een onvoldoende (5). Ruim meer dan een derde (40%) gaf aan de tentoonstelling opnieuw te willen bezoeken.

Niet-kijkers

Van de 501 niet-kijkende geënquêteerden was 29% (143) wel bekend met de Tijdtrap. Hoewel het merendeel (61%) van de bevraagde niet-kijkers al eens eerder in de Markthal was geweest, had slechts 18% van de hele groep niet-kijkers de presentatie al eens eerder bekeken. Van de niet-kijkers die voor het eerst een bezoek brachten aan de Markthal, wist 19% van het bestaan van de Tijdtrap. De meeste van de niet-kijkende bezoekers die aangaven vaker in de Markthal te komen doen dat een aantal keer per jaar. Van deze bezoekers wist 33% van het bestaan van de Tijdtrap af. Onder de niet-kijkers die meededen aan de enquête was de meest voorkomende redenen voor het niet kijken naar de Tijdtrappresentatie dat hij/zij deze niet hadden opgemerkt of geen tijd hadden. Slechts 4% gaf als reden dat zij geen interesse hadden in de archeologie. De meeste bezoekers die de Tijdtrap eerder hadden bekeken gaven de presentatie een goed cijfer, slechts vijf bezoekers gaven een onvoldoende.

Aanbevelingen

Zowel door de kijkers als de niet-kijkers werden enkele suggesties voor verbetering gedaan. Men gaf ten eerste aan dat de gekleurde stroken op de vitrines het zicht belemmeren. Hierdoor wordt de tentoon-stelling vaak over het hoofd gezien; de bezoekers die de presentatie wel weten te vinden voelen zich gehindert om de vondsten goed te kunnen bekijken.

Ten tweede vond men de bewegwijzering naar de Tijdtrap ontoereikend. Van de kijkers had niemand de bewegwijzering opgemerkt.

Tot slot

De steekproef die is afgenomen onder de bezoekers van de Markthal die naar de Tijdtrappresentatie keken, is gezien het kleine aantal (50) niet representatief voor het geschatte aantal dat op jaarbasis de presentatie bekijkt. Er kunnen dan ook geen volledig betrouwbare uitspraken worden gedaan over alle bezoekers die de Tijdtrap bekijken. De steekproef van 501 geënquêteerden onder de niet-kijkers is wel representatief.



De bewegwijzering naar de Tijdtrap werd te summier bevonden. Foto: Monique van den Dries.

Bijlage: Enquêtes

Vragenlijst voor de niet-kijkers

1. Wat is uw postcode?
2. Geslacht?
V/M
3. Wat is uw leeftijd?
21-30/31-40/41-50/51-60/61-70/71-80/81-91
4. Is dit uw eerste bezoek aan de Markthal?
Ja/Nee
 - a. Indien nee, hoe vaak komt u in de Markthal?
(bijna) Dagelijks/Wekelijks/Maandelijks/Een paar keer per jaar
5. Bent u bekend met de archeologische presentatie 'de Tijdtrap'?
Ja/Nee
 - a. Indien ja, heeft u deze presentatie eerder bekeken?
 - b. Indien ja, welk rapportcijfer zou u hier aan geven?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6. Wat is de reden dat u niet gekeken heeft?
 - i. Geen interesse in archeologie
 - ii. Ik heb de presentatie niet gezien
 - iii. Ik heb geen tijd
 - iv. Ik bekijk de presentatie liever een andere keer
 - v. Anders, namelijk:

Vragenlijst voor de kijkers

1. Wat is uw postcode?
2. Man/Vrouw
3. Wat is uw leeftijd?
21-30/31-40/51-60/61-70/71-80/81-90
4. Met wie bent u hier vandaag?
Alleen/Vrienden/Familie/Collega(s)/Partner/Rondleiding
5. Bent u eerder in de Markthal of bij de Tijdtrap geweest?
Markthal/Tijdtrap/Beide/Geen van beide
6. Wist u voor uw komst van het bestaan van de archeologische presentatie 'de Tijdtrap'?
Ja/Nee
 - a. Indien ja, hoe?
7. Komt u hier voor de Markthal of voor de Tijdtrap in het bijzonder
Markthal/Tijdtrap/Beide/Geen van beide

8. Met welk rapportcijfer zou u aangeven hoe interessant u de Tijdtrap vindt?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Geen mening/Weet niet
9. Welk rapportcijfer zou u geven aan de helderheid van de teksten bij de vitrines?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Geen mening/Weet niet
10. Welk rapportcijfer zou u geven aan de helderheid van de teksten in de hal?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Geen mening/Weet niet
11. Welk rapportcijfer zou u geven aan de aantrekkelijkheid van de archeologische presentatie?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Geen mening/Weet niet
12. Welk rapportcijfer zou u geven aan de bewegwijzering van de archeologische presentatie?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Geen mening/Weet niet
13. Heeft u gebruik gemaakt van de touchscreens?
Ja/nee/Ik wist niet dat er touchscreens waren
 - a. Indien ja, welk rapportcijfer zou u geven aan de informatie op de touchscreens?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Geen mening/Weet niet
14. Heeft u de archeologische presentatie op meerdere verdiepingen bezocht?
Ja/Nee
 - a. Indien ja, welke verdiepingen heeft u bezocht?
 - b. Indien ja, wat is voor u de samenhang tussen de verschillende verdiepingen van de presentatie?
 - c. Indien ja, heeft u begrepen dat hoe verder u naar beneden gaat hoe verder u terug gaat in de tijd? Ja/Nee
 - d. Indien nee, bent u dit van plan?
Ja/Nee/Misschien/Weet niet
 - e. Indien nee en u bent dit niet van plan, waarom niet?
15. Zou u speciaal voor de archeologische presentatie naar de Markthal komen?
Ja/Nee/Misschien/Weet niet
 - a. Waarom wel/niet?
16. Zou u nog een keer terugkomen naar de archeologische presentatie?
Ja/Nee/Misschien/Weet niet
 - a. Waarom wel/niet?
17. Indien er een app met meer informatie ontwikkeld zou worden, zou u hier gebruik van maken?
Ja/Nee/Misschien/Weet niet
18. Heeft u nog suggesties voor verbeteringen met betrekking tot:
 - a. De inhoud van de presentatie?
 - b. De aantrekkelijkheid van de presentatie?
 - c. De ontsluiting van de presentatie?
19. Heeft u verder nog opmerkingen?

