

# KANTAR PUBLIC

## Publieksonderzoek verkenning nationaal historisch museum

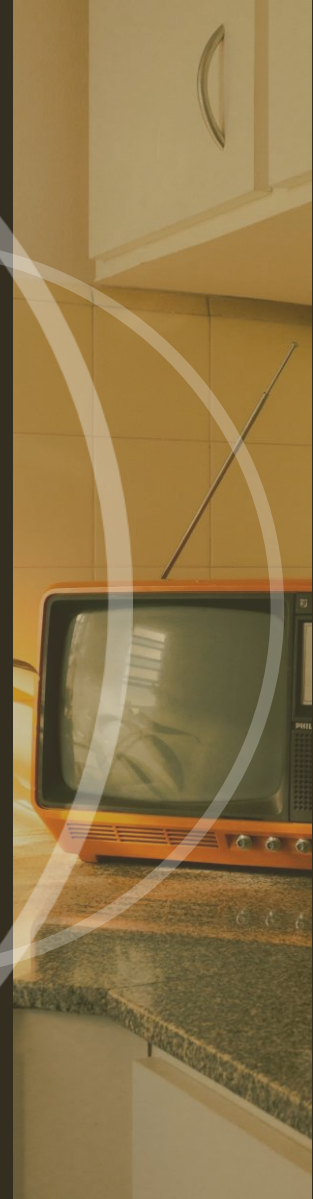
Rapport 2023

Bestemd voor: Ministerie van OCW

Uitgevoerd door: Kantar Public en MARE

338400075

25 september 2023



# Contents

Overkoepelende inzichten	6
--------------------------	---

## **Kwantitatief onderzoek**

1	Belangstelling voor de Nederlandse geschiedenis	15
2	Bezoek culturele locaties en vormen van kennis opdoen	21
3	Nederlanders die niet geïnteresseerd zijn in Nederlandse geschiedenis	25
4	Wensen en behoeften ten aanzien van een Nationaal Historisch Initiatief	28
5	Verwachtingen ten aanzien van een Nationaal Historisch Initiatief	32
6	Segmentatie	42
7	Trendanalyse	50
8	Bijlage	63

## **Kwalitatief onderzoek**

1	Interesse en gedrag (algemeen)	76
2	Beleving huidig aanbod	83
3	Toekomstig initiatief	90
4	De toekomst: trendbevindingen	97
5	Bijlage	102



01

## Context

In het coalitieakkoord van 2021 is afgesproken dat de regering een bijdrage levert aan een Nationaal Historisch Museum (NHM). In dat kader is de staatssecretaris OCW een verkenning gestart van de mogelijkheden en wensen omtrent een NHM, waarbij een NHM niet per se een fysiek museum hoeft te zijn.

Als onderdeel hiervan wenst OCW meer inzicht te krijgen in de wensen en verwachtingen van het Nederlands publiek ten aanzien van een dergelijk museum en hoe die zich, naar verwachting, door de tijd heen zullen ontwikkelen. De inzichten moeten bijdragen aan het maken van keuzes ten aanzien van de invulling van het NHM. Kantar Public is door OCW aangesteld om verkennend onderzoek uit te voeren onder het Nederlands publiek en experts binnen de culturele sector. Kantar Public heeft het onderzoek samen met kwalitatief onderzoeksbureau Mare uitgevoerd.

02

## Onderzoekdoel

Diepgaand inzicht verkrijgen in de belangstelling van het brede Nederlandse publiek ten aanzien van de nationale geschiedenis. Ten einde input te vergaren over wensen, behoeften en verwachtingen ten aanzien van een nationaal historisch museum/initiatief en de mogelijkheden om de nationale geschiedenis toegankelijker te maken voor het Nederlandse publiek.

03

## Centrale vraag

Centraal in dit onderzoek staat de vraag:

Wat zijn de wensen, behoeften en verwachtingen ten aanzien van een Nationaal Historisch Initiatief en de mogelijkheden om de nationale geschiedenis toegankelijker te maken voor het Nederlandse publiek?



# Centrale vraag

**Wat zijn de wensen, behoeften en verwachtingen ten aanzien van een Nationaal Historisch Initiatief en de mogelijkheden om de nationale geschiedenis toegankelijker te maken voor het Nederlandse publiek?**



**Wat is de belangstelling voor de Nederlandse geschiedenis?**

- In hoeverre is er interesse in (Nederlandse) geschiedenis?
- In hoeverre houden Nederlanders zich bezig met Nederlandse geschiedenis en doen ze kennis op door bezoek?
- Op welke manieren wordt kennis opgedaan van Nederlandse geschiedenis?
- Wat zijn drijfveren voor het opdoen van kennis van Nederlandse geschiedenis?
- Wat zijn belemmeringen voor het opdoen van kennis van Nederlandse geschiedenis?



**Wat zijn de wensen en behoeften ten aanzien van de Nederlandse geschiedenis?**

- In hoeverre zijn Nederlanders (on)tevreden over de verschillende manieren waarop je nu kunt leren over de Nederlandse geschiedenis?
- In hoeverre zijn Nederlanders (on)tevreden over de onderwerpen en gebeurtenissen in de Nederlandse geschiedenis?
- Voor welke onderwerpen uit de Nederlandse geschiedenis zou meer aandacht moeten zijn?
- In hoeverre is het huidige aanbod aan verschillende vormen om kennis op te doen van de Nederlandse geschiedenis toegankelijk?



**Wat zijn de verwachtingen ten aanzien van een Nationaal Historisch Initiatief?**

- In hoeverre is er interesse in een Nationaal Historisch Initiatief?
- Welke vorm zou de overheid het beste kunnen kiezen voor een NHI?
- Welke verwachtingen hebben Nederlanders van een NHI?
- Aan welke eisen moet een NHI voldoen?
- In hoeverre vinden Nederlanders het noodzaak dat er een NHI komt?
- In hoeverre moet de overheid een rol spelen bij het opzetten van een NHI?

# Leeswijzer

## 01 Onderzoeksofzet

Binnen het onderzoek is kwantitatief en kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Er is gestart met een Insights Explorer uitgevoerd door Kantar Public. Dit een inventariserend onderzoek waarbij open vragen zijn gesteld aan een representatieve groep van n=300. Dit leverde, samen met de deskresearch, input op voor de kwantitatieve vragenlijst. Vervolgens is het kwantitatieve onderzoek uitgevoerd waaruit bevindingen zijn gehaald die weer als input hebben gefungeerd voor het kwalitatieve onderzoek.

## 02 Weergave uitkomsten

Beide onderzoeken worden in aparte hoofdstukken weergegeven, echter zal er in het kwalitatieve hoofdstuk wel worden teruggegrepen op de kwantitatieve uitkomsten.

Zowel het kwantitatieve als het kwalitatieve onderzoek is verkennend geweest. Er worden zodoende alleen concluderende bevindingen gegeven en worden er geen aanbevelingen gedaan.

## 03 Duiding herkomst

Het CBS heeft recentelijk de categorisering van herkomst gewijzigd. Wij houden in dit rapport nog vast aan de oude categorisering en focussen ons op het gebruik van meer inclusieve terminologie.

## 04 Vergelijking groepen

Binnen het kwantitatieve onderzoek is gekeken naar verschillen binnen de achtergrondvariabelen geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en migratieachtergrond. Daarnaast is er ook gekeken naar verschillen op interesse in Nederlandse geschiedenis en mate van bezoek van musea en/of historische plekken. Wanneer relevant zijn significante verschillen tussen groepen weergegeven of omschreven op de slides.

## 05 NHM → NHI

De term Nationaal Historisch Museum is zoveel mogelijk vermeden in dit onderzoek omdat men dan misschien de associatie legt met een fysiek museum. In het rapport wordt de term Nationaal Historisch Initiatief gebruikt om aan te geven dat de invulling open ligt.

## 06 Significantie

Wanneer groepen significant verschillen, wordt dit aangegeven met de volgende symbolen in de grafieken:

- Significant hoger dan andere groep/gemiddelde +
- Significant lager dan andere groep/gemiddelde -

Om het belang van significante verschillen tussen groepen te duiden, is zowel de grootte van het verschil in procentpunten als de wel of niet significante verschillen tussen groepen op aangrenzende thema's belangrijk om in overweging te nemen. Patronen in significante verschillen tussen groepen bieden vaak meer inzicht dan een significant verschil dat op zichzelf staat.

# Belangrijkste bevindingen | Overkoepelend (1/4)

## Achtergrond

Kantar Public en MARE hebben een verkenning uitgevoerd naar een Nationaal Historisch Museum, in opdracht van het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap.

In juli en augustus heeft **kwantitatief onderzoek** plaatsgevonden onder het publiek (door Kantar Public).

In augustus 2023 zijn de uitkomsten geduid aan de hand van **kwalitatief onderzoek** onder het publiek én experts (door MARE).

Resultaten van beide onderzoeken zijn als separaat rapport opgeleverd. Op deze pagina's worden de belangrijkste overkoepelende bevindingen weergegeven.

## Interesse in geschiedenis is groot.

Een ruime meerderheid heeft enige vorm van interesse in geschiedenis (85%) en een nog groter aantal heeft interesse in Nederlandse geschiedenis (88%). Over de verschillende groepen gezien is de interesse in Nederlandse geschiedenis groter onder ouderen en hoger opgeleiden.

Interesse gaat vaak uit naar veelbesproken en overkoepelende thema's zoals de Tweede Wereldoorlog, maar ook geeft men aan geïnteresseerd te zijn specifieke en verdiepende details van de nationale geschiedenis.

## Wanneer interesse ontbreekt, zijn er verschillende aanknopingspunten om interesse aan te wakkeren.

Nederlanders die geen interesse hebben in de Nederlandse geschiedenis, geven vaak aan wel interesse te hebben in de geschiedenis van thema's waar hun interesse ligt, zoals muziek, film en sport. Hier liggen aanknopingspunten om de interesse van deze groep voor de Nederlandse geschiedenis aan te wakkeren.

## Belangrijkste bevindingen | Overkoepelend (2/4)

### Drijfveren om meer te weten van de nationale geschiedenis komen voort uit het willen verklaren en begrijpen.

---

Het begrijpen van de Nederlandse cultuur en het leren van fouten uit het verleden worden het vaakst genoemd als drijfveer om zich te verdiepen in de Nederlandse geschiedenis.

Daarnaast ervaart een deel van de Nederlanders belemmeringen met betrekking tot het opdoen van kennis van de Nederlandse geschiedenis. Deze belemmeringen hebben vaker te maken met een gebrek aan intrinsieke motivatie (geen interesse in) dan dat zij van praktische (aanbod) of inhoudelijke (thema's) aard zijn.

### Passieve vormen om kennis op te doen van geschiedenis worden vaker gebruikt dan actieve vormen.

---

Een meerderheid van de Nederlanders heeft in de afgelopen twee jaar kennis opgedaan van geschiedenis via documentaire series/films (59%) en het internet (57%). Iets minder dan de helft (45%) heeft dit via musea in Nederland gedaan.

Daarnaast zien we dat van de culturele locaties bioscopen het vaakst worden bezocht, gevolgd door musea en historische plekken en gebouwen. Ouderen en hoger opgeleiden bezoeken vaker musea en historische plekken dan gemiddeld. Jongeren, lager opgeleiden en biculturele Nederlanders bezoeken deze plekken juist minder vaak.

### Er is tevredenheid over het huidige aanbod. Desalniettemin is er ruimte voor verbetering, vooral in het aanbod van onderwerpen.

---

Een meerderheid is tevreden over het huidige aanbod aan vormen om te leren over de Nederlandse geschiedenis (61%). Ook worden de huidige vormen in het aanbod veelal beleefd als toegankelijk. Iets minder dan de helft is tevreden over het huidige aanbod aan onderwerpen (45%). Er wordt erkend dat actuele thema's (zoals slavernij) steeds meer aandacht krijgen en dat het belang van multi-perspectiviteit steeds vaker wordt gezien. Toch is er ruimte voor verbetering. Thema's als de rol van vrouwen in de geschiedenis, de migratiegeschiedenis in Nederland en ook de slavernij verdienen volgens een deel van de Nederlanders nog altijd meer aandacht.

Onder Nederlanders die geen interesse hebben in de Nederlandse geschiedenis, ligt de tevredenheid over het aanbod een stuk lager (35% is tevreden over het aanbod in vormen en 23% is tevreden over het aanbod in onderwerpen).

# Belangrijkste bevindingen | Overkoepelend (3/4)

## Enerzijds tevredenheid, anderzijds draagvlak voor een nieuw initiatief.

---

Ondanks dat er tevredenheid is over het huidige aanbod in vormen en onderwerpen, is er ook veel interesse voor een nieuwe initiatief, veelal gevoed door interesse en nieuwsgierigheid naar nationale geschiedenis. Vier op de tien vinden het zelfs nodig dat er iets nieuws komt.

De invulling van een nieuw initiatief kan in beleving op verschillende manieren.

- Een *verbetering* van wat er al is, omdat het aanbod al zo rijk is; meer verbindend en samenhang (specifieke en algemene geschiedenis, persoonlijke en nationale geschiedenis, verschillende initiatieven), betere toegankelijkheid (kosten, bereikbaarheid) en aandacht voor diversiteit in perspectieven (verschillende standpunten).
- Iets *nieuws*, dat het bestaande met iets nieuws combineert (en dus niet per se iets anders). Behoefte ligt hierbij bij iets fysieks, dat een ervaring biedt en als aanknopingspunt naar de brede geschiedenis dient.

## Een mix van vormen om kennis op te doen van geschiedenis is nodig om een compleet beeld te krijgen.

---

Documentaire films/series is de meest gekozen vorm voor een nieuw initiatief (18% kiest voor deze vorm). Daarna worden onderwijs (13%), film/series (13%) en het internet (11%) het vaakst gekozen.

Deze vormen van kennis opdoen over de Nederlandse geschiedenis zijn vooral passief. In beleving is het goed een mix van vormen te gebruiken om het complete verhaal en verschillende perspectieven mee te krijgen.

- Zuiver *passieve* vormen van vertellen over de geschiedenis (zoals in geschreven woorden en beeld) zijn heel toegankelijk en daarom aansprekend, maar dit raakt/ beklijft veelal onvoldoende.
- Meer *actieve* vormen, zoals een ervaring (d.m.v. technologie, fysieke (historische) plekken) raken en dragen bij aan het écht kunnen begrijpen en verklaren van persoonlijke, lokale en nationale geschiedenis.

## Het nieuwe initiatief moet voldoen aan verschillende eisen.

---

Voor de vorm van het nieuwe initiatief is het van belang dat men hier plezier aan beleeft, geprikkeld en geïnspireerd wordt.

Daarnaast vindt een ruime meerderheid van de Nederlanders dat een nieuw initiatief toegankelijk moet zijn voor iedereen die in Nederland woont (84%), minder bekende onderdelen van de Nederlandse geschiedenis moet tonen (78%) en verschillende standpunten naar voren moet laten komen (75%).



# Belangrijkste bevindingen | Overkoepelend (4/4)

## Verdeeldheid over de rol van de overheid in het nieuwe initiatief.

---

Iets minder dan de helft van de Nederlanders vindt het de taak van de overheid om het nieuwe initiatief op te richten (44%). Daarnaast vindt een kleine meerderheid dat de overheid betrokken moet zijn bij de financiering van het nieuwe initiatief (53%). Ongeveer één derde vindt dat de overheid betrokken moet worden bij de inhoud (33%) en de invulling (32%) van het nieuwe initiatief. Ongeveer een kwart vindt dat de overheid zich niet met het nieuwe initiatief moet bezighouden (26%).

## Er is op alle onderdelen een duidelijke tweedeling te zien in achtergrondkenmerken.

---

Verschillen in opleiding, leeftijd, migratieachtergrond en frequentie van bezoek zijn aanwezig. We zien een patroon waarin onder hoogopgeleiden, frequente bezoekers en ouderen meer draagvlak is voor een nieuw initiatief. Ook zijn deze groepen meer tevreden met het huidige aanbod en de toegankelijkheid daarvan. Een belangrijke kanttekening is wel dat deze verschillen niet heel groot zijn. Ook onder laagopgeleiden, jongeren en niet-frequente bezoekers staat een meerderheid positief tegenover een nieuw initiatief.

## Uit de segmentatie komen 5 duidelijke clusters naar voren.

---

1. Jonge diverse actieve groep, boven gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (22%).
2. Oudere passieve groep, onder gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (24%).
3. Hoger opgeleide actieve groep van alle leeftijden, boven gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (19%).
4. Hoger opgeleide oudere actieve groep, boven gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (17%).
5. Jonge diverse lager opgeleide groep, onder gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (18%).

*NB. De segmenten zijn niet verdiept in kwalitatief onderzoek.*

# KANTAR PUBLIC

Publieksonderzoek  
verkenning nationaal  
historisch museum

Kwantitatief onderzoek

Uitgevoerd door: Kantar Public



# Onderzoeksspecificaties kwantitatief onderzoek



## Doelgroep

Nederlanders van 16 t/m 75 jaar, representatief op geslacht, leeftijd (16-75), regio, huishoudgrootte, opleidingsniveau en migratieachtergrond.



## Steekproefbron

Voor de Insights Explorer en het online kwantitatieve onderzoek is gebruik gemaakt van ons consumenten panel NIPObase. Om te zorgen dat de biculturele Nederlanders (Nederlanders met een niet-westerse migratieachtergrond van de 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> generatie) ook goed vertegenwoordigd waren in onze steekproef is er aanvullend ook face-to-face onderzoek uitgevoerd. Zij hebben de online vragenlijst van het kwantitatieve onderzoek voorgelegd aan biculturele Nederlanders (achtergrond in Marokko, Turkije, Suriname en caribisch gebied) op verschillende locaties in Nederland.



## Respons

Bruto zijn er voor het online kwantitatieve onderzoek n= 6.297 respondenten uitgenodigd. Uiteindelijk hebben n= 3.036 respondenten deelgenomen (respons 48%). Aan het face-to-face onderzoek hebben n=200 respondenten deelgenomen. Bij de data analyse en datacontrole zijn 17 respondenten verwijderd uit de dataset.



## Online methode & Face-to-face

Voor dit onderzoek is gebruikt gemaakt van een online vragenlijst (CAWI: computer assisted web interviewing). Respondenten ontvingen een e-mail met daarin informatie over het onderzoek en een link naar de online vragenlijst. Dezelfde vragenlijst is gebruikt voor het face-to-face onderzoek. Enquêteurs hebben de vragenlijst door respondenten laten invullen op een tablet. Bij personen die digitaal minder vaardig waren of de Nederlandse taal niet voldoende beheersten is de vragenlijst afgenomen door de enquêteurs.



## Vragenlijst

De vragenlijst is opgesteld door Kantar Public in samenspraak met het ministerie van OCW. De gemiddelde invulduur bedroeg ongeveer 10 minuten.



## Veldwerkperiode

Het online veldwerk van de Insights Explorer heeft gelopen van 5 juli t/m 9 juli 2023.

Het online veldwerk van het kwantitatieve onderzoek heeft gelopen van 25 juli t/m 6 augustus 2023.

Het face-to-face veldwerk onder biculturele Nederlanders heeft gelopen van 28 juli t/m 10 augustus 2023.

# Belangrijke inzichten (1/3)

## Interesse in geschiedenis is groot

Ruime meerderheid heeft enige vorm van interesse in geschiedenis (85%) en nog meer in Nederlandse geschiedenis (88%). Over verschillende groepen gezien is de interesse voor geschiedenis groter onder ouderen, mannen en hoger opgeleiden.

Van de onderwerpen waar Nederlanders de meeste interesse in hebben staat de Tweede Wereldoorlog bovenaan. Meer dan de helft heeft hiervoor gekozen. Dit wordt gevolgd door De Watersnoodramp en het dagelijks leven van de burger in verschillende tijdperken.



## Geschiedenisconsumptie om cultuur en gedrag te begrijpen

Het begrijpen van de Nederlandse cultuur en het leren van fouten uit het verleden worden het vaakst genoemd als drijfveer voor consumptie van Nederlandse geschiedenis.

Een kwart krijgt een gevoel van trots, iets wat minder vaak voorkomt onder biculturele Nederlanders. Voor deze groep helpt kennis over de Nederlandse geschiedenis vaker om het gedrag van andere mensen te begrijpen.



## Intrinsieke motivatie sterk bepalend voor opdoen van kennis over de Nederlandse geschiedenis

Nederlanders ervaren vaker belemmeringen die te maken hebben met een gebrek aan intrinsieke motivatie (geen interesse in) dan belemmeringen die van praktische of inhoudelijke aard zijn.



## Documentaire films/series en internet zijn meest benutte middelen om kennis op te doen

De meerderheid van de Nederlanders heeft in de afgelopen twee jaar hiermee kennis opgedaan van de Nederlandse geschiedenis. Ook bezoekt een ruime meerderheid van de Nederlanders minstens één keer per jaar een museum of historische plek. We zien dat ouderen en hoger opgeleiden vaker musea en historische plekken bezoeken dan gemiddeld. Jongeren, lager opgeleiden en biculturele Nederlanders bezoeken deze plekken juist minder vaak.

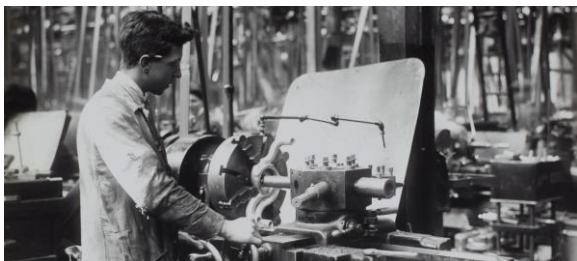




## Belangrijke inzichten (2/3)

### Verschillende aanknopingspunten voor geschiedenisconsumptie bij Nederlanders die geen interesse hebben in geschiedenis

Ondanks dat deze groep meer interesse heeft in muziek, film en sport, geeft meer dan de helft van deze mensen wel aan geïnteresseerd te zouden zijn in de geschiedenis van deze onderwerpen in Nederland. Ze zijn het meest geïnteresseerd in geschiedenis ten aanzien technologie, economie of sport in Nederland.



### Er is tevredenheid over het huidige aanbod maar ook draagvlak voor een Nationaal Historisch Initiatief

Ondanks dat er tevredenheid is over het huidige aanbod in vormen en onderwerpen, is er ook veel interesse voor een NHI en vinden vier op de tien het zelfs nodig.

Over de noodzaak voor een NHI zijn de Nederlanders wel verdeeld, net als de rol die de overheid moet spelen bij de totstandkoming en of het een goede besteding is vanuit de overheid. Toch vindt meer dan de helft van de Nederlanders dat de overheid betrokken moet zijn bij de financiering van dit nieuwe platform, tegenover een kwart die vindt dat de overheid zich hier niet mee moet bezighouden.



### Bij een NHI moet meer aandacht komen voor de rol van vrouwen in de geschiedenis, de migratiegeschiedenis en slavernij

Ondanks dat de meerderheid van de Nederlanders geïnteresseerd is in de Tweede Wereldoorlog, worden ook andere onderwerpen genoemd waar meer aandacht voor zou moeten zijn. Zo vindt ongeveer één op de vijf Nederlanders dat er meer aandacht moet zijn voor de rol van vrouwen in de geschiedenis. Ook de migratiegeschiedenis in Nederland en de slavernij worden door ongeveer één op de vijf Nederlanders genoemd als onderwerpen waar meer aandacht voor moet zijn.



### De toegedichte mate van toegankelijkheid hangt samen met verschillende factoren

De mate van toegankelijkheid van de verschillende vormen om kennis over de geschiedenis op te doen, lijkt gelinkt te zijn met interesse in Nederlandse geschiedenis, opleidingsniveau, leeftijd, migratieachtergrond en tevredenheid met het huidige aanbod. Zo vinden Nederlanders die (heel) ontevreden zijn met het huidige aanbod in vorm en onderwerpen de huidige vormen ook vaker (helemaal) niet toegankelijk.



## Belangrijke inzichten (3/3)

### Documentaire films/series is de meest gekozen vorm voor een NHI

Bijna een op de vijf Nederlanders vindt dat de overheid hiervoor zou moeten kiezen als nieuw initiatief om kennis te delen over de Nederlandse geschiedenis. Bij ouderen gaat de voorkeur vaker dan gemiddeld uit naar documentaire films/series en onderwijs. Jongeren kiezen vaker dan gemiddeld voor social media waar ouderen juist minder vaak voor kiezen. Voor alle vormen die zijn benoemd om de geschiedenis te consumeren (of het nou films, sociale media of fysieke musea zijn) wordt aangegeven dat het van belang is dat men er plezier aan ontleent, men geprikkeld en geïnspireerd wordt. De mate waarin aan bepaalde verwachtingen moet worden voldaan, verschilt wel tussen de vormen. Daarnaast vinden Nederlanders dat een NHI vooral toegankelijk moet zijn voor iedereen die in Nederland woont, ook minder bekende onderdelen van de Nederlandse geschiedenis moeten worden getoond en verschillende standpunten dienen naar voren te komen.



### Er is op alle onderdelen een duidelijke tweedeling te zien in achtergrondkenmerken

Verschillen in opleiding, leeftijd, migratieachtergrond en frequentie van bezoek zijn aanwezig. We zien een patroon waarin onder hoogopgeleiden, frequente bezoekers en ouderen meer draagvlak is voor een nieuw initiatief. Ook zijn deze groepen meer tevreden met het huidige aanbod en de toegankelijkheid daarvan. Een belangrijke kanttekening is wel dat deze verschillen niet heel groot zijn. Ook onder laagopgeleiden, jongeren en niet-frequente bezoekers is er onder een meerderheid draagvlak voor een nieuw initiatief.



### Uit de segmentatie komen 5 duidelijke clusters naar voren

1. Jonge diverse actieve groep, boven gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (22%)
2. Oudere passieve groep, onder gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (24%)
3. Hoger opgeleide actieve groep van alle leeftijden, boven gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (19%)
4. Hoger opgeleide oudere actieve groep, boven gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (17%)
5. Jonge diverse lager opgeleide groep, onder gemiddelde interesse en draagvlak voor NHI (18%)





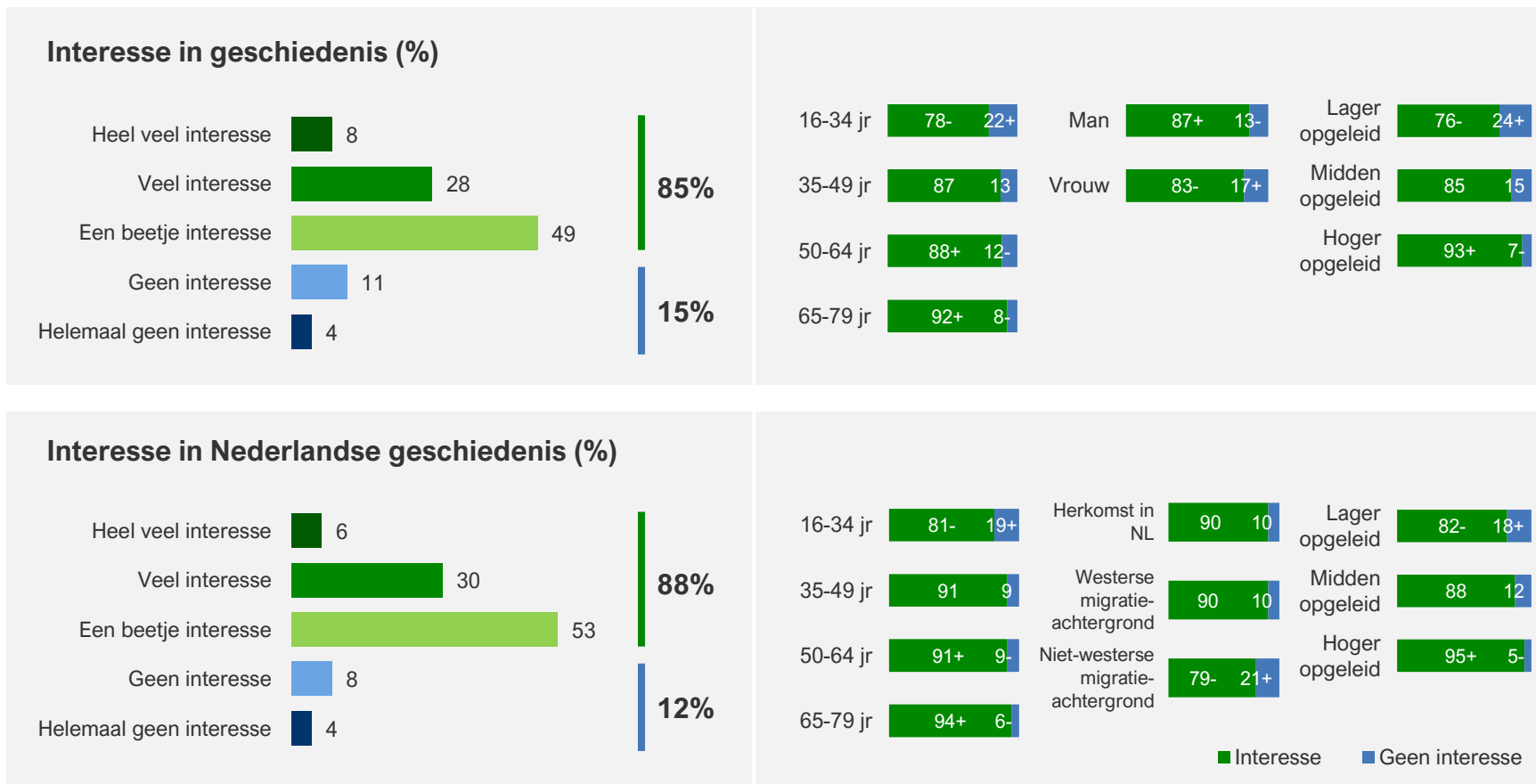
# 1 Belangstelling voor de Nederlandse geschiedenis



# Ruime meerderheid heeft enige interesse in geschiedenis en nog meer in Nederlandse geschiedenis

Over verschillende groepen gezien is de **interesse voor geschiedenis** in zijn algemeenheid groter onder ouderen, mannen en hoger opgeleiden. De interesse is lager onder jongeren, vrouwen en lager opgeleiden, maar nog steeds is een meerderheid onder hen geïnteresseerd.

Met betrekking tot de mate van **interesse in de Nederlandse geschiedenis** is geen verschil te zien in geslacht, maar juist wel in migratieachtergrond. Ondanks dat een ruime meerderheid biculturele Nederlanders wel interesse heeft in Nederlandse geschiedenis, hebben zij dit minder vaak dan autochtone Nederlanders.

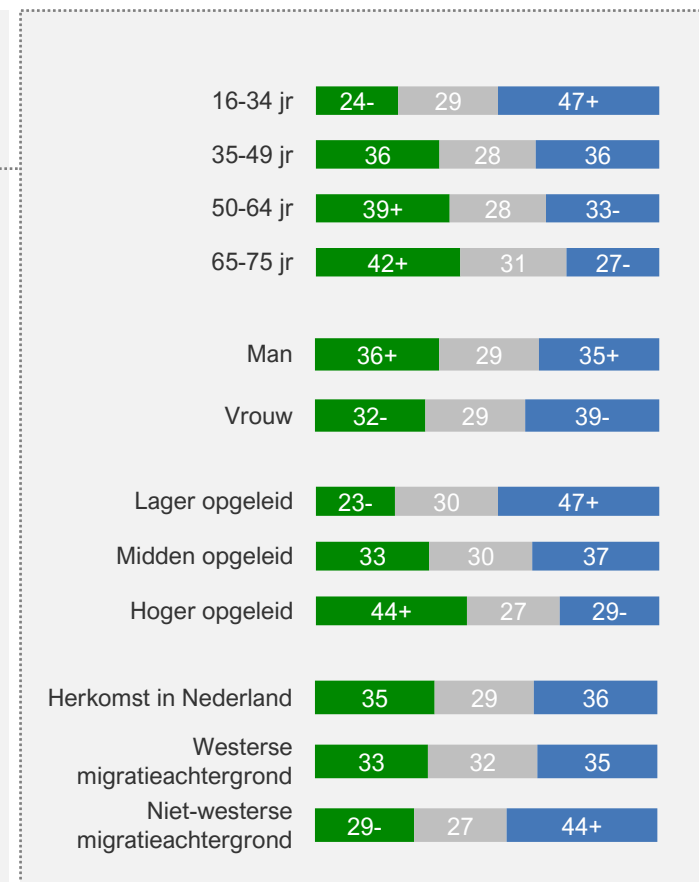
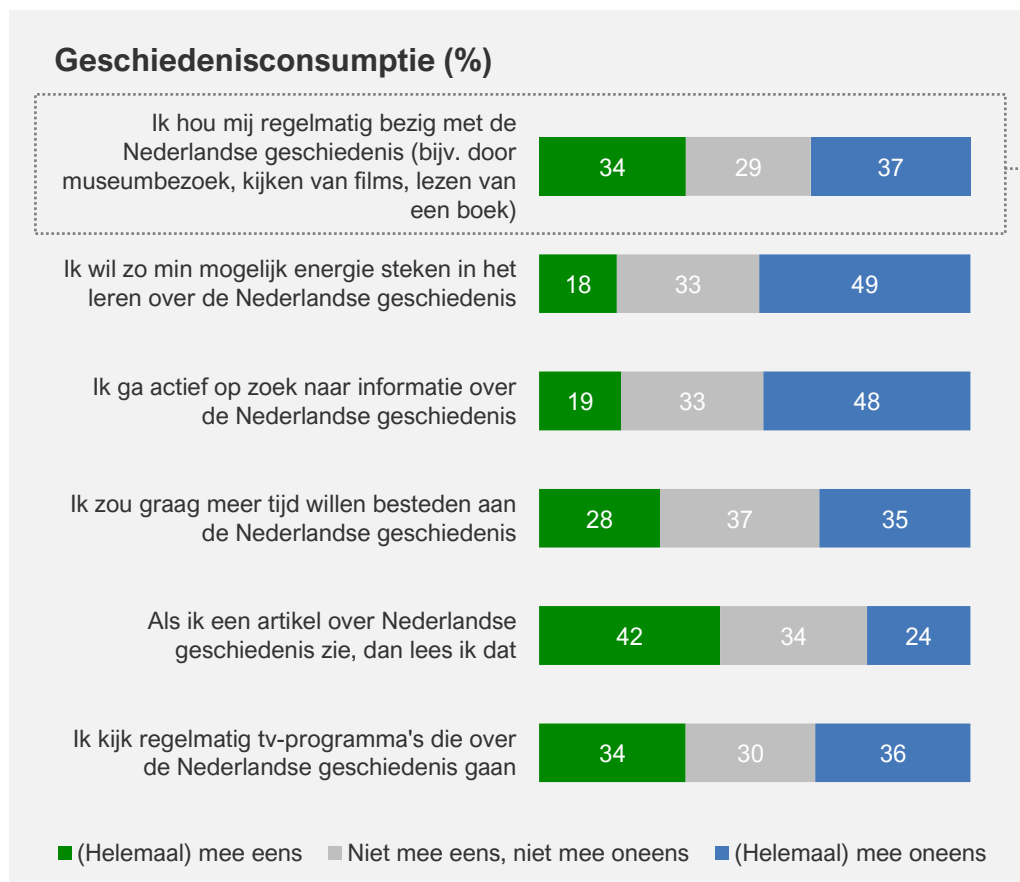


Q1 & Q2: In hoeverre heb je wel of geen interesse in (Nederlandse) geschiedenis? | Basis: totale steekproef, n=3.219



# Nederlanders zijn verdeeld in hun geschiedenisconsumptie. Ruim een derde houdt zich wel bezig met Nederlandse geschiedenis, maar ook ruim een derde niet

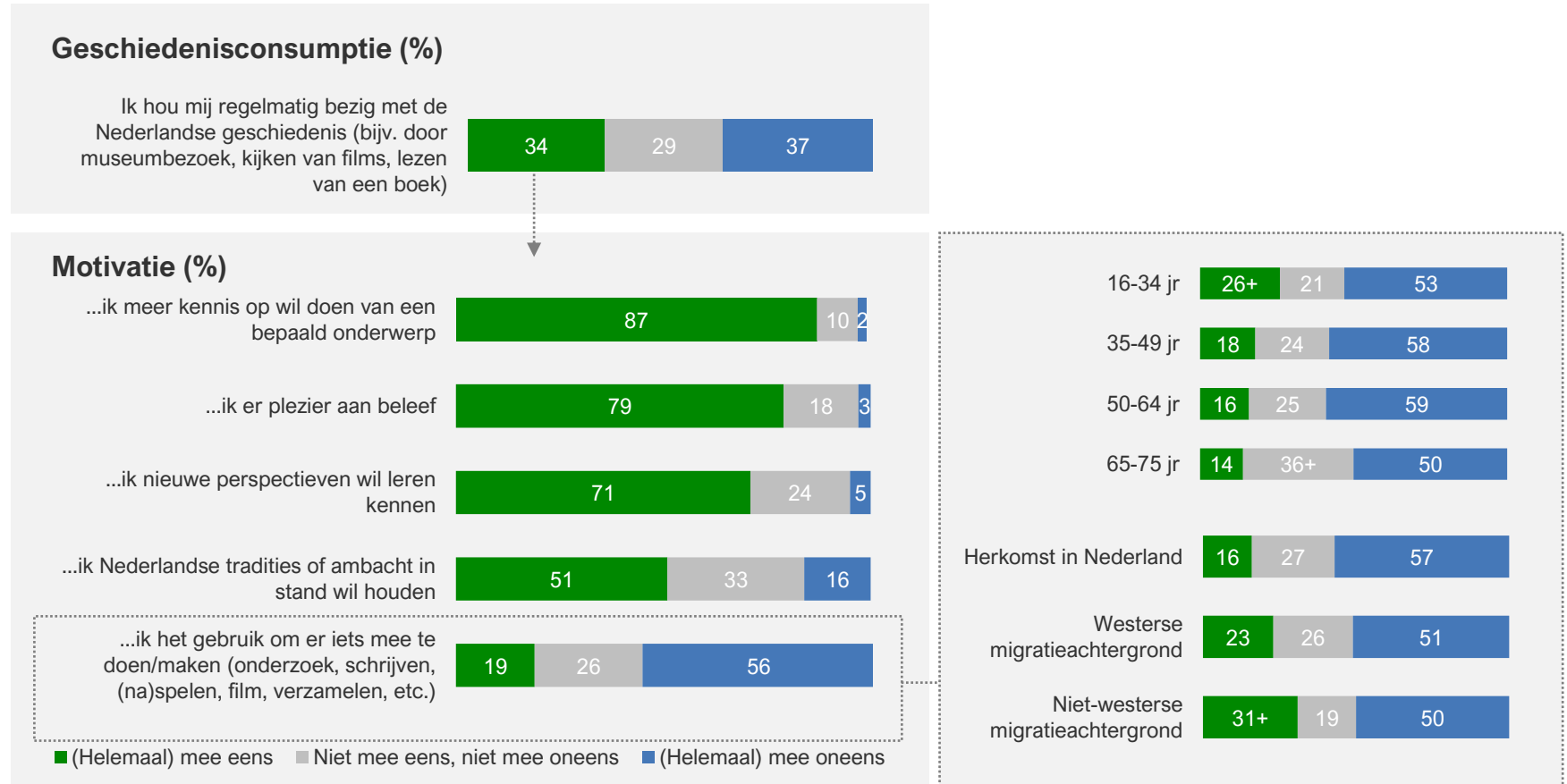
Wederom is te zien dat een groter deel van de ouderen, mannen en hoger opgeleiden zich **regelmatig bezig houdt met Nederlandse geschiedenis** dan jongeren, vrouwen, lager opgeleiden en biculturele Nederlanders.



Q4: Consumptiegeschiedenis: In hoeverre ben je het eens of oneens met de onderstaande stellingen? | Basis: totale steekproef, n=3.219

# Nederlanders die zich bezig houden met Nederlandse geschiedenis willen vooral kennis opdoen en één op de vijf gebruikt het om er iets mee te doen/maken

Jongeren en biculturele Nederlanders geven vaker dan gemiddeld aan zich regelmatig met de Nederlandse geschiedenis bezig te houden, omdat ze **het gebruiken om er iets mee te doen/maken**. Mogelijkerwijs heeft dit ook te maken met de toepassing van deze kennis voor school en studie.



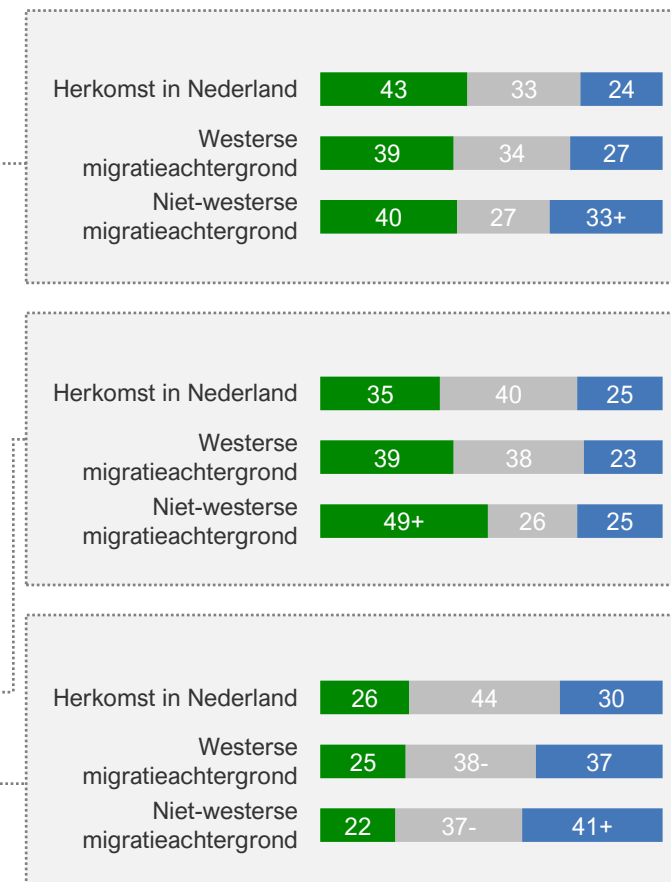
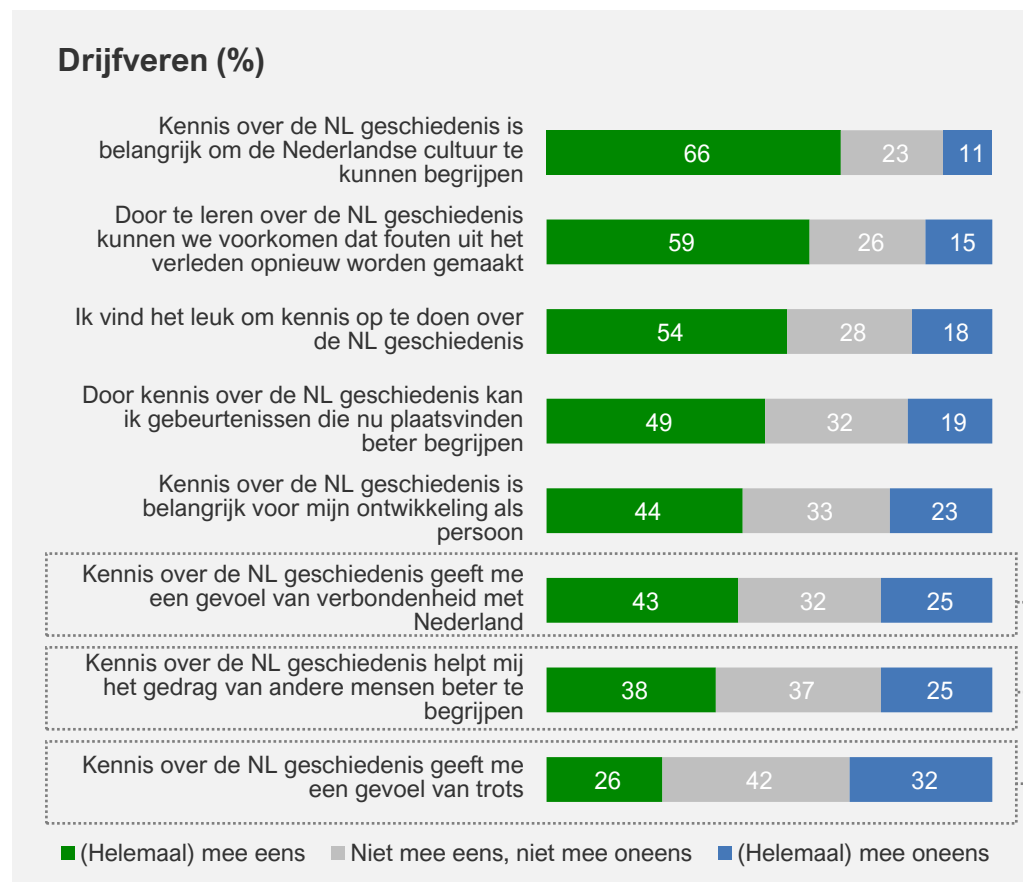
Q5: Motivatie bezighouden met Nederlandse geschiedenis: In hoeverre ben je het eens of oneens met de onderstaande stellingen? | Basis: respondenten die zich regelmatig bezig houden met de Nederlandse geschiedenis, n=1.167

# Het begrijpen van de Nederlandse cultuur en het leren van fouten uit het verleden worden het vaakst benoemd als drijfveer voor de consumptie van kennis over geschiedenis

De resultaten maken ook duidelijk dat **veel verschillende drijfveren** een rol spelen bij de interesse en consumptie van geschiedenis.

Nederlanders met enige vorm van interesse in de Nederlandse geschiedenis kunnen zich vaker vinden in deze drijfveren dan mensen zonder interesse.

Biculturele Nederlanders gaven vaker aan dat kennis over de Nederlandse geschiedenis hen helpt bij het begrijpen van gedrag van andere mensen. Tegelijkertijd gaven biculturele Nederlander minder vaak aan dat kennis over de Nederlandse geschiedenis hen een gevoel van trots en verbondenheid geeft.

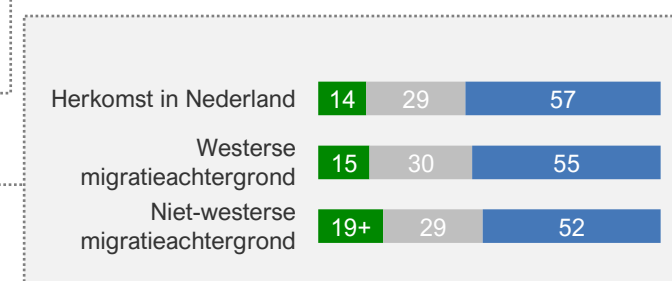
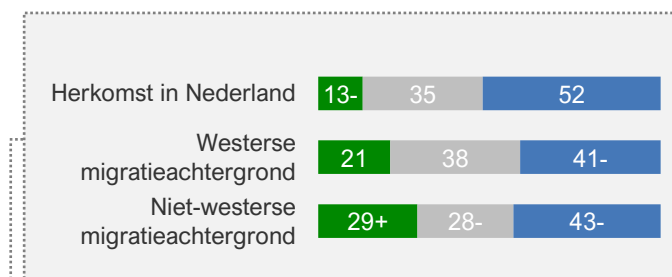
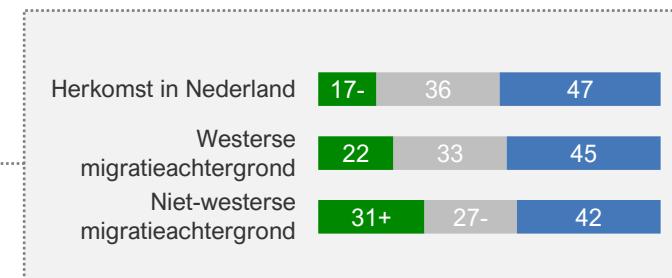
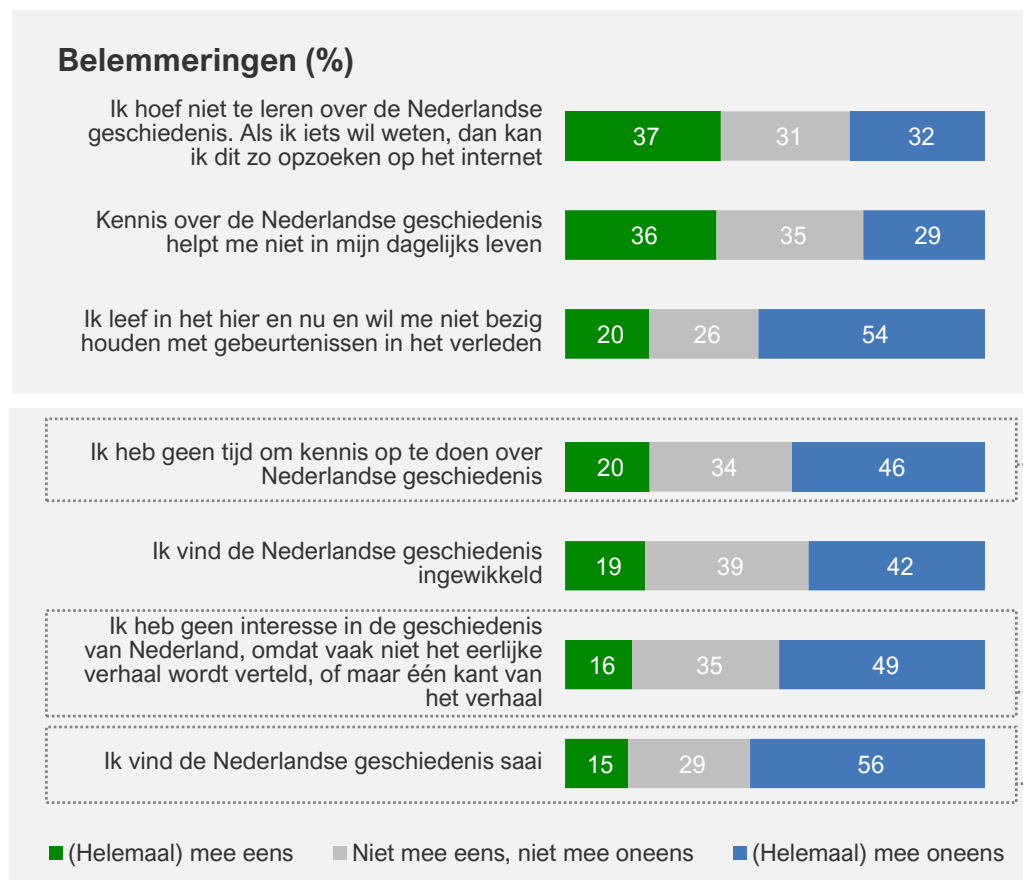


Q6: Drijfveren: In hoeverre ben je het eens of oneens met de onderstaande stellingen? | Basis: totale steekproef, n=3.219

# Een deel van de Nederlanders ervaart belemmeringen rondom het opdoen van kennis over de Nederlandse geschiedenis

Nederlanders ervaren vaker belemmeringen die te maken hebben met een **gebrek aan intrinsieke motivatie** dan belemmeringen van praktische of inhoudelijke aard.

Nederlanders zonder enige vorm van interesse in de Nederlandse geschiedenis of die niet frequent musea en/of historische plekken bezoeken, zijn het vaker eens met zowel de intrinsieke als praktische belemmeringen.



Q7: Belemmeringen: In hoeverre ben je het eens of oneens met de onderstaande stellingen? | Basis: totale steekproef, n=3.219



2

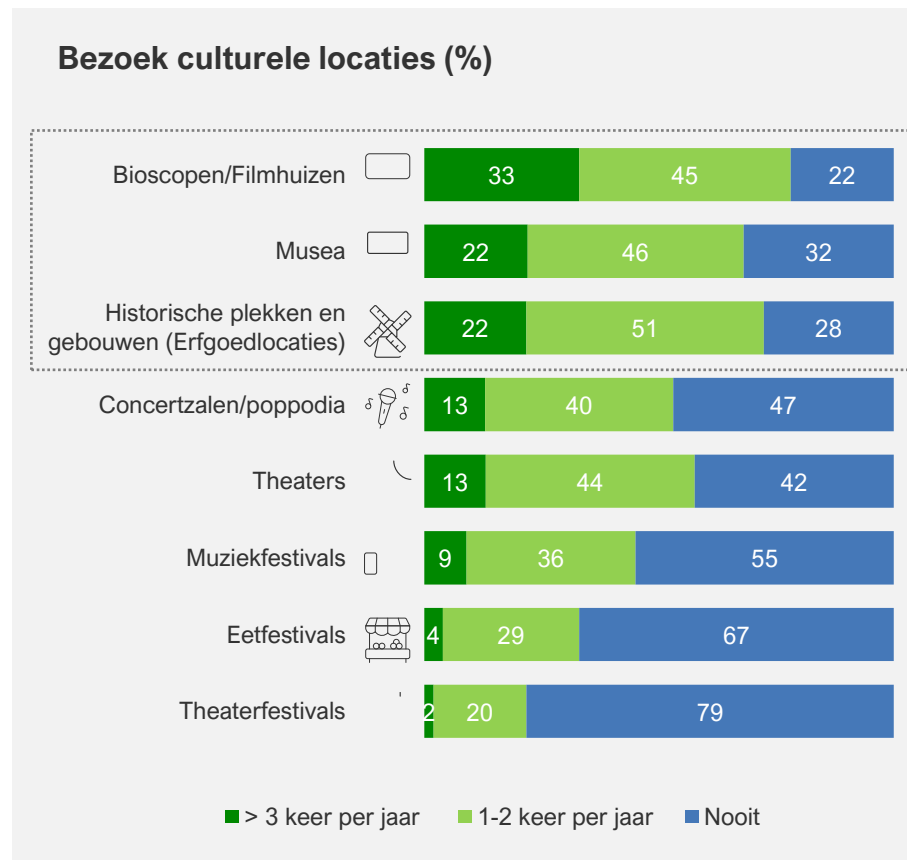
Bezoek culturele locaties en  
vormen van kennis opdoen



# Van de culturele locaties worden bioscopen het vaakst bezocht, gevolgd door historische plekken/gebouwen en musea

Ook hier zien we dat ouderen en hoger opgeleiden **vaker musea en historische plekken bezoeken** dan gemiddeld. Jongeren, lager opgeleiden en biculturele Nederlanders bezoeken deze plekken juist minder vaak.

Bioscopen/filmhuizen worden vaker bezocht door jongeren, hoger opgeleiden en vrouwen.



**Bezoekt >1 keer per jaar**

	Man	Vrouw
Historische plekken en gebouwen	72%	73%
Musea	67%	69%
Bioscopen/filmhuizen	75% -	80% +

	16-34 jaar	65-75 jaar
Historische plekken en gebouwen	64% -	77% +
Musea	61% -	75% +
Bioscopen/filmhuizen	89% +	54% -

	Lager opgeleid	Hoger opgeleid
Historische plekken en gebouwen	59% -	85% +
Musea	54% -	82% +
Bioscopen/filmhuizen	72% -	82% +

	Herkomst in NL	Westerse migratie-achtergrond	Niet-westerse migratieachtergrond
Historische plekken en gebouwen	76%	71%	57% -
Musea	69%	72%	58% -
Bioscopen/filmhuizen	77%	82%	78%

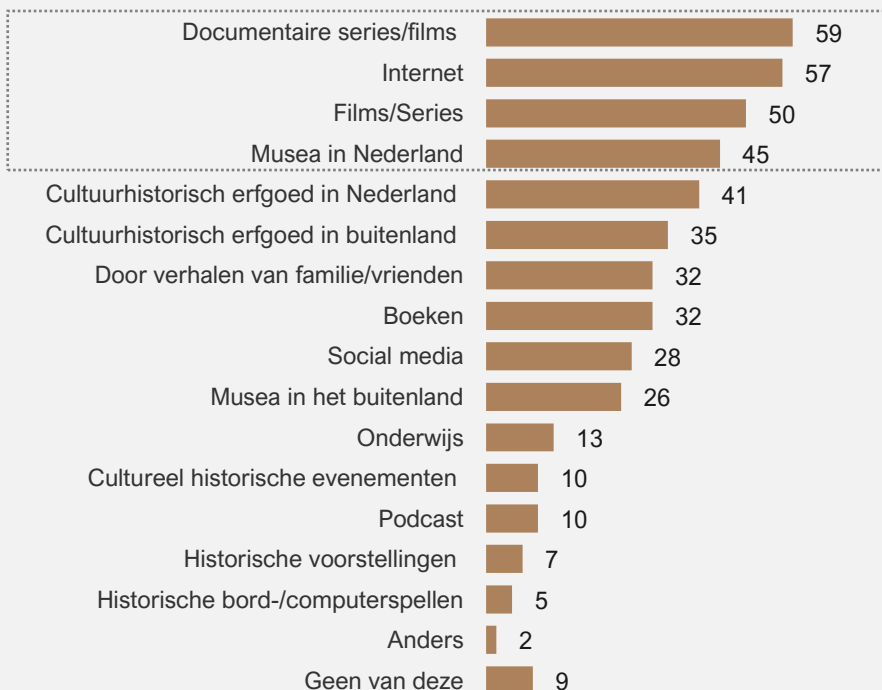
Q8: Bezoek: Hoe vaak bezoek je gemiddeld per jaar de volgende culturele locaties in Nederland? | Basis: totale steekproef, n=3.219

# De meerderheid van de Nederlanders heeft kennis opgedaan van geschiedenis via een verscheidenheid aan middelen, waarbij documentaires films/series en internet het meest

Mannen, ouderen en hoogopgeleiden hebben vaker in de afgelopen 2 jaar kennis van geschiedenis opgedaan via **documentaire series/films**. Ook hebben ouderen en hoogopgeleiden vaker kennis opgedaan via musea in Nederland.

We zien geen verschillen in herkomst in de manieren waarop men in de afgelopen 2 jaar kennis van geschiedenis heeft opgedaan.

## In de afgelopen 2 jaar kennis van geschiedenis opgedaan via... (%)



## Top 3

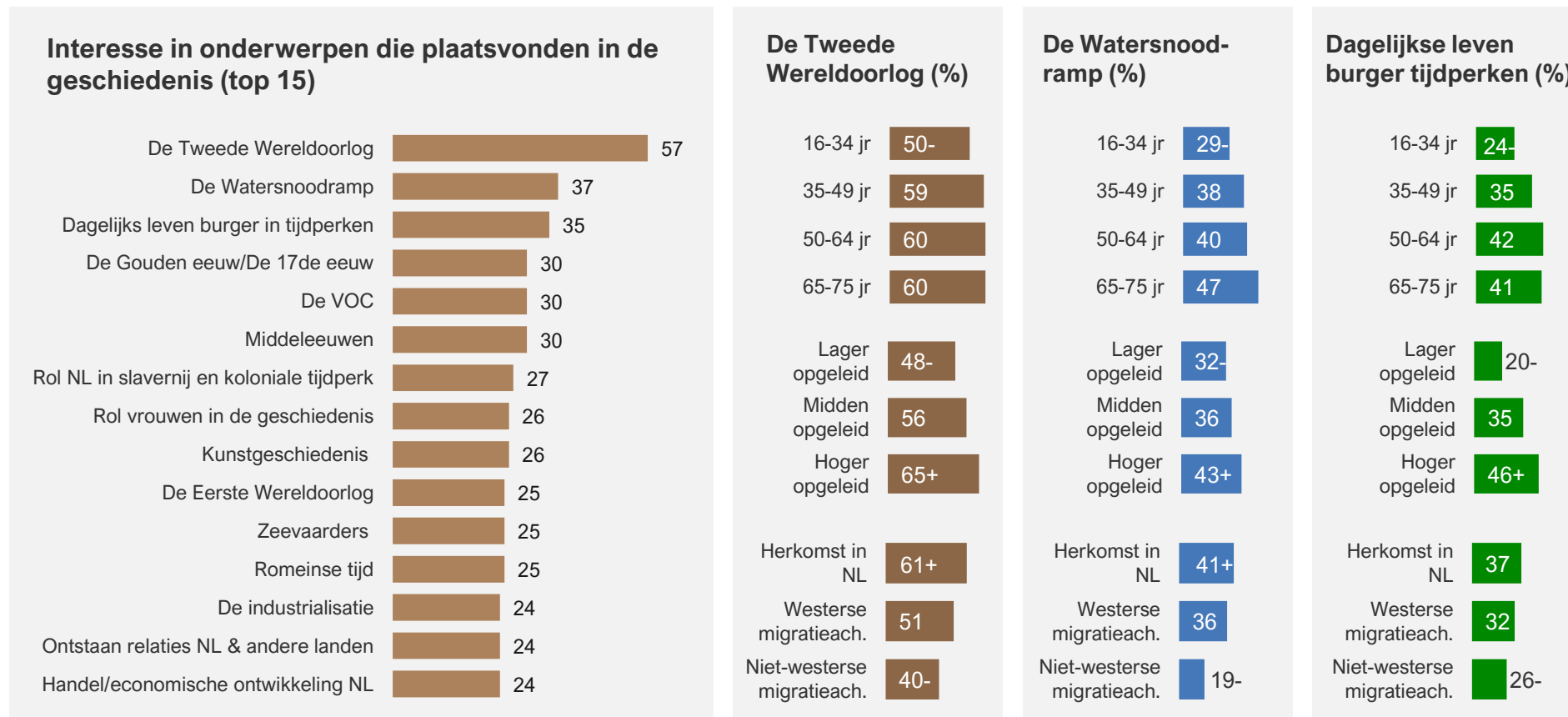
Man		Vrouw	
1. Documentaire series/films	62% +	1. Documentaire series/films	57% -
2. Internet	61% +	2. Internet	54% -
3. Films/series	50%	3. Films/series	50%
<b>16-34 jaar</b>		<b>65-75 jaar</b>	
1. Internet	53%	1. Documentaire series/films	67% +
2. Documentaire series/films	51% -	2. Internet	58%
3. Films/series	48%	3. Musea in Nederland	51% +
<b>Lager opgeleid</b>		<b>Hoger opgeleid</b>	
1. Internet	49% -	1. Documentaire series/films	67% +
2. Documentaire series/films	47% -	2. Internet	66% +
3. Films/series	42% -	3. Musea in Nederland	60% +
<b>Herkomst in NL</b>	<b>Westerse migratie-achtergrond</b>	<b>Niet-westerse migratieachtergrond</b>	
1. Documentaire series/films	59%	1. Documentaire series/films	63%
2. Internet	57%	2. Internet	59%
3. Films/series	50%	3. Films/series	48%
1. Documentaire series/films	56%	2. Internet	55%
2. Internet	55%	3. Films/series	50%

Q9: Vormen van kennis op doen: Op welke manieren heb je in de afgelopen 2 jaar kennis op gedaan van geschiedenis? | Basis: totale steekproef, n=3.219

# Bijna zes op de tien Nederlanders zijn geïnteresseerd in de Tweede Wereldoorlog en ruim een derde in de watersnoodramp en het dagelijks leven van de burger in verschillende tijdperken

Afgezien van de Tweede Wereldoorlog is er voor geen ander onderwerp een meerderheid te zien die daarin interesse zou hebben.

Onder **biculturele Nederlanders** is er minder interesse in de meest genoemde onderwerpen. Deze groep kiest het meest voor de Tweede Wereldoorlog (40%), Rol van Nederland in slavernij en het koloniale tijdperk (33%) en het dagelijks leven (26%).



Q13: Interesse in onderwerpen: In welke van de onderstaande onderwerpen die plaats hebben gevonden in de Nederlandse geschiedenis ben je geïnteresseerd? | Basis: totale steekproef, n=3.219



3

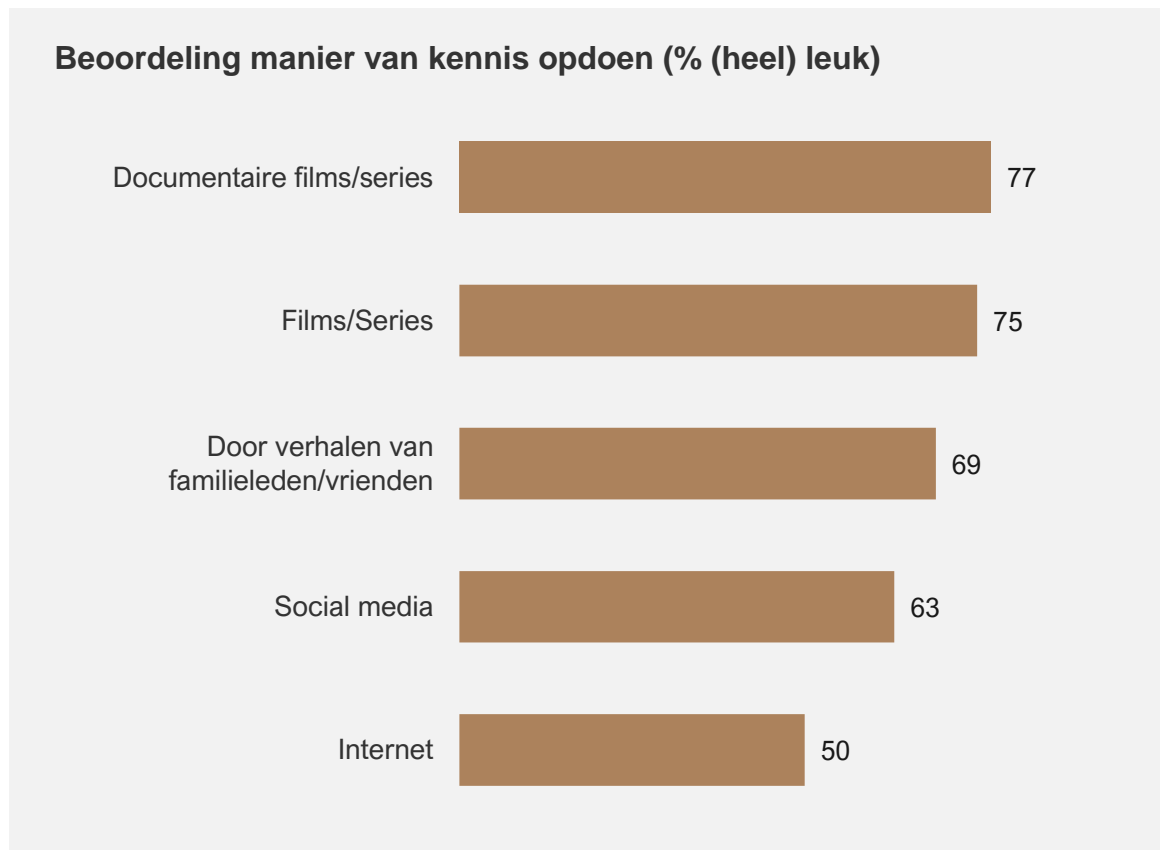
Nederlanders die niet  
geïnteresseerd zijn in  
Nederlandse geschiedenis



# Verschillende aanknopingspunten voor geschiedenisconsumptie bij Nederlanders die geen interesse hebben in geschiedenis

Vanuit de Insights Explorer werd duidelijk dat de groep die geen interesse heeft in Nederlandse geschiedenis weinig input geeft voor aanknopingspunten waardoor hun interesse voor Nederlandse geschiedenis aangewakkerd zou kunnen worden.

Daarom is bij deze groep gekeken naar welke manieren van kennis opdoen zij wel aansprekend vinden. Vanuit de gedachte dat via deze kanalen deze groep mogelijk aangesproken kan worden voor interesse in de Nederlandse geschiedenis en het NHI.

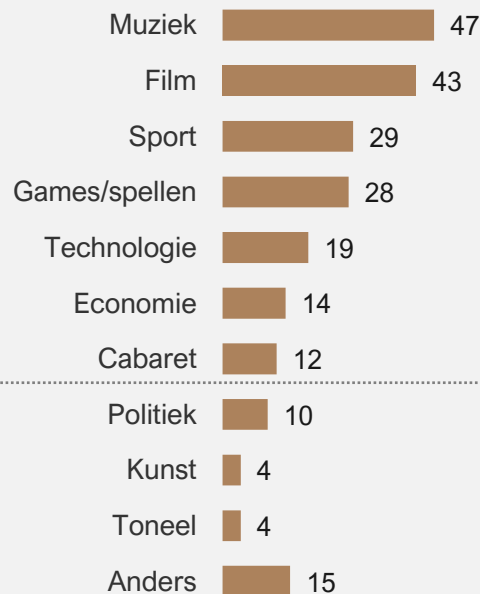


Q10: Beoordeling manier kennis op doen: Wat vond je van die ervaringen? | Basis respondenten die niet geïnteresseerd zijn in Nederlandse geschiedenis: Documentaire films/series n=63; Films/series n=82; Door verhalen van familieleden/vrienden n=68; Social media n=60; Internet n=83

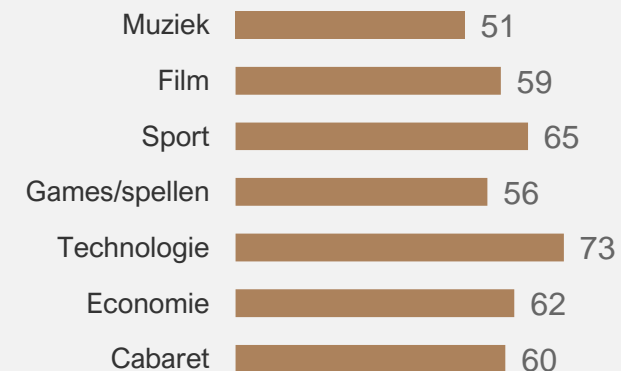
# Ook bij Nederlanders die in eerste instantie aangeven geen interesse te hebben blijkt toch interesse

Nederlanders die niet geïnteresseerd zijn in geschiedenis geven vooral aan geïnteresseerd te zijn in muziek, film en sport. Ondanks dat ze aangeven niet geïnteresseerd te zijn in Nederlandse geschiedenis geeft toch meer dan de helft van deze mensen aan dat ze wel geïnteresseerd zouden zijn in de geschiedenis van deze onderwerpen in Nederland.

**Meer geïnteresseerd in deze onderwerpen dan Nederlandse geschiedenis (%)**



**In meer of mindere mate geïnteresseerd in de geschiedenis van dit onderwerp in Nederland (%)**



**Q11: Meer interesse in andere onderwerpen:** In welke van de onderstaande onderwerpen ben je meer geïnteresseerd dan de Nederlandse geschiedenis? | Basis: respondenten die niet geïnteresseerd zijn in Nederlandse geschiedenis, n=341  
**Q12: Mate van interesse:** In hoeverre zou je geïnteresseerd zijn in de geschiedenis van dit onderwerp in Nederland? | Basis: respondenten die niet geïnteresseerd zijn in Nederlandse geschiedenis: Cabaret n=43; Sport n=93; Muziek n=151; Games n=80; Technologie n=59; Economie n=48; Film n=140



4

Wensen en behoeften ten  
aanzien van een Nationaal  
Historisch Initiatief

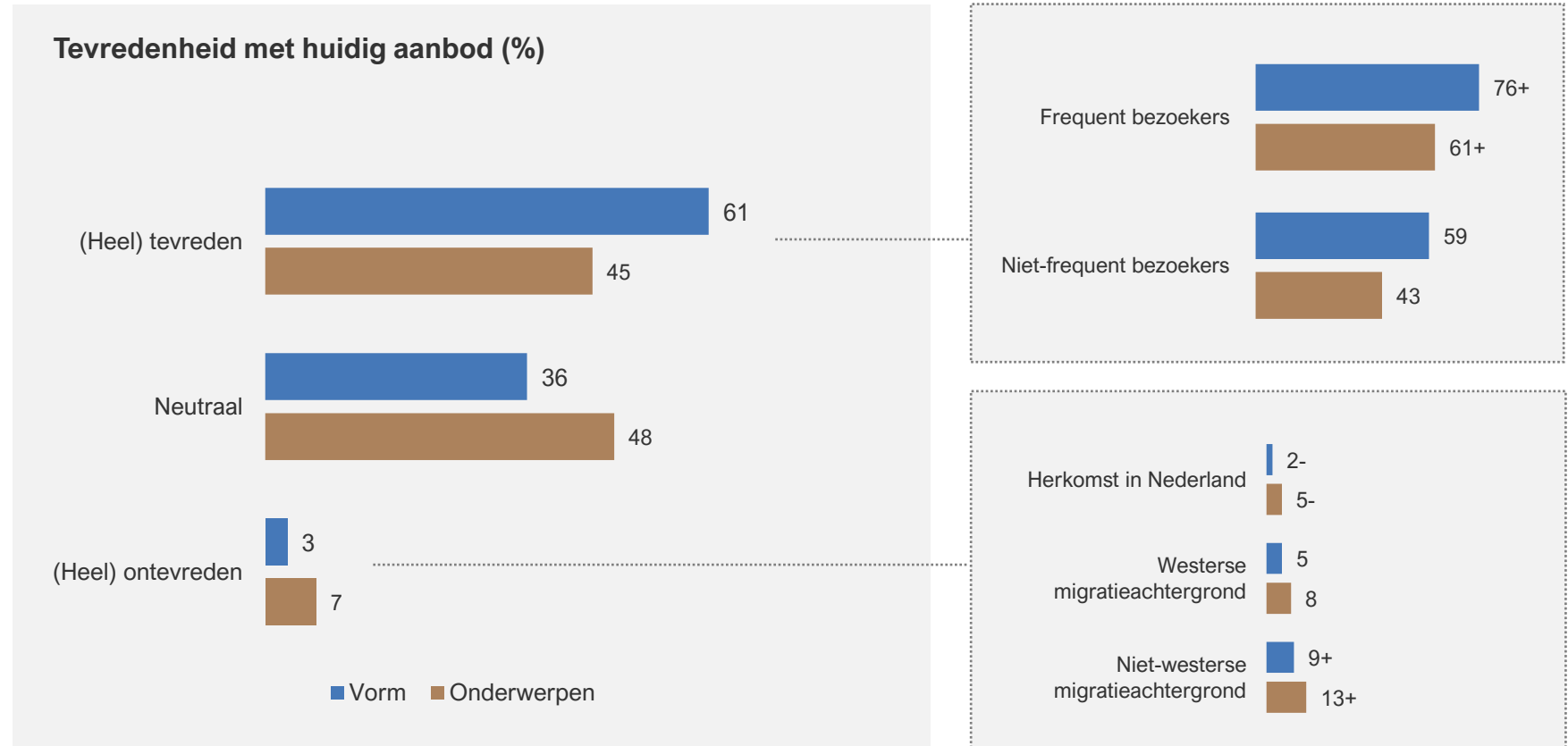




# Ruim zes op de tien is (heel) tevreden met het huidige aanbod aan vormen om te leren over de Nederlandse geschiedenis. Echter is er minder tevredenheid met het aanbod in onderwerpen

Nederlanders die frequent (>3 keer per jaar) musea of historische plekken bezoeken zijn vaker (heel) tevreden met het aanbod dan Nederlanders die dat weinig tot nooit doen.

Biculturele Nederlanders zijn vaker (heel) ontevreden met het aanbod dan gemiddeld.



Q14: Tevredenheid huidig aanbod vorm: In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over de verschillende manieren waarop je nu kunt leren over de Nederlandse geschiedenis? | Basis: totale steekproef, n=3.219

Q15: Tevredenheid huidig aanbod onderwerpen: In hoeverre ben je tevreden of ontevreden over de onderwerpen en gebeurtenissen in de Nederlandse geschiedenis? | Basis: totale steekproef, n=3.219

# Ongeveer twee derde van de Nederlanders vindt dat er meer aandacht moet zijn voor bepaalde onderwerpen. Hierbij kiest bijna een op de vijf voor de rol van vrouwen in de geschiedenis, Migratiegeschiedenis en Slavernij

## Meest gekozen onderwerpen waar meer aandacht voor moet zijn...\* (%)



Nederlanders die interesse hebben in Nederlandse geschiedenis en die 'anders, namelijk' kozen noemden:

“ ”

“(Lokale) tradities en gewoontes in Nederland”

“LHBTIQ+”

“Het gaat niet om de tijd, maar om de MANIER. Ik mis een objectieve kijk.”

“Verre geschiedenis van milieu en klimaat”

“Zijn allemaal belangrijk”

“Regionale geschiedenis”

Nederlanders die geen interesse hebben in Nederlandse geschiedenis en die 'anders, namelijk' kozen noemden:

“ ”

“Sport”

“Mode en kleding”

“Het hoe en waarom van de komst van Molukkers (toen nog: Ambonezen) naar NL.”

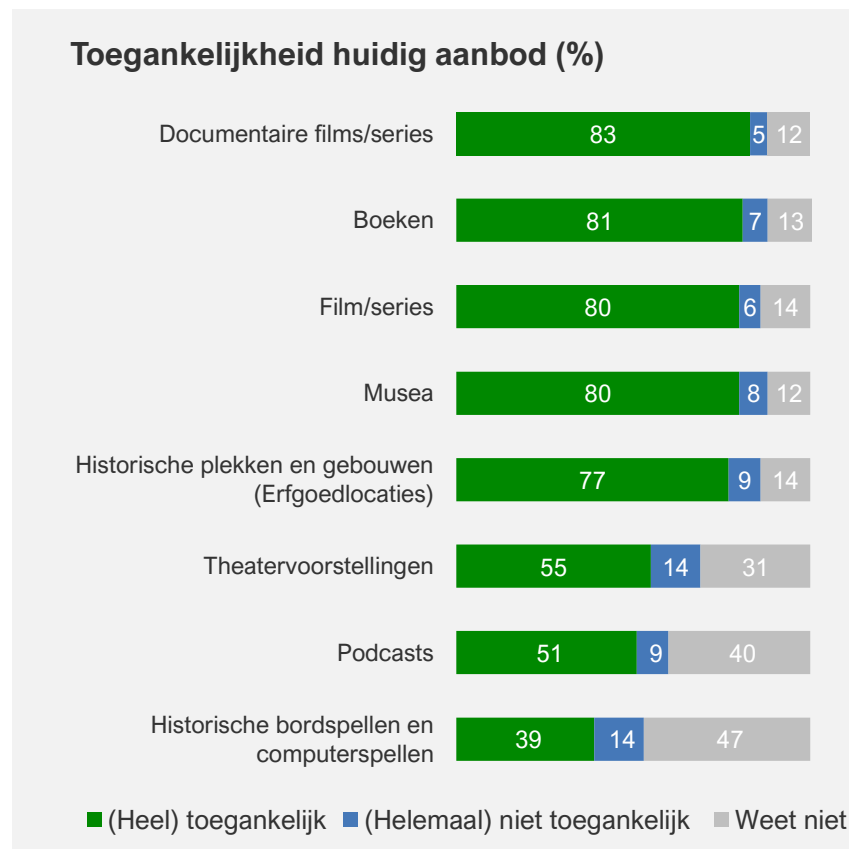
“Tradities”

“Jeugdzorg, opvoeding”

Q16: Meer aandacht voor onderwerpen: Voor welke onderwerpen die plaats hebben gevonden in de Nederlandse geschiedenis zou volgens jou meer aandacht moeten zijn? | Basis: totale steekproef, n=3.219. \*De volledig voorgelegde lijst onderwerpen staat in de [bijlage](#).

# De toegedichte mate van toegankelijkheid hangt samen met de interesse in Nederlandse geschiedenis, opleidingsniveau, leeftijd en migratieachtergrond

- Nederlanders die (heel) ontevreden zijn met het huidige aanbod in vorm en onderwerpen vinden de huidige vormen ook vaker (helemaal) niet toegankelijk.
- Lager opgeleiden vinden Podcasts, Musea en Historische plekken en gebouwen vaker (helemaal) niet toegankelijk dan hoger opgeleiden.
- Jongeren vinden historische plekken en gebouwen, theatervoorstellingen, boeken en musea vaker (helemaal) niet toegankelijk dan gemiddeld.
- Biculturele Nederlanders vinden alle vormen behalve podcasts vaker (helemaal) niet toegankelijk dan gemiddeld. Nederlanders die geen interesse hebben, geven vaker aan documentaires, historische plekken, theatervoorstellingen, boeken en musea niet toegankelijk te vinden.
- Nederlanders maken relatief weinig gebruik van podcasts, historische spellen en theatervoorstellingen. Zodoende is er een relatief grote groep die hier geen mening over heeft.



## Nederlanders die de vormen niet toegankelijk vinden, ervaren, ongeacht de vorm, drie belemmeringen het vaakst:

**Films/series:** Ik hoef niet te leren over de Nederlandse geschiedenis (39%). Kennis over de Nederlandse geschiedenis helpt me niet in mijn dagelijks leven (36%). Ik heb geen interesse in de geschiedenis van Nederland, omdat vaak niet het eerlijke verhaal wordt verteld, of maar één kant van het verhaal (25%).

**Documentaire films/series:** Ik hoef niet te leren over de Nederlandse geschiedenis (41%). Kennis over de Nederlandse geschiedenis helpt me niet in mijn dagelijks leven (40%). Ik heb geen interesse in de geschiedenis van Nederland, omdat vaak niet het eerlijke verhaal wordt verteld, of maar één kant van het verhaal (26%).

**Historische plekken en gebouwen:** Ik hoef niet te leren over de Nederlandse geschiedenis (43%). Kennis over de Nederlandse geschiedenis helpt me niet in mijn dagelijks leven (37%). Ik heb geen interesse in de geschiedenis van Nederland, omdat vaak niet het eerlijke verhaal wordt verteld, of maar één kant van het verhaal (28%).

**Musea:** Ik hoef niet te leren over de Nederlandse geschiedenis (49%). Kennis over de Nederlandse geschiedenis helpt me niet in mijn dagelijks leven (43%). Ik heb geen interesse in de geschiedenis van Nederland, omdat vaak niet het eerlijke verhaal wordt verteld, of maar één kant van het verhaal (31%). Ik heb geen tijd om kennis op te doen over Nederlandse geschiedenis (31%).

Q17: Toegankelijkheid huidig aanbod: In hoeverre vind je het huidige aanbod aan verschillende vormen (films/series, podcasts, erfgoed, musea, spellen, evenementen etc.) om kennis op te doen van de Nederlandse geschiedenis toegankelijk voor jou? | Basis: totale steekproef, n=3.219



# 5

## Verwachtingen ten aanzien van een Nationaal Historisch Initiatief

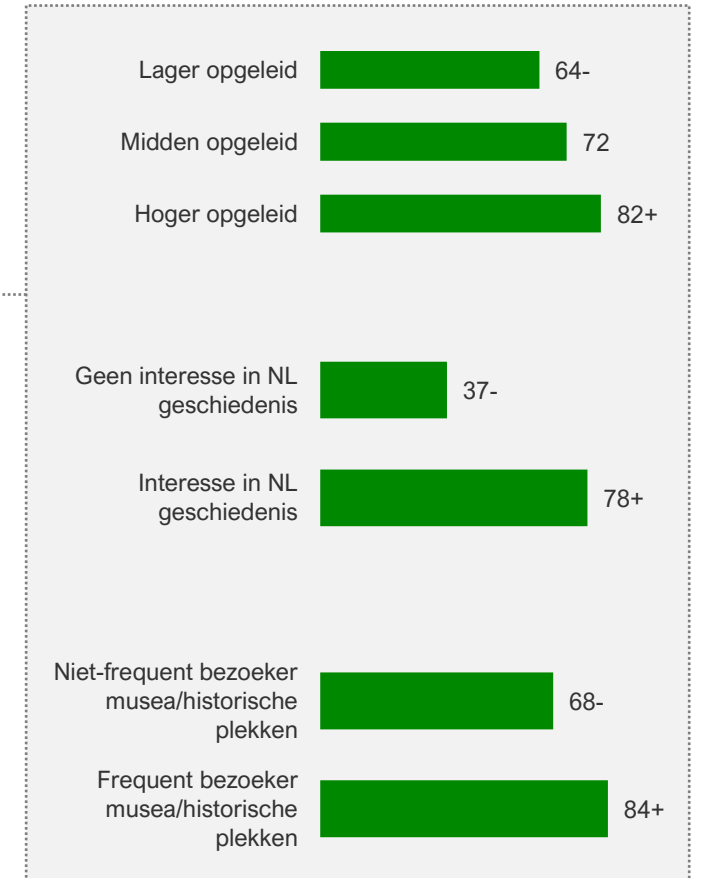
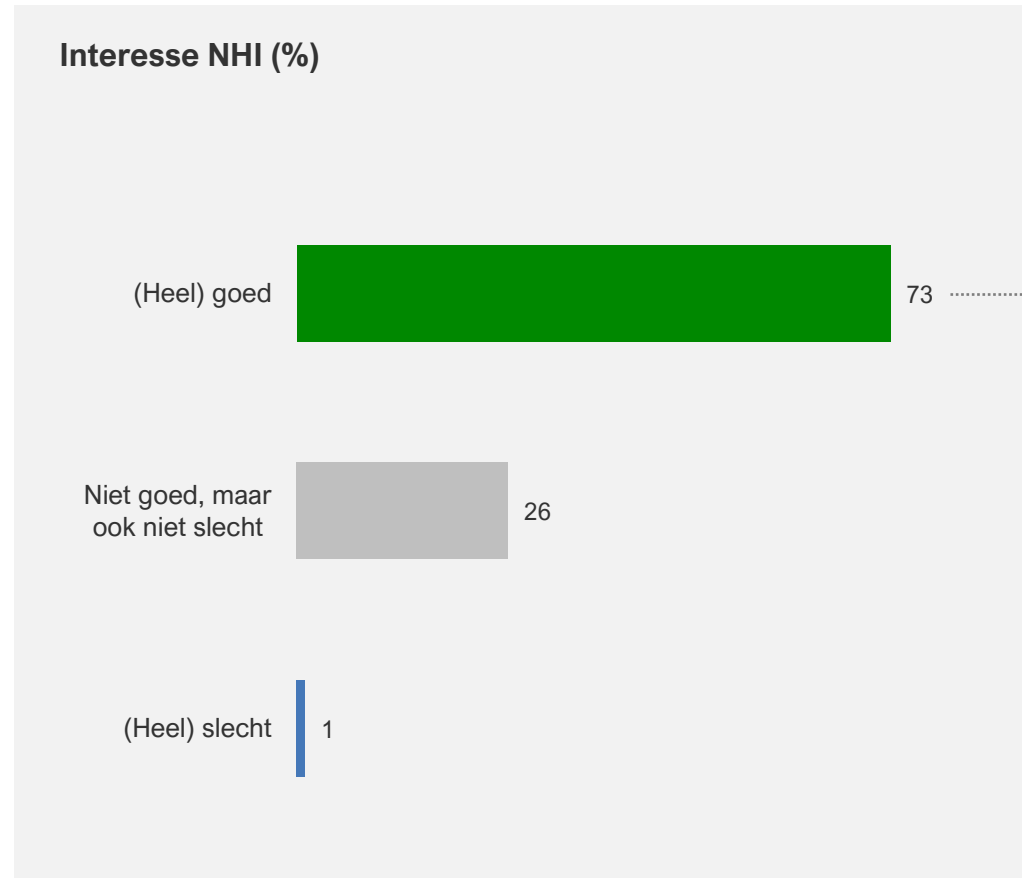




# Ongeveer driekwart van de Nederlanders zou het (heel) goed vinden als er iets nieuws ontwikkeld zou worden om kennis over de Nederlandse geschiedenis te delen

Hoger opgeleiden, Nederlanders met interesse in Nederlandse geschiedenis en Nederlanders die frequent musea of historische plekken bezoeken vinden het vaker (heel) goed als er iets nieuws ontwikkeld zou worden om kennis over de Nederlandse geschiedenis te delen.

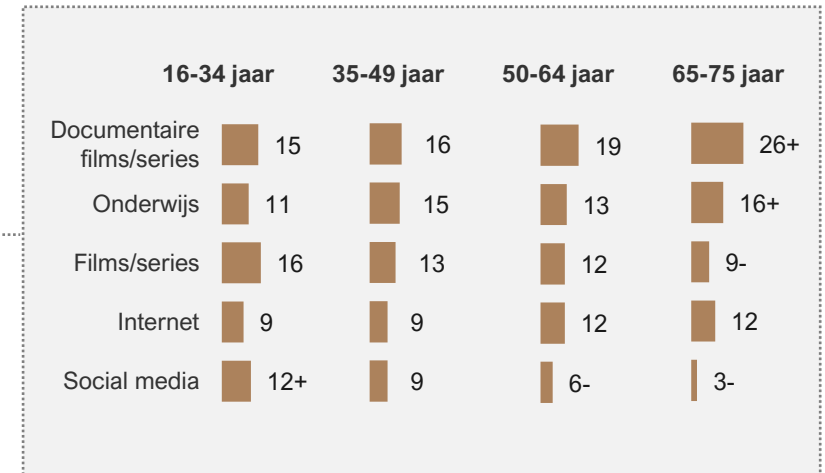
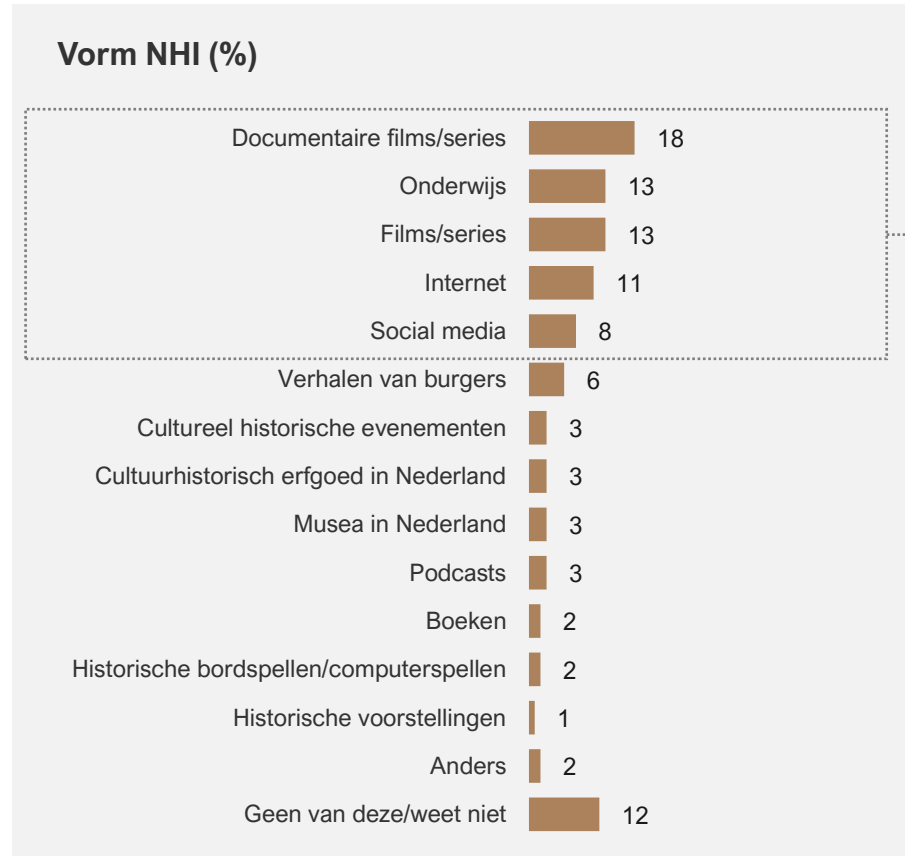
Toch vindt ook 37% van de mensen die geen interesse hebben de ontwikkeling van een NHI (heel) goed. Ondanks het ontbreken van persoonlijke interesse zien zij dus wel de toegevoegde waarde van een NHI. Mogelijk zien zij het belang van het opdoen van kennis over de Nederlandse geschiedenis en staan zij om die reden achter de ontwikkeling van een NHI.



Q18: Interesse NHI: In hoeverre zou je het goed of slecht vinden als er iets nieuws ontwikkeld zou worden om kennis over de Nederlandse geschiedenis te delen? | Basis: totale steekproef, n=3.219

# Bijna een op de vijf Nederlanders vindt dat de overheid zou moeten kiezen voor documentaire films/series bij een nieuw initiatief

Bijna een op de vijf Nederlanders vindt dat de overheid zou moeten kiezen voor documentaire films/series bij een nieuw initiatief.



Q19: Vorm NHI: Welke vorm zou de overheid daarvoor het beste kunnen kiezen? | Basis: totale steekproef, n=3.219

## Nederlanders willen vooral kennis op doen van een bepaald onderwerp en geprikkeld worden wanneer ze documentaire films/series kijken

Van alle vormen wordt van onderwijs het meest verwacht. In vergelijking met de andere vormen willen Nederlanders vaker dan gemiddeld bij documentaire films/series nieuwe perspectieven leren kennen en kennis opdoen van een bepaald onderwerp. Voor films/series is plezier hebben belangrijker dan bij documentaire films/series. Bij het gebruik van social media willen Nederlanders vaker dan gemiddeld plezier hebben, geven vaker de voorkeur aan een onderwerp waar ze al iets van weten en gebruiken het omdat hun vrienden/familie dat willen.

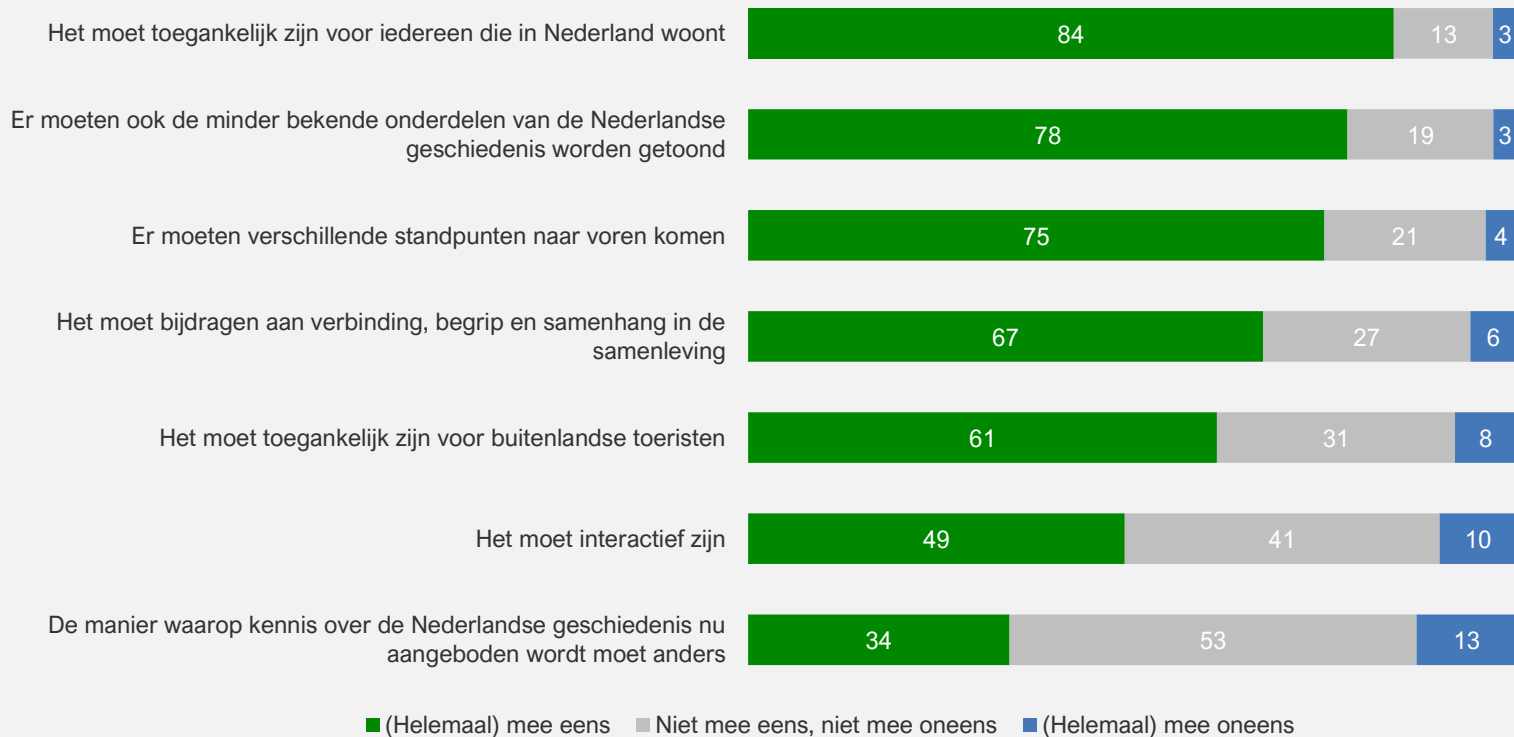
	Als ik documentaire films/series kijk, dan wil ik...	Als ik onderwijs krijg, dan wil ik...	Als ik films/series kijk, dan wil ik...	Als ik op internet surf, dan wil ik...	Als ik social media gebruik, dan wil ik...
...wil ik geïnspireerd worden	67%	83%+	64%	66%	69%
...wil ik plezier hebben	56%	75%+	72%	66%	77%+
...wil ik iets nieuws beleven	63%	71%+	64%	53%	59%
...wil ik iets bijzonders/exclusief zien	56%	52%	57%	44%	61%
...wil ik nieuwe perspectieven leren kennen	74%+	80%+	63%	58%	59%
...wil ik geprikkeld worden	70%	83%+	75%	55%	67%
...wil ik meer kennis op doen van een bepaald onderwerp	80%+	84%+	65%	78%	61%
...doe ik dat omdat mijn vrienden/familie dat willen	6%	8%	7%	6%	15%+
...moet het aanbod aantrekkelijk zijn voor kinderen (alleen voor musea/films/docu's)	44%	75%	36%	41%	44%
...geef ik de voorkeur aan een onderwerp waar ik al iets van weet	24%	26%	23%	35%+	37%+

Q20: Verwachting vorm NHI: In hoeverre ben je het eens of oneens met de onderstaande stellingen? | Basis: respondenten die documentaire films/series kiezen voor nieuwe vorm NHI, n=613; respondenten die onderwijs kiezen voor nieuwe vorm NHI, n=434; respondenten die films/series kiezen voor nieuwe vorm NHI, n=414; respondenten die internet kiezen voor nieuwe vorm NHI, n=350; respondenten die social media kiezen voor nieuwe vorm NHI, n=249

# NHI moet toegankelijk zijn voor iedereen die in Nederland woont, en minder bekende onderdelen van de Nederlandse geschiedenis moeten worden getoond evenals verschillende standpunten

Ondanks dat de meeste Nederlanders hier neutraal over zijn geeft toch een derde aan dat de manier waarop kennis nu wordt aangeboden anders moet. Mensen die ontevreden zijn over het huidige aanbod in vorm en onderwerpen vinden dit vaker.

## Als er iets nieuws ontwikkeld zou worden, waar moet een NHI aan voldoen? (%)

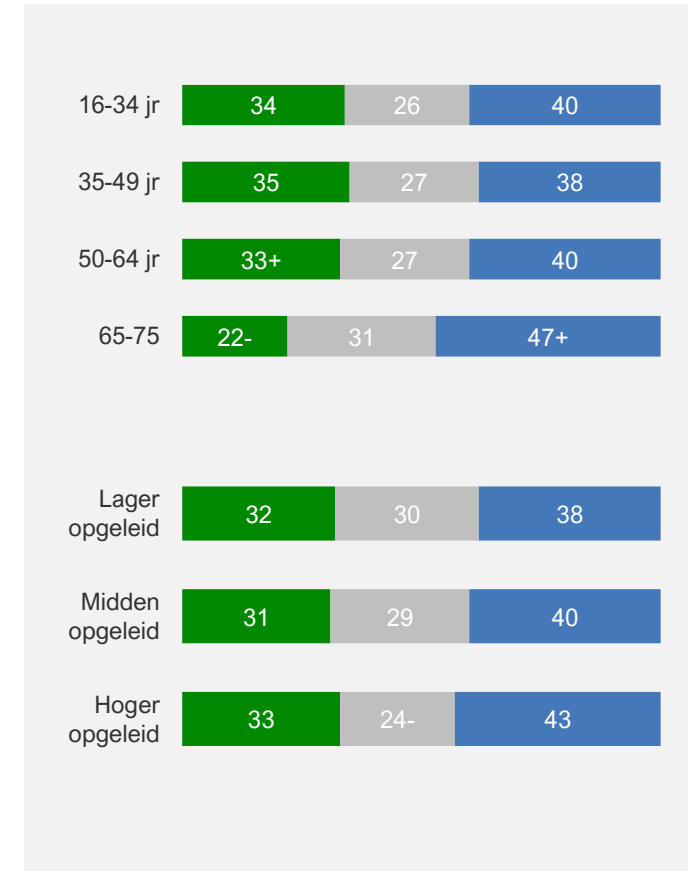
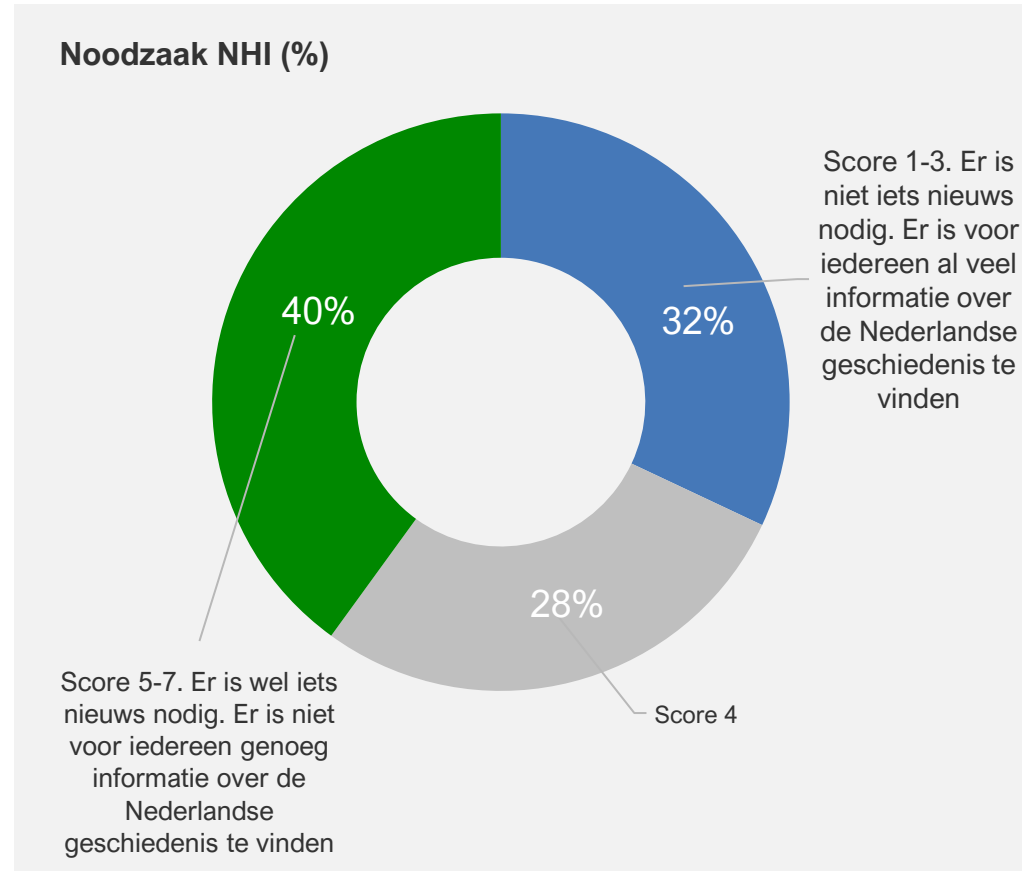


Q21: Eisen vorm NHI: In hoeverre ben je het eens of oneens met de onderstaande stellingen? | Basis: totale steekproef, n=3.219



# Ondanks dat driekwart interesse zou hebben in een NHI, zijn Nederlanders na doorvragen verdeeld over de noodzaak hiervoor

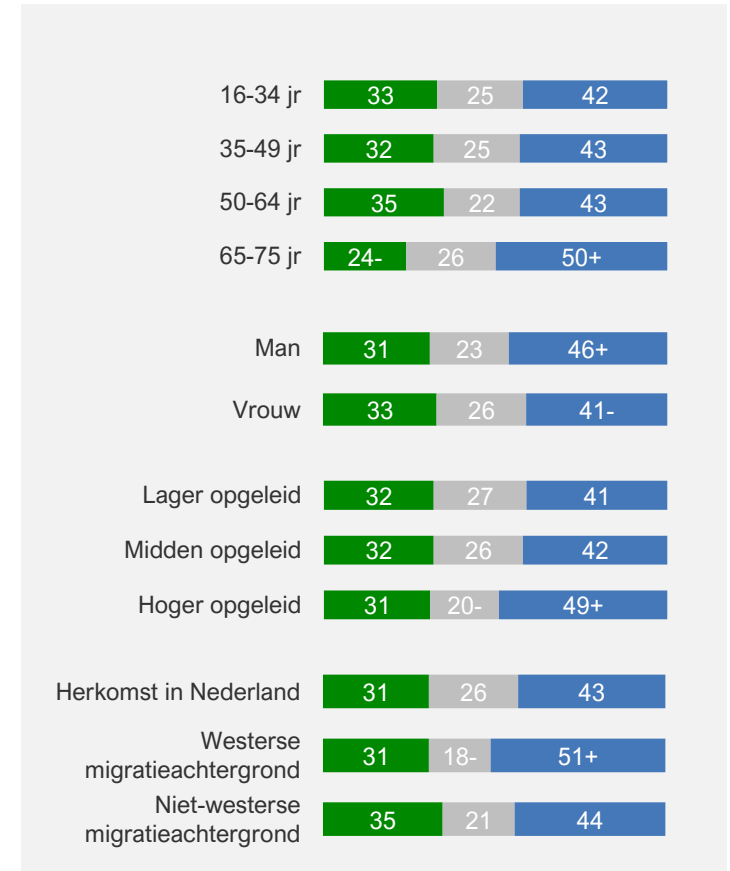
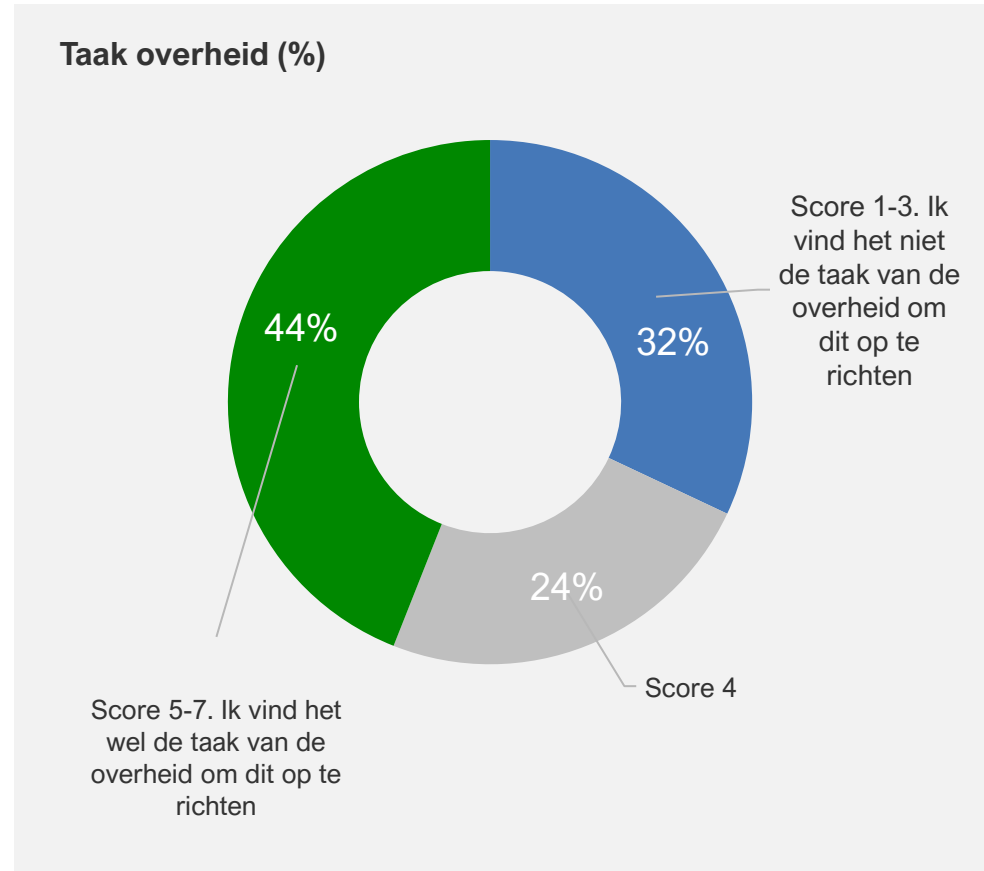
Vier op de tien Nederlanders vinden dat er wel iets nieuws nodig is, maar een derde vindt dat er niets nieuws nodig is. Ouderen vinden vaker dan gemiddeld dat er iets nieuws nodig is omdat er niet voor iedereen genoeg informatie over de Nederlandse geschiedenis te vinden is.



Q22: Gevoel NHI: Wat vind je het best passen bij jouw gevoel over het oprichten van iets nieuws om kennis over de Nederlandse geschiedenis voor iedereen toegankelijk te maken? | Basis: totale steekproef, n=3.219

# Nederlanders zijn ook verdeeld over de rol die de overheid bij een NHI moet spelen. Ruim vier op de tien Nederlanders vinden het de taak van de overheid, maar een derde vindt dat niet

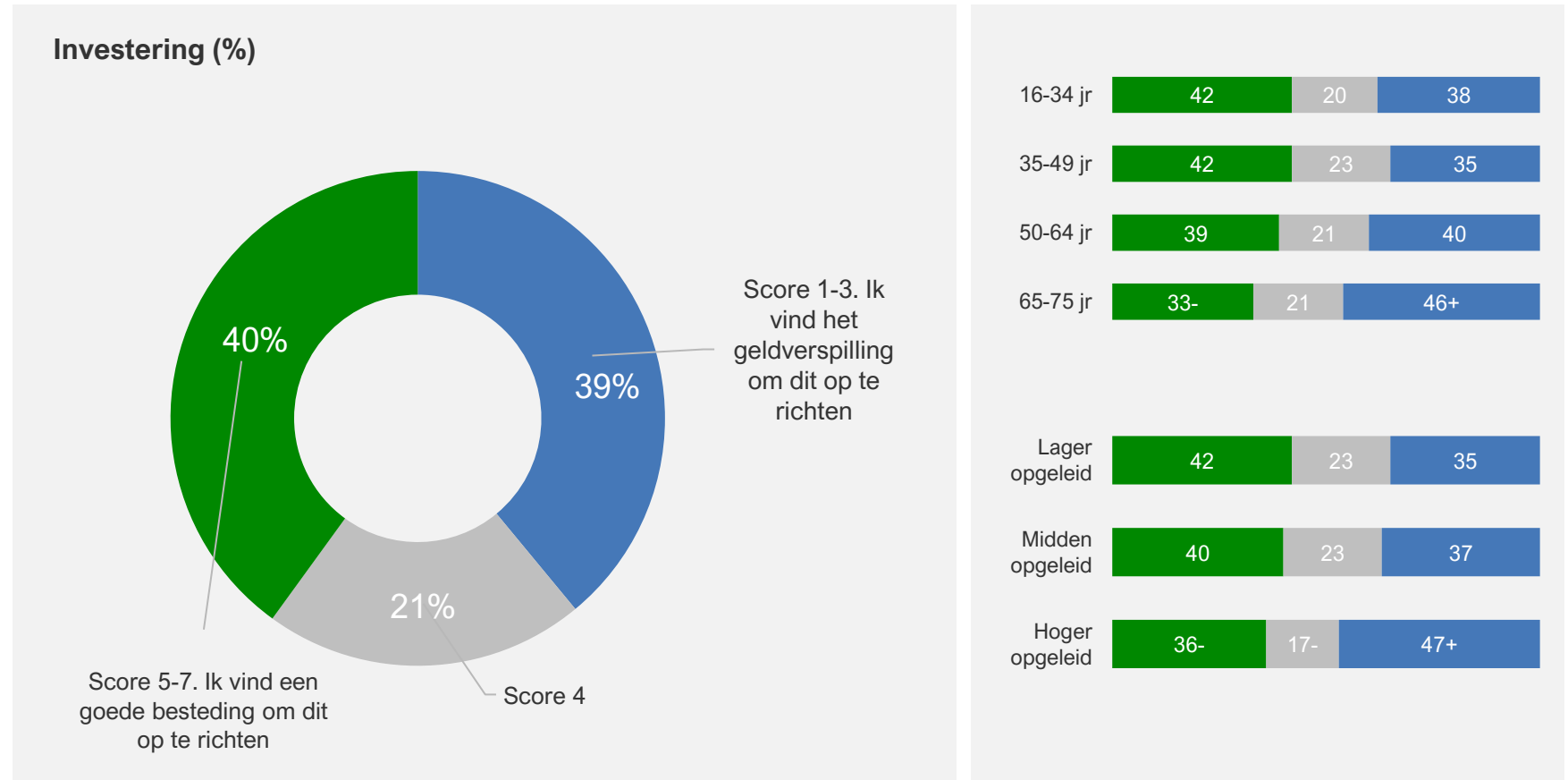
Mannen, hoger opgeleiden, ouderen en Nederlanders met een westerse migratieachtergrond vinden het vaker de taak van de overheid om een NHI op te richten dan vrouwen of gemiddeld.



22: Gevoel NHI: Wat vind je het best passen bij jouw gevoel over het oprichten van iets nieuws om kennis over de Nederlandse geschiedenis voor iedereen toegankelijk te maken? | Basis: totale steekproef, n=3.219

# Of het een goede besteding is daar zijn de meningen over verdeeld. Ongeveer vier op de tien vindt het een goede besteding, maar hetzelfde aandeel vindt het geldverspilling

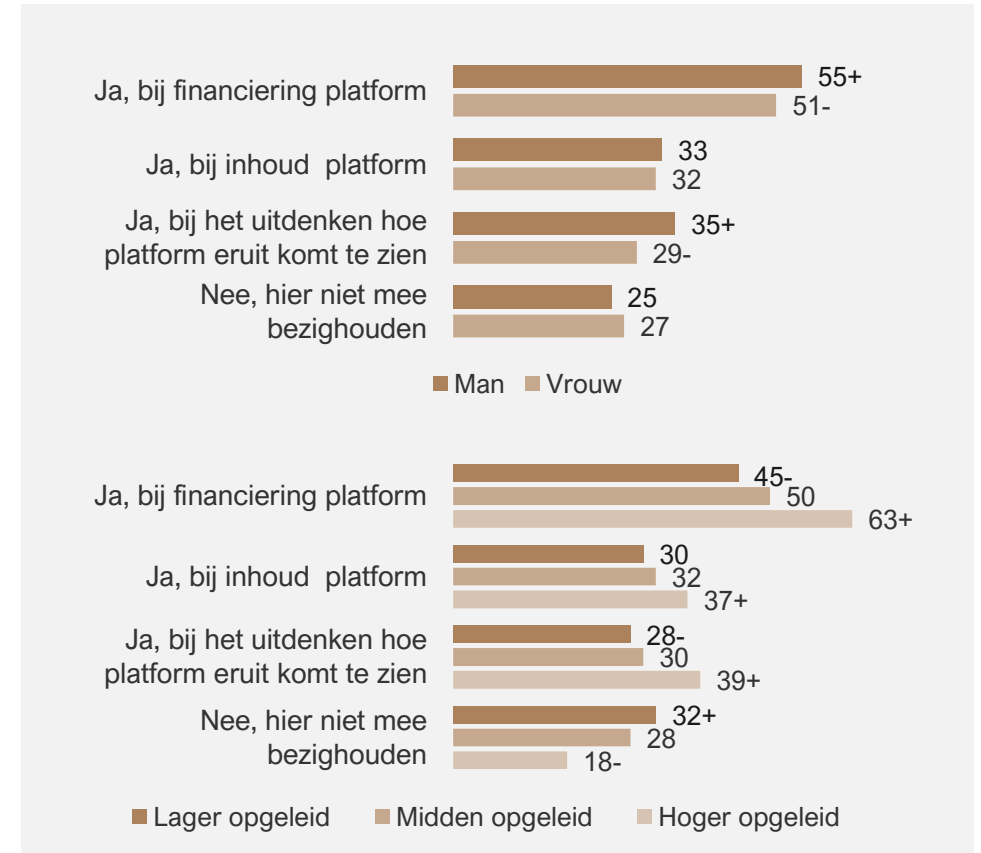
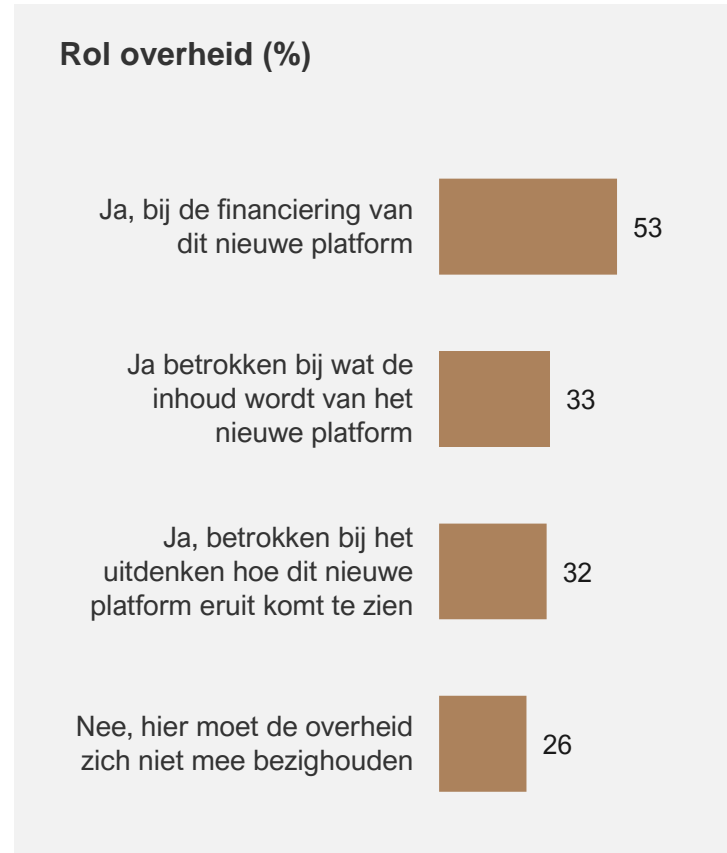
Ouderen en hoger opgeleiden vinden het vaker een goede besteding om een NHI op te richten dan gemiddeld.



Q22: Gevoel NHI: Wat vind je het best passen bij jouw gevoel over het oprichten van iets nieuws om kennis over de Nederlandse geschiedenis voor iedereen toegankelijk te maken? | Basis: totale steekproef, n=3.219

# Meer dan de helft van de Nederlanders vindt dat de overheid betrokken moet zijn bij de financiering van dit nieuwe platform, tegenover een ruime kwart die dat niet vindt

Mannen vinden vaker dat de overheid betrokken moet zijn bij het uitdenken van een NHI en bij de financiering dan vrouwen. Hoger opgeleiden vinden minder vaak dat de overheid zich hier niet mee moet bezighouden dan lager opgeleiden.



Q23: Rol overheid: In hoeverre vind je dat de overheid betrokken moet zijn bij de ontwikkeling van de nieuwe manier waarop de geschiedenis toegankelijk wordt gemaakt? | Basis: totale steekproef, n=3.219



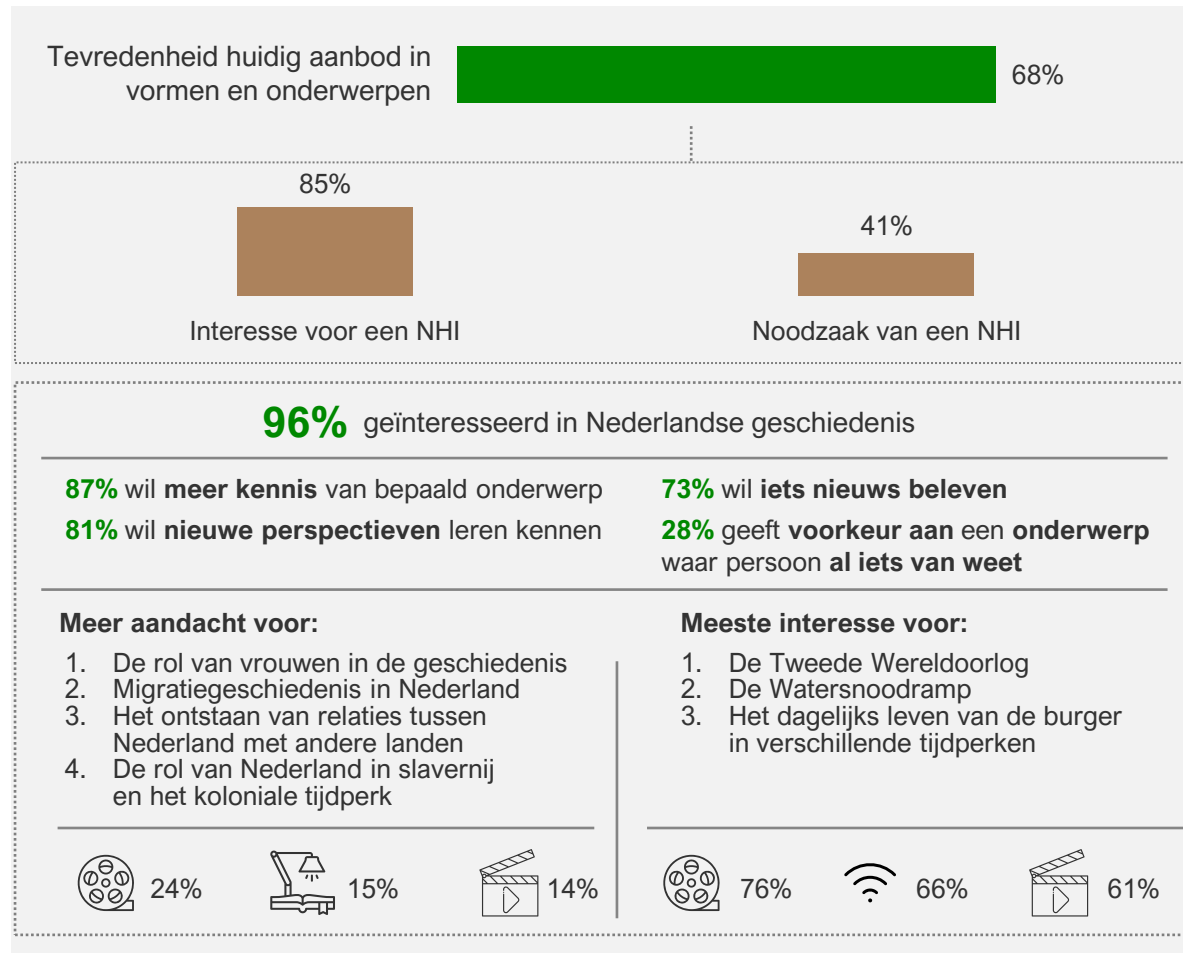
# Duiding van de paradox van tevredenheid met huidig aanbod en draagvlak voor NHI

Ondanks dat er veel tevredenheid is over het huidige aanbod in vormen en onderwerpen (68%) is er ook veel interesse voor een NHI (85%) en vindt 41% het nodig.

Onder de personen die tevreden zijn met het huidige aanbod in vormen en onderwerpen is de interesse voor Nederlandse geschiedenis erg hoog (96%). Het lijkt er dus op dat, ondanks hun tevredenheid met het huidige aanbod, zij nóg meer aanbod willen en het draagvlak voor een NHI dus groot is. Binnen deze groep wordt uit de verwachtingen duidelijk dat ze iets nieuws willen beleven (73%) en nieuwe perspectieven willen leren kennen (81%), maar ook meer kennis willen van een bepaald onderwerp (87%). Daarnaast geeft 28% de voorkeur aan een onderwerp waar hij/zij al iets van weet.

De onderwerpen waar volgens deze groep meer aandacht aangegeven moet worden zijn de rol van vrouwen in de geschiedenis (27%), migratiegeschiedenis in Nederland (24%), het ontstaan van relaties tussen Nederland met andere landen (23%) en de rol van Nederland in slavernij en het koloniale tijdperk (22%). Toch zijn dit niet de meest genoemde onderwerpen wanneer gevraagd wordt naar de interesse van Nederlanders in bepaalde onderwerpen. Dan wordt gekozen voor de Tweede Wereldoorlog (76%), de Watersnoodramp (51%) en het dagelijks leven van de burger in verschillende tijdperken (46%).

76% geeft aan de afgelopen 2 jaar via documentaire series/films kennis te hebben opgedaan van geschiedenis, 66% via internet en 61% via films en series. Deze groep geeft de voorkeur aan documentaire series/films (24%), onderwijs (15%) en series/films (14%) als vormen voor een NHI.



Basis: Nederlanders die tevreden zijn met het huidige aanbod vorm en onderwerpen, n=1360; Nederlanders die tevreden zijn met het huidige aanbod vorm en onderwerpen en interesse hebben voor een NHI en het nodig vinden, n=507 / 483 (verwachtingen vorm)

6

## Segmentatie

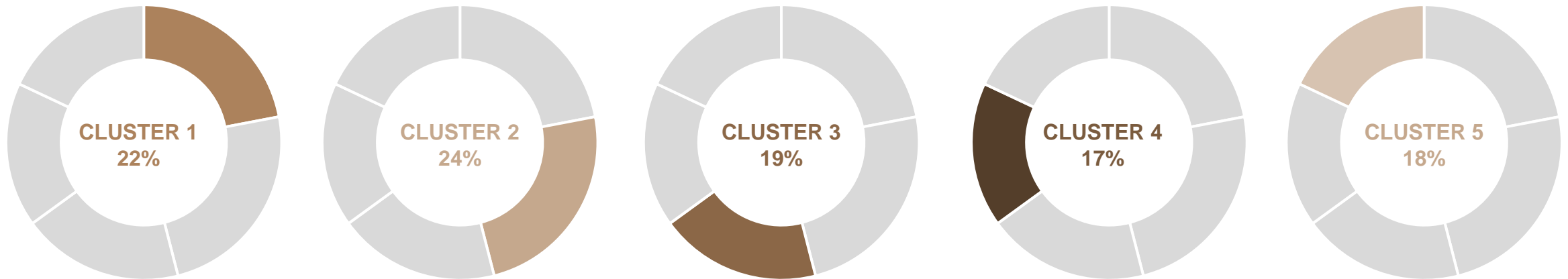


# Segmentatie

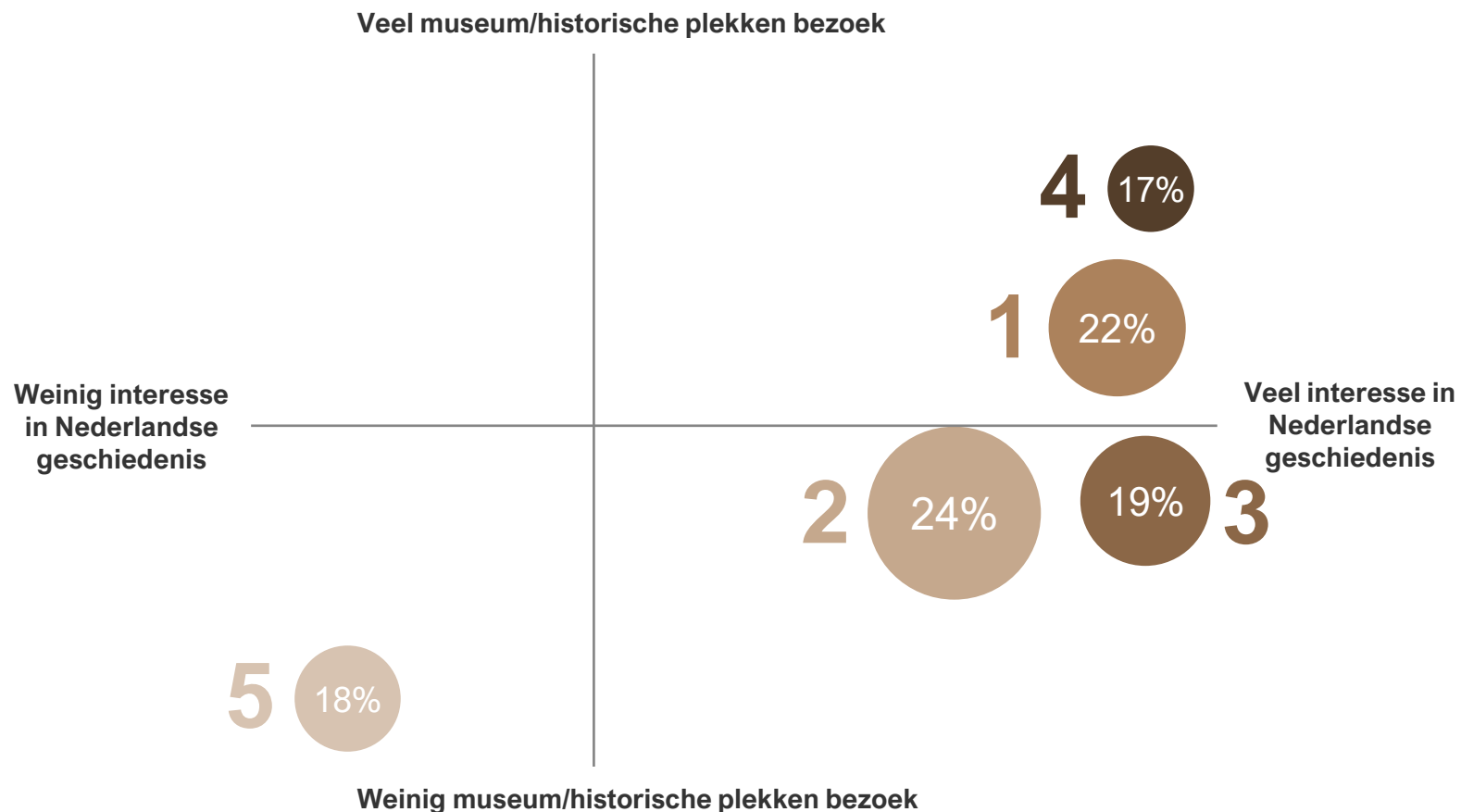
Om een beeld te krijgen van mogelijke doelgroepen van een NHI is een clusteranalyse uitgevoerd. Hierbij is gekeken naar de relatie tussen achtergrondvariabelen en de interesse in Nederlandse geschiedenis, de consumptie van Nederlandse geschiedenis, bezoek van musea en historische plekken, tevredenheid van het huidige aanbod en het draagvlak voor een NHI.

Op de volgende pagina is op een assenstelsel de interesse in Nederlandse geschiedenis afgezet tegen de mate van het bezoek van musea en/of historische plekken. Hierop zijn vijf verschillende clusters te zien die in verschillende grootte in het onderzoek naar voren komen.

Hieronder zijn de vijf clusters en hun grootte weergegeven. De vijf clusters bieden handelingsperspectieven voor de ontwikkeling van een NHI wanneer er op verschillende doelgroepen gefocust wil worden.



# Clusters



- 1 Jonge diverse groep die boven gemiddeld geïnteresseerd is en actief is in het gebruik en bezoek. Het draagvlak voor een NHI binnen deze groep is hoog en boven gemiddeld uitgesproken in de invulling en dat de overheid een actieve rol moet hebben.
- 2 Oudere groep die gemiddeld geïnteresseerd is en minder dan gemiddeld actief is in het gebruik en bezoek. Ze zijn onder gemiddeld tevreden met het huidige aanbod, maar het draagvlak voor een NHI is ook onder gemiddeld.
- 3 Zeer geïnteresseerde hoogopgeleide groep die minder dan gemiddeld actief is in het bezoek, maar hoog in het gebruik. Ze zijn boven gemiddeld tevreden met het huidige aanbod, maar het draagvlak voor een NHI binnen deze groep is ook hoog en boven gemiddeld uitgesproken in de invulling en dat de overheid een actieve rol moet hebben.
- 4 Zeer geïnteresseerd oudere hoogopgeleide groep die boven gemiddeld actief is in het bezoek en gebruik. Ze zijn boven gemiddeld tevreden met het huidige aanbod, maar het draagvlak voor een NHI binnen deze groep is ook hoog en boven gemiddeld uitgesproken in de invulling en dat de overheid een actieve rol moet hebben.
- 5 Jonge diverse lager opgeleide groep die onder gemiddeld geïnteresseerd en actief is in het gebruik en bezoek. Het draagvlak voor een NHI is onder gemiddeld en vindt dat de overheid geen rol moet spelen.

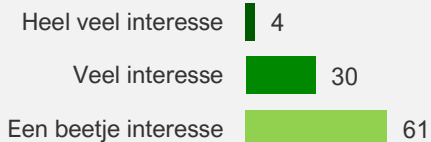




Jonge diverse groep die boven gemiddeld geïnteresseerd is en actief is in het gebruik en bezoek. Het draagvlak voor een NHI binnen deze groep is hoog en boven gemiddeld uitgesproken in de invulling en dat de overheid een actieve rol moet hebben.

## INTERESSE IN NL GESCHIEDENIS (%)

**94%** (88%)

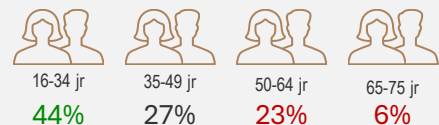


## PROFIEL (%)

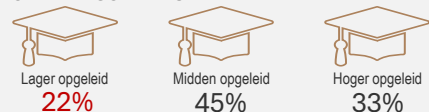
### GESLACHT



### LEEFTIJD



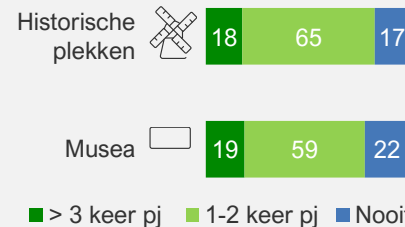
### OPLEIDINGSNIVEAU



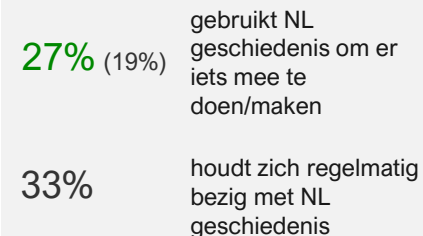
### MIGRATIEACHTERGROND



## BEZOEK CULTURELE LOCATIES (%)



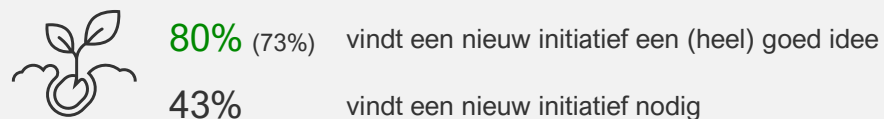
## GEBRUIK VAN GESCHIEDENIS



## TEVREDENHEID AANBOD



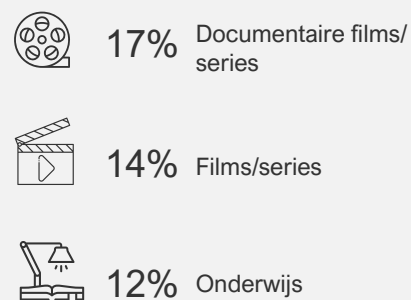
## INTERESSE IN NATIONAAL HISTORISCH INITIATIEF



## ROL OVERHEID NHI



## VORM NHI



## WENSEN NHI



## EISEN NHI



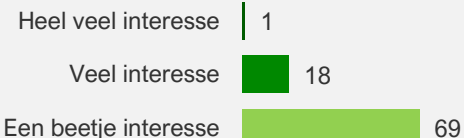
In het geval van significante verschillen ten opzichte van de Nederlandse bevolking (aangegeven in rood en groen), zijn ter referentie de resultaten van de Nederlandse bevolking weergegeven tussen haakjes.



Oudere groep die gemiddeld geïnteresseerd is en minder dan gemiddeld actief is in het gebruik en bezoek. Ze zijn onder gemiddeld tevreden met het huidige aanbod, maar het draagvlak voor een NHI is ook onder gemiddeld.

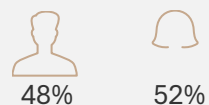
### INTERESSE IN NL GESCHIEDENIS (%)

89%

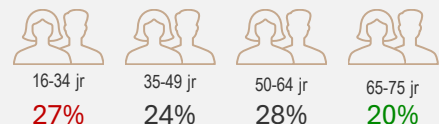


### PROFIEL (%)

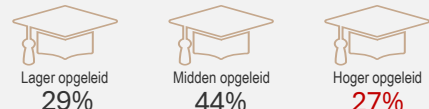
#### GESLACHT



#### LEEFTIJD



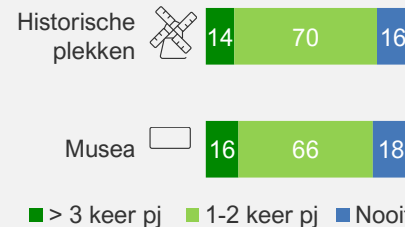
#### OPLEIDINGSNIVEAU



#### MIGRATIEACHTERGROND



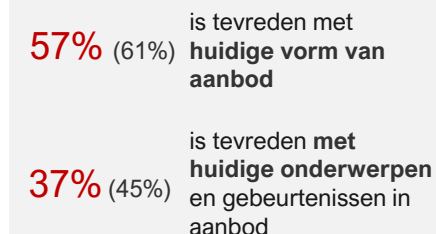
### BEZOEK CULTURELE LOCATIES (%)



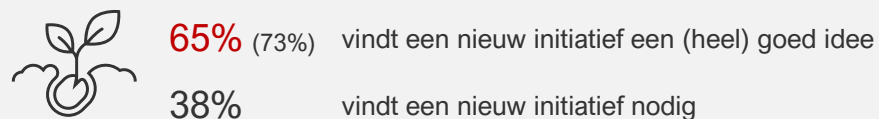
### GEBRUIK VAN GESCHIEDENIS



### TEVREDENHEID AANBOD



### INTERESSE IN NATIONAAL HISTORISCH INITIATIEF



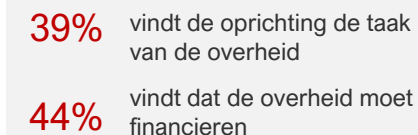
### VORM NHI



### WENSEN NHI



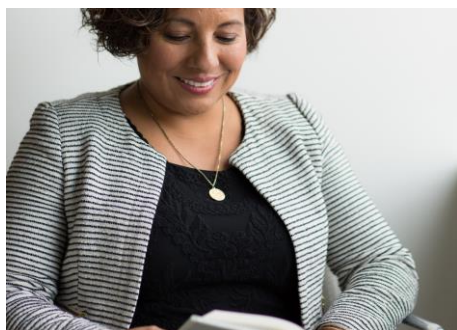
### ROL OVERHEID NHI



### EISEN NHI

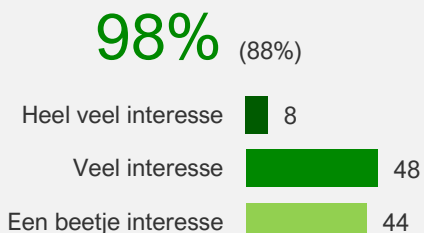


In het geval van significante verschillen ten opzichte van de Nederlandse bevolking (aangegeven in rood en groen), zijn ter referentie de resultaten van de Nederlandse bevolking weergegeven tussen haakjes.

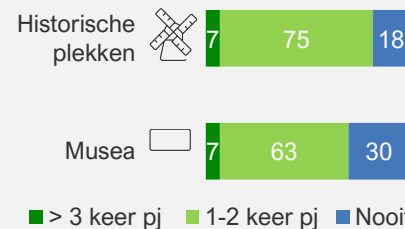


Zeer geïnteresseerde hoogopgeleide groep die minder dan gemiddeld actief is in het bezoek, maar hoog in het gebruik. Ze zijn boven gemiddeld tevreden met het huidige aanbod, maar het draagvlak voor een NHI binnen deze groep is ook hoog en boven gemiddeld uitgesproken in de invulling en dat de overheid een actieve rol moet hebben.

### INTERESSE IN NL GESCHIEDENIS (%)



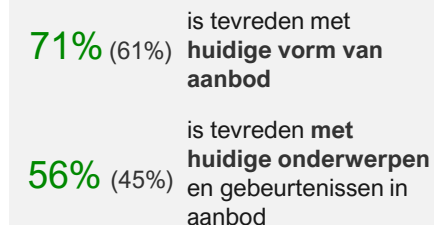
### BEZOEK CULTURELE LOCATIES (%)



### GEBRUIK VAN GESCHIEDENIS



### TEVREDENHEID AANBOD

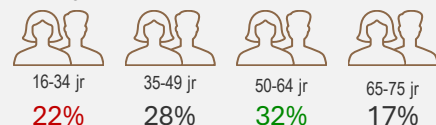


### PROFIEL (%)

#### GESLACHT



#### LEEFTIJD



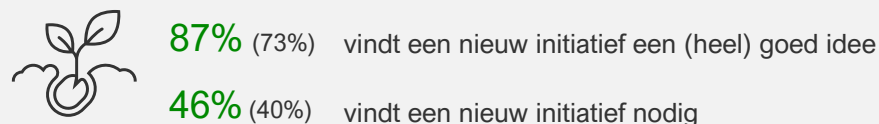
#### OPLEIDINGSNIVEAU



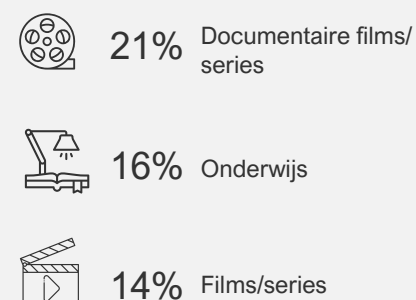
#### MIGRATIEACHTERGROND



### INTERESSE IN NATIONAAL HISTORISCH INITIATIEF



### VORM NHI



### WENSEN NHI



### ROL OVERHEID NHI



### EISEN NHI

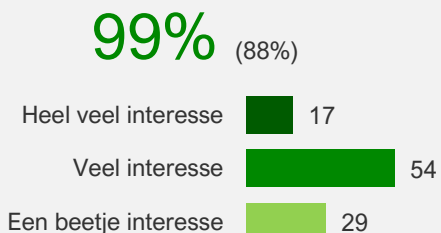


In het geval van significante verschillen ten opzichte van de Nederlandse bevolking (aangegeven in rood en groen), zijn ter referentie de resultaten van de Nederlandse bevolking weergegeven tussen haakjes.



Zeer geïnteresseerd oudere hoogopgeleide groep die boven gemiddeld actief is in het bezoek en gebruik. Ze zijn boven gemiddeld tevreden met het huidige aanbod, maar het draagvlak voor een NHI binnen deze groep is ook hoog en boven gemiddeld uitgesproken in de invulling en dat de overheid een actieve rol moet hebben.

### INTERESSE IN NL GESCHIEDENIS (%)

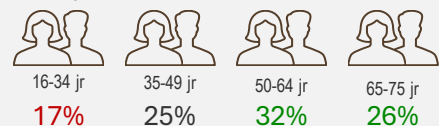


### PROFIEL (%)

#### GESLACHT



#### LEEFTIJD



#### OPLEIDINGSNIVEAU



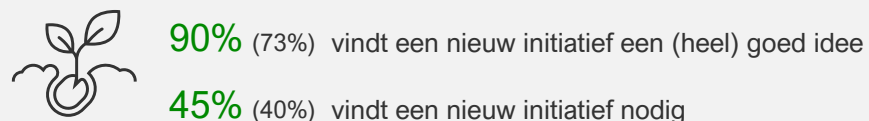
#### MIGRATIEACHTERGROND



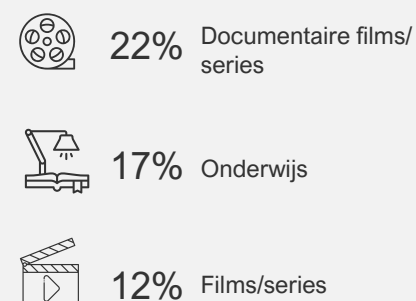
### BEZOEK CULTURELE LOCATIES (%)



### INTERESSE IN NATIONAAL HISTORISCH INITIATIEF



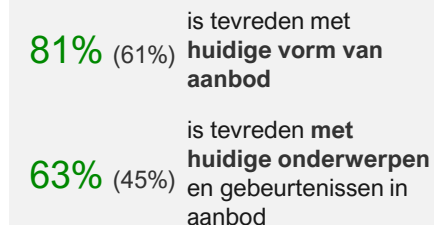
### VORM NHI



### GEBRUIK VAN GESCHIEDENIS



### TEVREDENHEID AANBOD



### ROL OVERHEID NHI



### EISEN NHI



### WENSEN NHI



In het geval van significante verschillen ten opzichte van de Nederlandse bevolking (aangegeven in rood en groen), zijn ter referentie de resultaten van de Nederlandse bevolking weergegeven tussen haakjes.





Jonge diverse lager opgeleide groep die onder gemiddeld geïnteresseerd en actief is in het gebruik en bezoek. Het draagvlak voor een NHI is onder gemiddeld en vindt dat de overheid geen rol moet spelen.

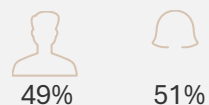
### INTERESSE IN NL GESCHIEDENIS (%)

**54%** (88%)

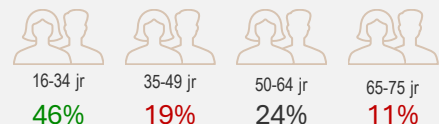


### PROFIEL (%)

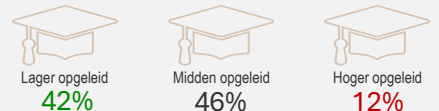
#### GESLACHT



#### LEEFTIJD



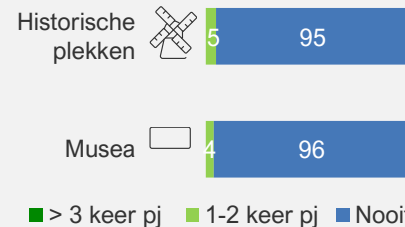
#### OPLEIDINGSNIVEAU



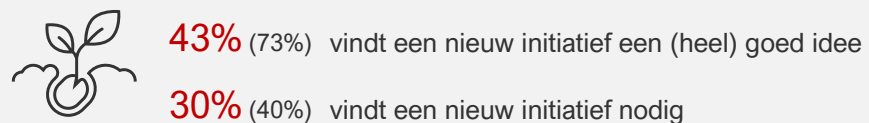
#### MIGRATIEACHTERGROND



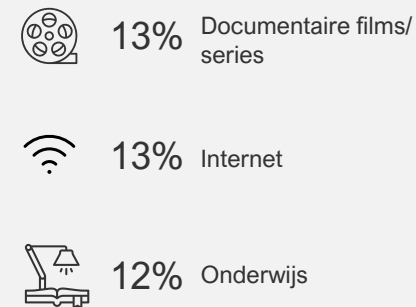
### BEZOEK CULTURELE LOCATIES (%)



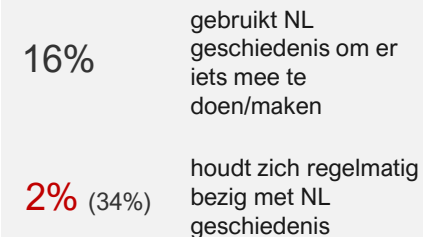
### INTERESSE IN NATIONAAL HISTORISCH INITIATIEF



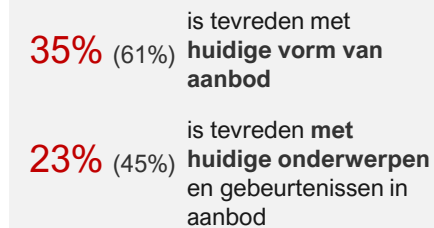
### VORM NHI



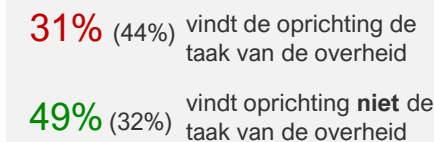
### GEBRUIK VAN GESCHIEDENIS



### TEVREDENHEID AANBOD



### ROL OVERHEID NHI



### EISEN NHI



In het geval van significante verschillen ten opzichte van de Nederlandse bevolking (aangegeven in rood en groen), zijn ter referentie de resultaten van de Nederlandse bevolking weergegeven tussen haakjes.

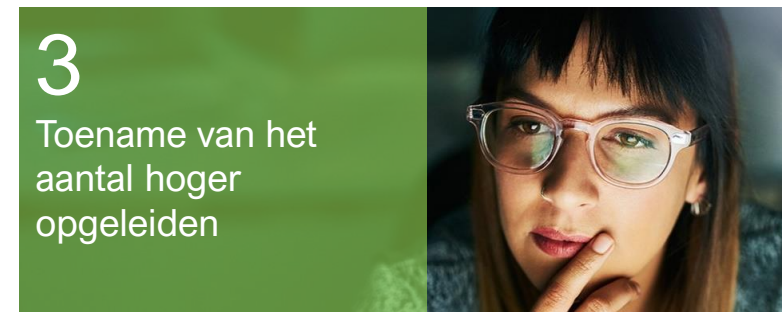
7  
Trendanalyse



# Trendanalyse

Op basis van het kwantitatieve onderzoek is een lineaire extrapolatie uitgevoerd. Hiermee wordt een projectie gemaakt van de resultaten van dit onderzoek in 2030, 2035 en 2039.

Om dit te doen zijn verwachte socio-demografische ontwikkelingen binnen Nederland voor de komende 16 jaar in kaart gebracht. Drie ontwikkelingen zijn geïdentificeerd die mogelijk kunnen leiden tot veranderingen in de wensen, behoeften en verwachtingen ten aanzien van een Nationaal Historisch Initiatief onder de Nederlandse bevolking:



De lineaire extrapolatie is uitgevoerd door steekproefnamenstelling te wegen naar de verwachte bevolkingssamenstelling voor wat betreft de kenmerken leeftijd, herkomst en opleidingsniveau in 2030, 2035 en 2039. Met betrekking tot leeftijd zijn de respondenten die in het desbetreffende jaar (2030, 2035 en 2039) ouder zijn dan 75 jaar, niet meegenomen in de resultaten. Tegelijkertijd is de weging van de personen in de leeftijd 16 t/m 24 jaar verzwaard met het aantal personen dat in het desbetreffende jaar 16 jaar of ouder zou zijn, maar dat nu nog niet is. De verwachte bevolkingssamenstelling met betrekking tot opleidingsniveau is gebaseerd op de gemiddelde jaarlijkse verandering over de afgelopen tien jaar<sup>2</sup>. De verwachte bevolkingssamenstelling met betrekking tot herkomst is gebaseerd op de voorspellingen van het CBS<sup>3</sup>. Aan deze lineaire extrapolatie liggen enkele aannames ten grondslag. Deze kunt u vinden in de [bijlage](#).

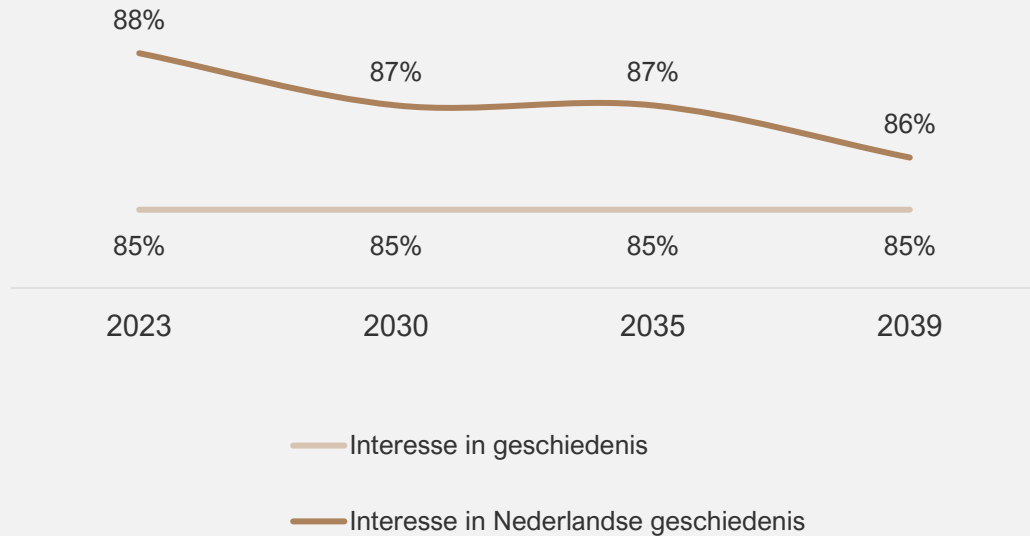
<sup>1</sup> Door verandering in leeftijd zullen bepaalde leeftijdsgroepen die nu binnen de scope van het onderzoek vallen, over een aantal jaar hier buiten vallen. Net zo goed zullen leeftijdsgroepen die nu niet binnen de scope van het onderzoek vallen, hier over een aantal jaar wel binnen vallen.

<sup>2</sup> CBS

<sup>3</sup> CBS

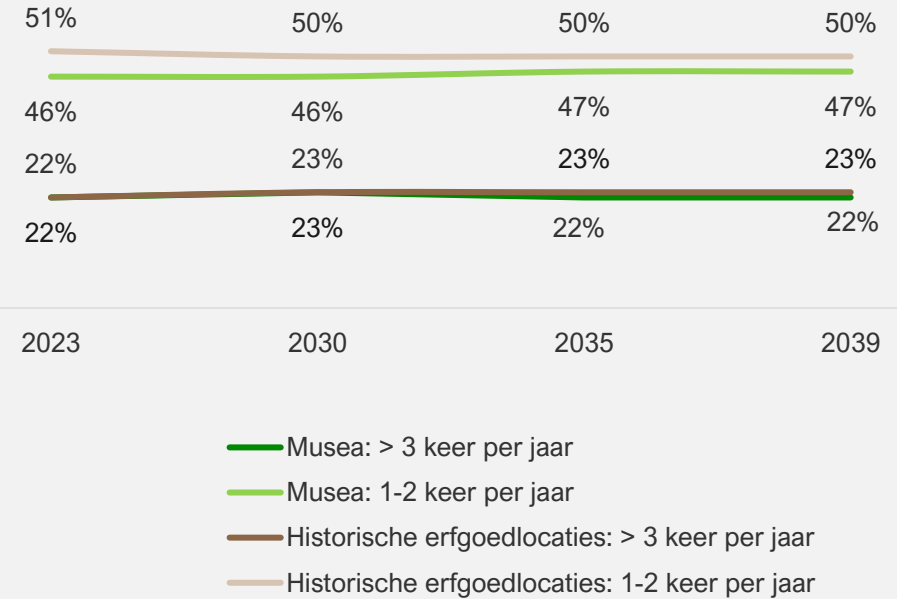
# Trendanalyse

## Interesse in (Nederlandse) geschiedenis



Naar verwachting zal de interesse in de Nederlandse geschiedenis licht dalen over de tijd. De interesse in geschiedenis in het algemeen blijft gelijk.

## Bezoek

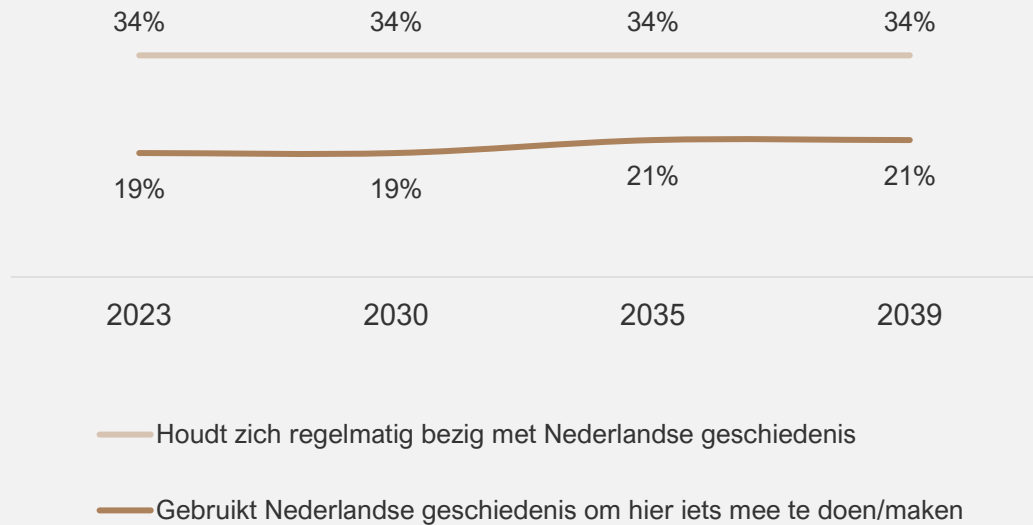


Naar verwachting zal het bezoek aan musea en historische erfgoedlocaties ongeveer gelijk blijven in de komende 16 jaar.



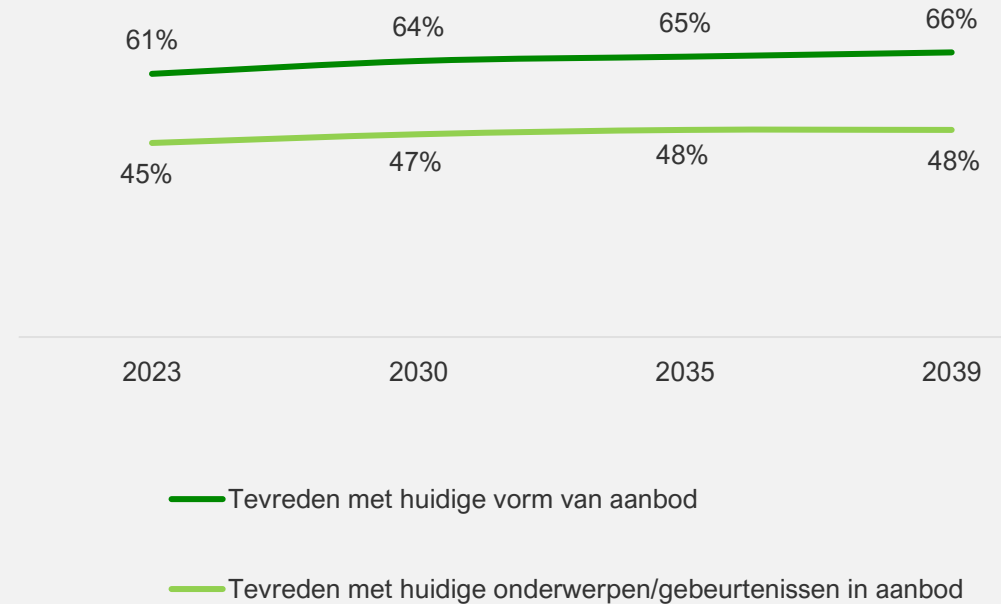
# Trendanalyse

## Gebruik



Naar verwachting zal het aandeel Nederlanders dat de Nederlandse geschiedenis gebruikt om hier iets mee te doen/maken licht stijgen. Het aandeel Nederlanders dat zich regelmatig met geschiedenis bezighoudt, blijft naar verwachting gelijk.

## Tevredenheid

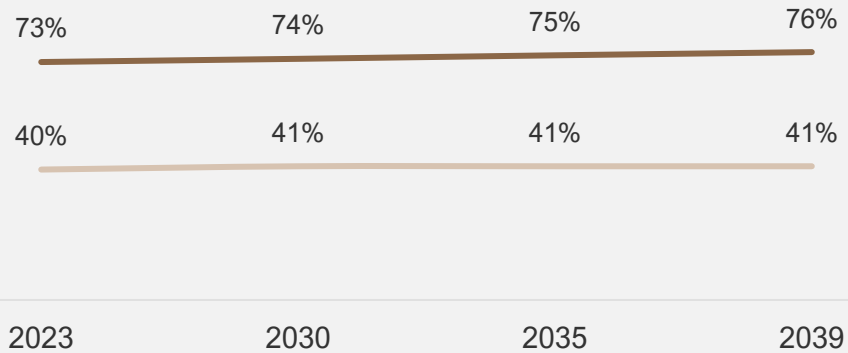


Naar verwachting zal het aandeel Nederlanders dat tevreden is met het huidige aanbod stijgen. Ook het aandeel Nederlanders dat tevreden is met de huidige onderwerpen/gebeurtenissen in het aanbod zal licht stijgen.

# Trendanalyse



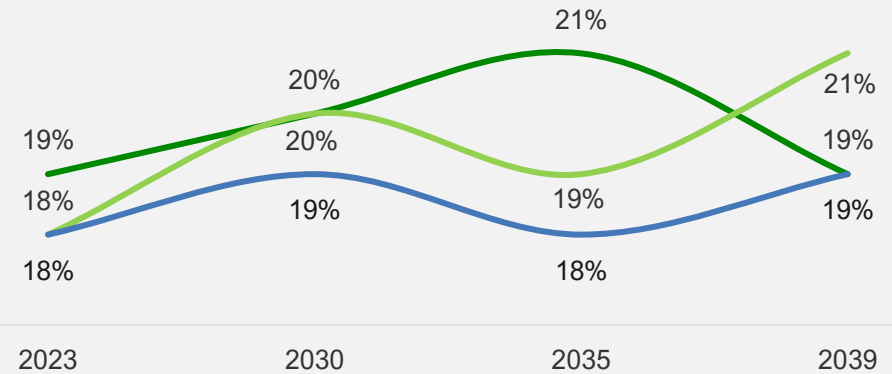
## Interesse NHI



— Vindt initiatief een (heel) goed idee      — Vindt initiatief nodig

Naar verwachting zal het aandeel Nederlanders dat het initiatief een (heel) goed idee vindt licht stijgen. Het aandeel Nederlanders dat het initiatief nodig vindt, blijft naar verwachting in de komende 16 jaar ongeveer gelijk.

## Meer aandacht voor onderwerpen

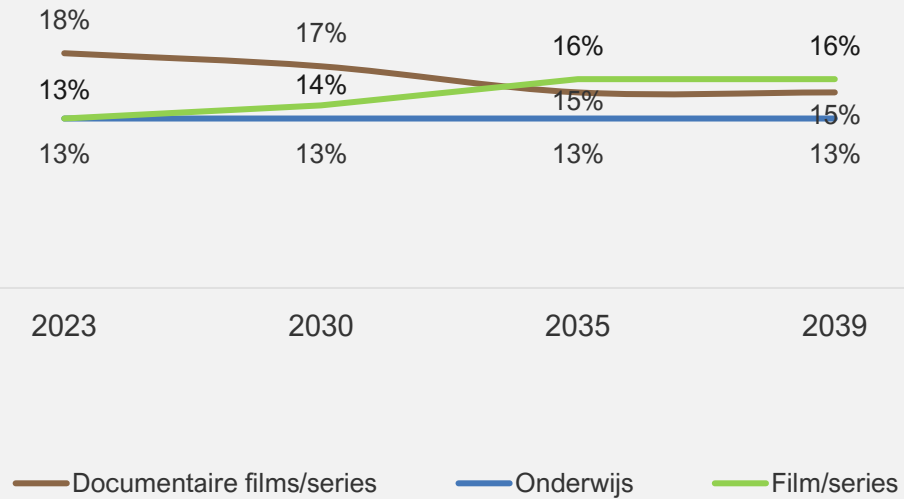


— Rol van vrouwen in de geschiedenis  
— Migratiegeschiedenis in Nederland  
— Slavernij en het koloniale tijdperk

Naar verwachting zal het aandeel Nederlanders dat vindt dat er meer aandacht moet zijn voor migratiegeschiedenis in Nederland licht stijgen. Het aandeel Nederlanders dat vindt dat er meer aandacht moet zijn voor de rol van de vrouw in de geschiedenis en de slavernij en het koloniale tijdperk blijft ongeveer gelijk.

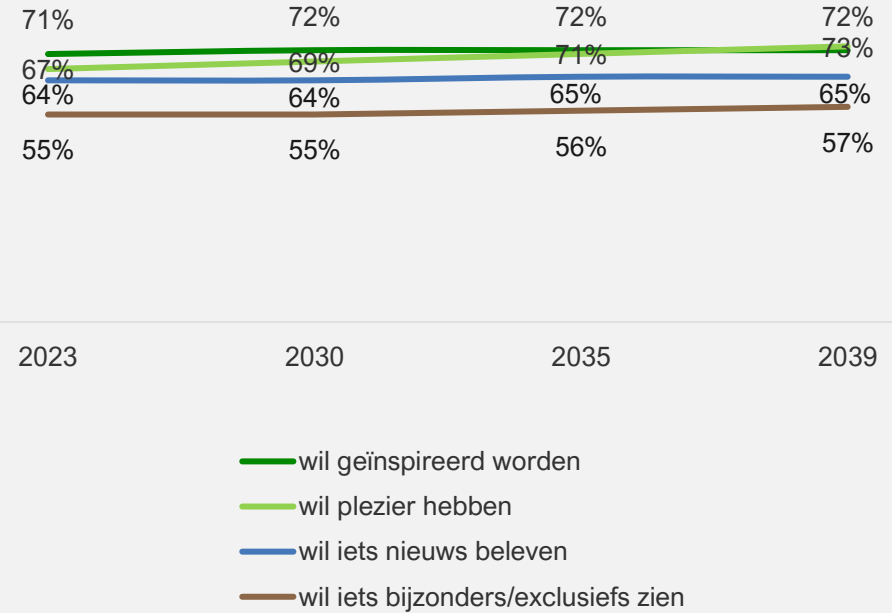
# Trendanalyse

## Vorm NHI



Naar verwachting zal het aandeel Nederlanders dat de voorkeur geeft aan documentaire film/series voor de vorm van het NHI, licht dalen. Het aandeel Nederlanders dat de voorkeur geeft aan film/series zal naar verwachting juist licht stijgen. Het aandeel Nederlanders dat de voorkeur geeft aan onderwijs blijft naar verwachting gelijk.

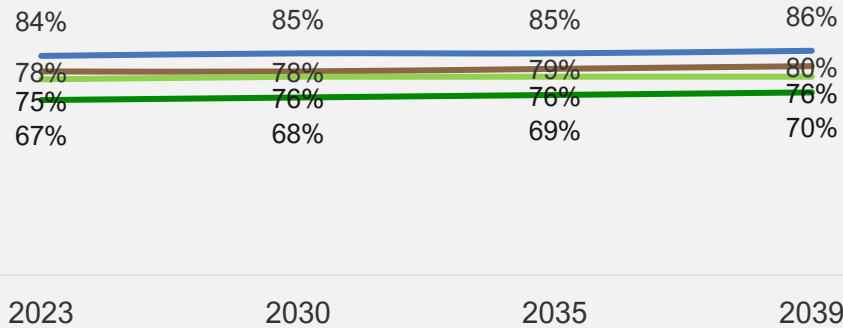
## Wensen NHI



Naar verwachting zal het aandeel Nederlanders dat de voorkeur geeft aan documentaire film/series voor de vorm van het NHI, licht dalen. Het aandeel Nederlanders dat de voorkeur geeft aan film/series zal naar verwachting juist licht stijgen. Het aandeel Nederlanders dat de voorkeur geeft aan onderwijs blijft naar verwachting gelijk.

# Trendanalyse

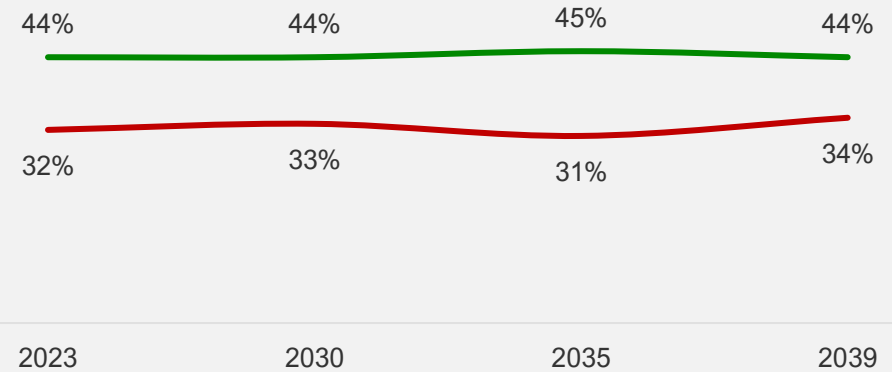
## Eisen NHI



- Toegankelijk voor iedereen
- Minder bekende onderdelen tonen
- Verschillende standpunten tonen
- Bijdragen aan verbinding, begrip en samenhang in de samenleving

Het aandeel Nederlanders dat vindt dat het initiatief moet bijdragen aan verbinding, begrip en samenhang in de samenleving zal naar verwachting licht stijgen. Evenals het aandeel Nederlanders dat vindt dat het initiatief toegankelijk moet zijn voor iedereen en het aandeel Nederlanders dat vindt dat het initiatief minder bekende onderdelen moet tonen. Het aandeel Nederlanders dat vindt dat het initiatief verschillende standpunten moet tonen blijft nagenoeg gelijk.

## Rol overheid NHI



- Oprichting is taak van de overheid
- Oprichting is niet de taak van de overheid

Het aandeel Nederlanders dat vindt de oprichting van het initiatief een taak is van de overheid zal naar verwachting gelijk blijven. Het aandeel Nederlanders dat vindt dat de oprichting niet een taak is van de overheid zal naar verwachting licht stijgen.



## Ontwikkelingen bij de drie onderscheiden doelgroepen.

Op basis van de lineaire extrapolatie zien we slechts beperkte veranderingen. Daarbij is het van belang om te benoemen dat extrapolaties inherent onzekerheden met zich meebrengen. Socio-demografische veranderingen kunnen worden beïnvloed door allerlei factoren. Ook kunnen allerlei andere maatschappelijke ontwikkelingen invloed uitoefenen op de ontwikkeling van wensen, behoeften en verwachtingen. Om deze reden is er in het kwalitatieve onderzoek ook over de toekomst scenario's van gedachten gewisseld met experts in de culturele sector.

Daarnaast kan het zo zijn dat de socio-demografische ontwikkelingen bij de drie onderscheiden groepen tegengestelde effecten hebben. De groei van het aantal Nederlanders met een migratieachtergrond kan bijvoorbeeld andere effecten hebben op de uitkomsten van dit onderzoek dan de groei van het aantal hoger opgeleiden. Om deze reden zijn deze drie groepen uitgelicht in de volgende slides. Hiermee wordt meer inzichtelijk gemaakt welk effect de groei van elke individuele groep zal hebben op de uitkomsten van het onderzoek.

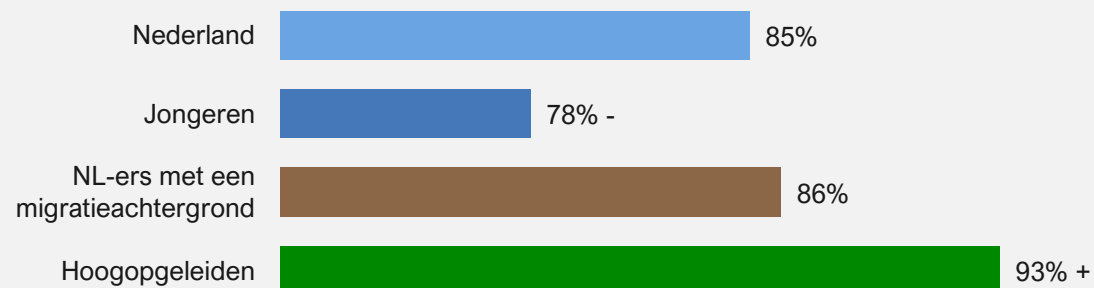
We verwachten verschillende effecten van de groei van de drie groepen:

- Hoogopgeleiden zijn vaker dan de gemiddelde Nederlander geïnteresseerd in de Nederlandse geschiedenis, houden zich vaker bezig met geschiedenis en vinden het initiatief vaker een (heel) goed idee. Bij een groei van deze groep verwachten we daarom dat de interesse in Nederlandse geschiedenis en het draagvlak voor het NHI zal stijgen.
- Jongeren zijn minder vaak dan de gemiddelde Nederlander geïnteresseerd in de Nederlandse geschiedenis en houden zich minder vaak bezig met geschiedenis. Jongeren verschillen niet van de gemiddelde Nederlander in hun draagvlak voor het NHI. Bij een groei van deze groep verwachten we daarom dat de interesse in Nederlandse geschiedenis zal dalen het draagvlak voor het NHI gelijk zal blijven.
- Nederlanders met een migratieachtergrond zijn minder vaak dan de gemiddelde Nederlander geïnteresseerd in de Nederlandse geschiedenis en bezoeken minder vaak erfgoedlocaties. Nederlanders met een migratieachtergrond verschillen niet van de gemiddelde Nederlander in hun draagvlak voor het NHI. Bij een groei van deze groep verwachten we daarom dat de interesse in Nederlandse geschiedenis zal dalen het draagvlak voor het NHI gelijk zal blijven.

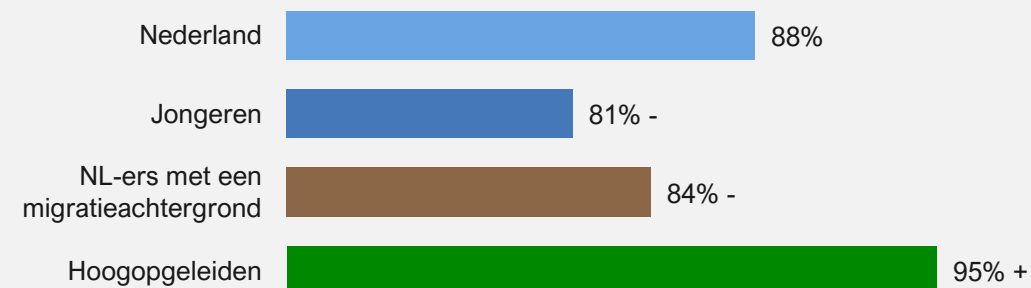
# Uitkomsten per groeiende groep

## Interesse

### Interesse in geschiedenis

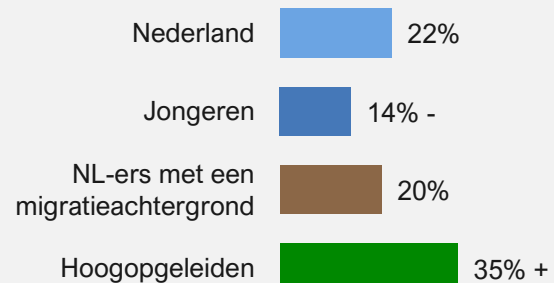


### Interesse in Nederlandse geschiedenis

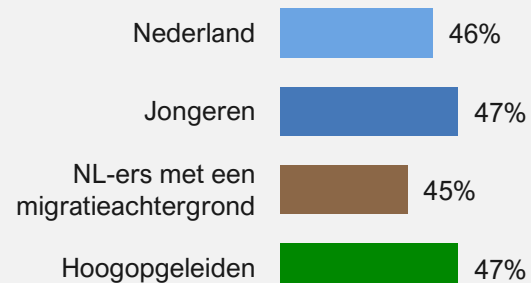


## Bezoek

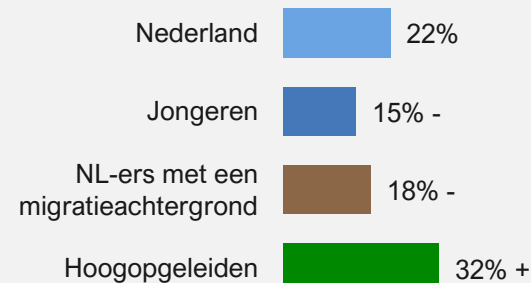
### Musea: >3 keer per jaar



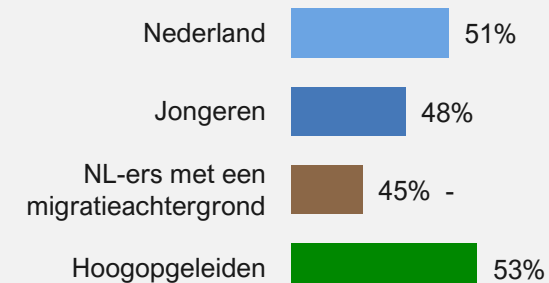
### Musea: 1-2 keer per jaar



### Erfgoedlocaties: >3 keer per jaar



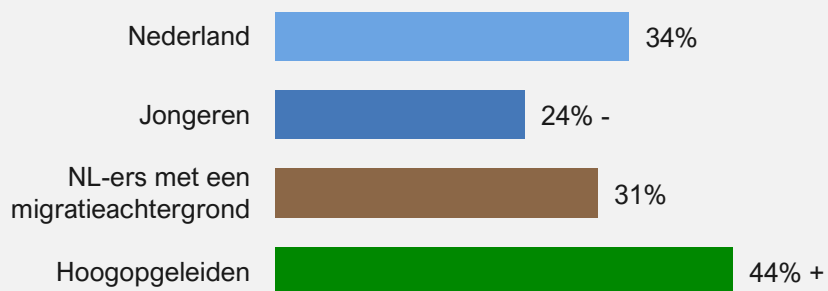
### Erfgoedlocaties: >1-2 keer per jaar



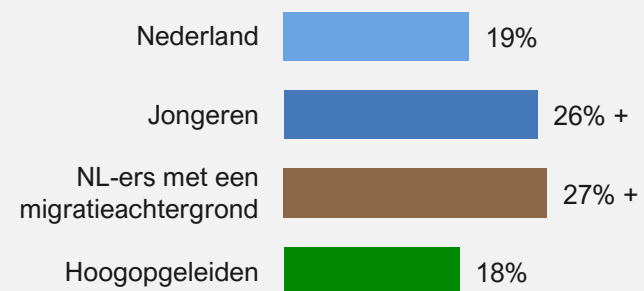
# Uitkomsten per groeiende groep

## Gebruik

### Houdt zich regelmatig bezig met Nederlandse geschiedenis



### Gebruikt Nederlandse geschiedenis om hier iets mee te doen/maken



## Tevredenheid

### Tevreden met huidige vorm van aanbod



### Tevreden met huidige onderwerpen/gebeurtenissen in aanbod



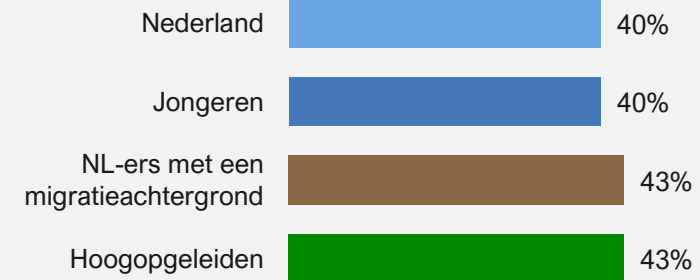
# Uitkomsten per groeiende groep

## Interesse NHI

### Vindt initiatief een (heel) goed idee

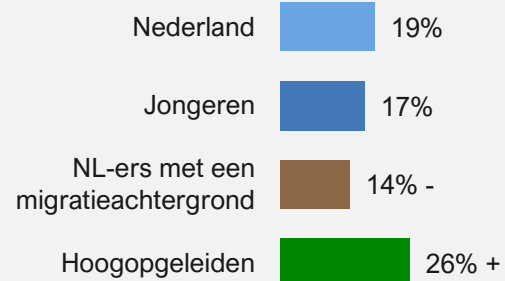


### Vindt initiatief nodig

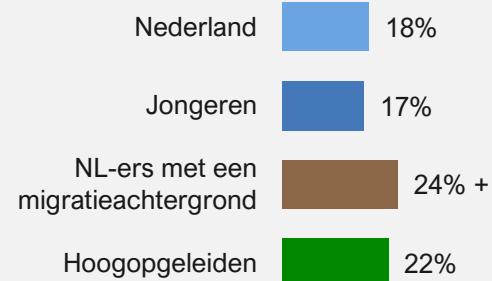


## Meer aandacht voor onderwerpen

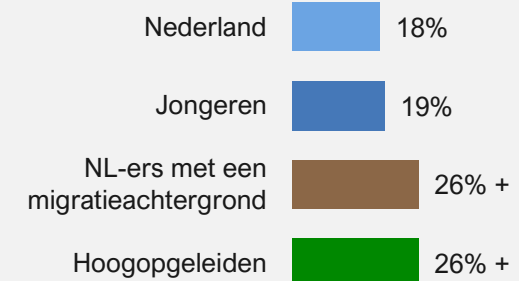
### Rol van vrouwen in de geschiedenis



### Migratiegeschiedenis in Nederland



### Slavernij en het koloniale tijdperk

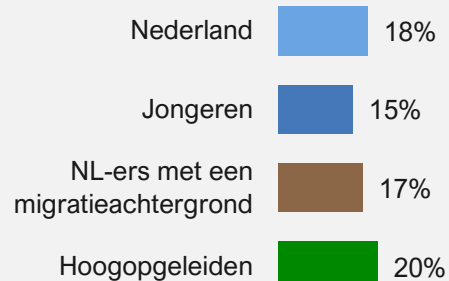


# Uitkomsten per groeiende groep

## Vorm NHI



### Documentaire films/series



### Onderwijs

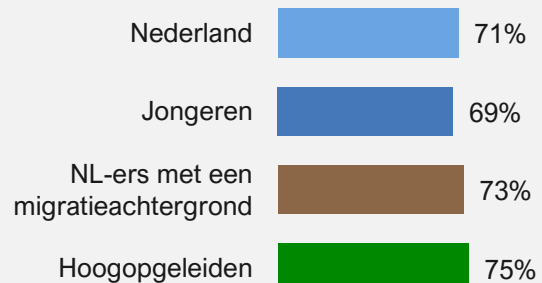


### Film/series

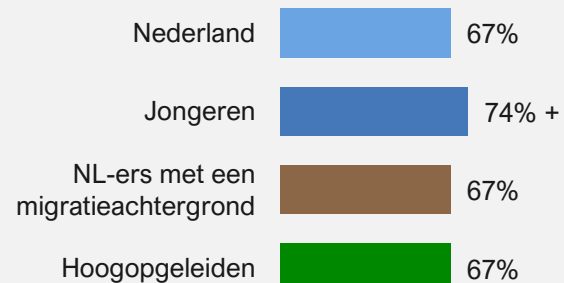


## Wensen NHI

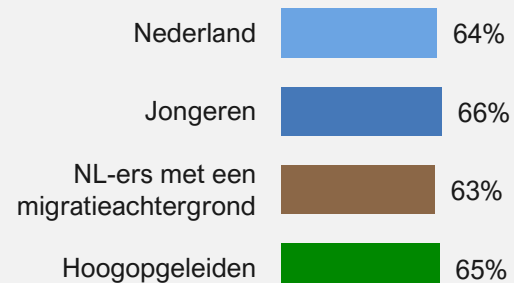
### wil geïnspireerd worden



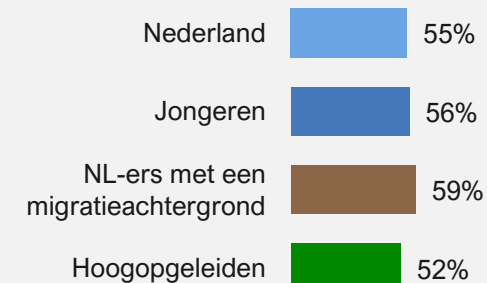
### wil plezier hebben



### wil iets nieuws beleven



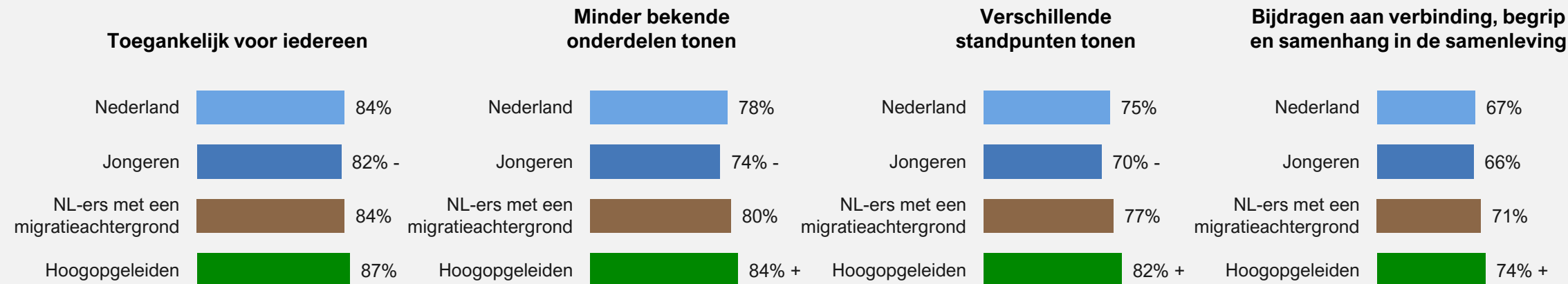
### wil iets bijzonders/exclusiefs zien



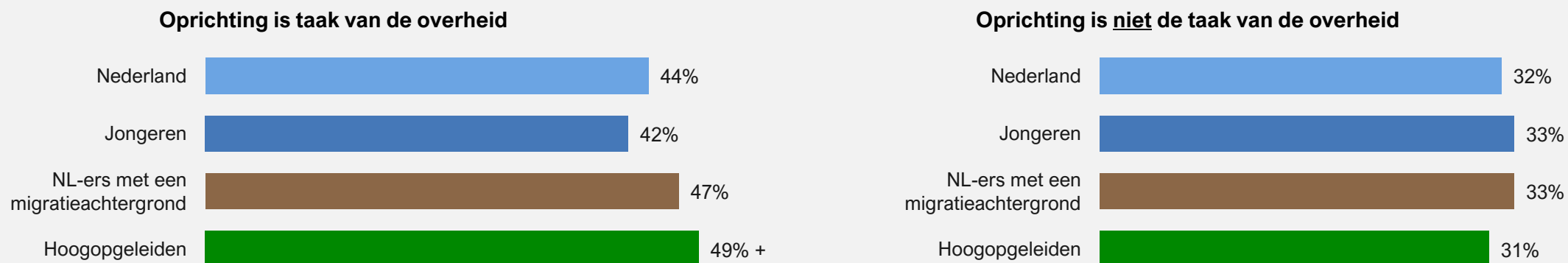


# Uitkomsten per groeiende groep

## Eisen NHI



## Rol overheid NHI



# 8 Bijlage



## Lijst voorgelegde onderwerpen voor de vraag: Voor welke onderwerpen die plaats hebben gevonden in de Nederlandse geschiedenis zou volgens jou meer aandacht moeten zijn?

- Prehistorie
- Romeinse tijd
- Middeleeuwen
- Koude oorlog
- De Tweede Wereldoorlog
- De VOC
- De Gouden eeuw/De 17de eeuw
- De 80-jarige oorlog en Willem van Oranje
- Zeevaarders (bijv. Michiel de Ruijter, Piet Hein, etc.)
- Kunstgeschiedenis (bijv. Rembrandt van Rijn, Vincent van Gogh, Johannes Vermeer, etc.)
- Het koningshuis
- De Watersnoodramp
- Handel en economische ontwikkeling van Nederland
- De Eerste Wereldoorlog
- De industrialisatie
- Het ontstaan van relaties tussen Nederland met andere landen
- Rol van vrouwen in de geschiedenis
- Rol van Nederland in slavernij en het koloniale tijdperk
- De ontwikkeling van Religie in Nederland
- Het dagelijks leven van de burger in verschillende tijdperken, denk aan de middeleeuwen of Romeinse tijd
- Internationale samenwerking (Verenigde Naties, EU, NAVO, etc.)
- Rol van Nederlandse VN-vredesmacht bij oorlogen (bijv. voormalig Joegoslavië, Afghanistan)
- Migratiegeschiedenis in Nederland (bijv. arbeidsmigratie, migratie uit voormalig koloniën, asielmigratie, etc.)

## Aannames trendanalyse

- Jongeren behouden hun huidige opvattingen als ze ouder worden.
- Jongeren t/m 15 jaar die nu buiten de scope van het onderzoek vallen, zullen overeenkomstige opvattingen hebben met de jongste leeftijdsgroep in het onderzoek (16 t/m 24 jaar).
- Personen die in de toekomst een hoger opleidingsniveau hebben, zullen overeenkomstige opvattingen hebben met de hoogopgeleiden in dit onderzoek.
- Personen die in de toekomst een migratieachtergrond hebben, zullen overeenkomstige opvattingen hebben met de Nederlanders met een migratieachtergrond in dit onderzoek.
- De kinderen van Nederlanders met een migratieachtergrond (derde generatie) zullen overeenkomstige opvattingen hebben met de Nederlanders zonder migratieachtergrond in dit onderzoek.

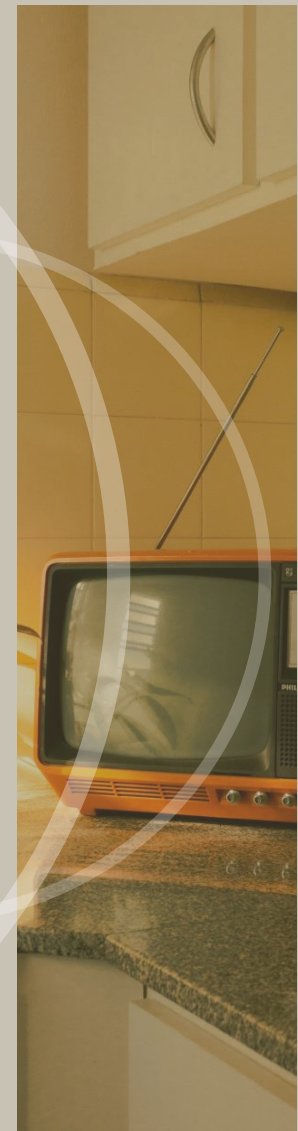




# Publieksonderzoek verkenning nationaal historisch museum

Kwalitatief onderzoek

Uitgevoerd door: MARE





# Introductie



# Achtergrond

## Context

In het coalitieakkoord van 2021 is afgesproken dat de regering een bijdrage levert aan een Nationaal Historisch Museum (hierna: NHM). In dat kader is de staatssecretaris van Onderwijs Cultuur en Wetenschap (hierna: OCW) een verkenning gestart van de mogelijkheden en wensen omtrent een NHM, waarbij een NHM niet per se een fysiek museum hoeft te zijn. In dit onderzoek spreken we daarom van een Nationaal Historisch *Initiatief* (hierna: *NHI*).

Als onderdeel van de verkenning wenst OCW meer inzicht te krijgen in de verwachtingen en wensen van het Nederlands publiek ten aanzien van een dergelijk initiatief en hoe die zich, naar verwachting, door de tijd heen zullen ontwikkelen. De inzichten moeten bijdragen aan het maken van keuzes ten aanzien van de invulling van het NHM. Kantar Public is door OCW aangesteld om verkennend onderzoek uit te voeren onder het Nederlands publiek en experts binnen de culturele sector. Kantar Public heeft allereerst kwantitatief onderzoek uitgevoerd onder het publiek. Vervolgens zijn via kwalitatief onderzoek onder publiek en experts de resultaten nader geduid. Dit kwalitatieve onderzoek is uitgevoerd door onderzoeksbureau MARE.

Dit document is het rapport van het kwalitatieve onderzoek binnen het onderzoekstraject.

## Onderzoeksdoelstelling

### Doel:

Verdiepend inzicht verkrijgen in de beleving en belangstelling ten aanzien van de nationale geschiedenis in het algemeen en een Nationaal Historisch Initiatief in het bijzonder en de mogelijkheden om de nationale geschiedenis toegankelijker te maken voor het Nederlandse publiek.



### *Meer specifiek:*

- Belangstelling voor nationale geschiedenis
- Behoeften en wensen ten aanzien van nationale geschiedenis
- Verwachtingen ten aanzien van het Nationaal Historisch Museum/ Initiatief

### Output onderzoek:

Verdieping op en duiding van kwantitatieve resultaten.

# Onderzoeksspecificaties kwalitatief onderzoek

## Veldwerk

- Het onderzoek is uitgevoerd tussen 25 en 30 augustus 2023.
- Betrokkenen van OCW hebben de interviews meegekeken (via live-streaming).
- Uitkomsten uit kwantitatief onderzoek en toekomstsignalen zijn voorgelegd (zie bijlage).

## Methode

Het kwalitatieve onderzoek is uitgevoerd onder het publiek en experts. In totaal zijn vier groepsdiscussies met het publiek (n=26 totaal) en zes individuele interviews met experts uitgevoerd.

De indeling van de groepsdiscussies is gebaseerd op uitkomsten van het kwantitatieve onderzoek en wordt hiernaast weergegeven.

## Onderzoeksdoelgroep

### In totaal n=26 publiek (vier groepsdiscussies)

- Nederlanders van 16 t/m 75 jaar
- Hebben (veel) interesse in cultuur/ geschiedenis
- *Mix op:* frequentie museum-/ cultuurbezoek (veel/ weinig), woonplaats, leeftijd, opleidingsniveau, dagelijkse bezigheden/ interesses

### In totaal n=6 experts (individuele interviews)

- Experts binnen het culturele domein (en geschiedenis)

Respondenten (publiek) zijn geworven uit het consumentenpanel NIPObase, naar aanleiding van deelname aan de kwantitatieve verkenning rondom een NHM. Experts zijn, in overleg met OCW, geselecteerd en uitgenodigd door MARE. Respondenten hebben een vergoeding ontvangen voor deelname aan het kwalitatieve onderzoek.

## Specifiek

### Groep 1: online (Teams) n=5, t=75

- Weinig tot veel (mix) museum-/ cultuurbezoek, leeftijd 18-65.

### Groep 2: online (Teams) n=5, t=75

- Weinig tot veel (mix) museum-/ cultuurbezoek, leeftijd 18-35 jaar.

### Groep 3: fysiek in Amersfoort n=8, t=90

- Veel museum-/ cultuurbezoek, leeftijd 18-65 jaar.

### Groep 4: fysiek in Amersfoort n=8, t=90

- Weinig tot geen museum-/ cultuurbezoek, leeftijd 18-65 jaar.

---

### Expert-interviews: online, n=6, t=60

- n=3 Academische achtergrond
- n=3 Achtergrond in de culturele sector



# Leeswijzer rapport - 1

## Opbouw van het rapport

- Gestart wordt met een samenvatting van de belangrijkste bevindingen.
- In de resultatensectie worden eerst contextuele aspecten beschreven; interesse in de nationale geschiedenis en de perceptie van het huidige aanbod (vorm en inhoud).
- Vervolgens worden behoeften, verwachtingen en wensen ten aanzien van een toekomstig initiatief weergegeven. Hierbij is in de gesprekken bewust gekozen van het benoemen van 'een initiatief' (en niet een museum), teneinde spontane input op de vorm te kunnen verkrijgen.
- Afsluitend worden signalen voor de toekomst vanuit trendanalyse weergegeven.

Tijdens de interviews zijn de uitkomsten uit het eerder uitgevoerde kwantitatieve onderzoek (augustus 2023) geduid en er zijn toekomstsignalen (uit trendanalyse) voorgelegd om op te reflecteren.

- In hoeverre resultaten zijn verkregen op spontaan niveau versus geholpen (a.d.h.v. voorbeelden/ stimulusmateriaal) wordt specifiek genoemd.
- In de bijlagen worden de achterliggende trends beschreven.  
*NB In het merendeel van de gesprekken werden de signalen al op spontaan niveau genoemd en zijn deze dus niet meer expliciet voorgelegd.*

## Onderzoeksdoelgroep - verantwoording

Op basis van de uitkomsten van het kwantitatieve onderzoek is, in overleg met de begeleidingscommissie van OCW, gekozen voor een kwalitatieve verdieping onder publiek met (veel) interesse in cultuur en geschiedenis.

- De kwalitatieve verdieping is alleen uitgevoerd onder geïnteresseerden in cultuur en geschiedenis.
- Leeftijd is van invloed op behoeften en wensen ten aanzien van het de nationale geschiedenis. Daarom is ervoor gekozen om een online focusgroep uit te voeren onder 'jongeren' in de leeftijd 18-35 jaar en daarnaast een online focusgroep met respondenten in de leeftijdsgroep 35-70 jaar. Voor de fysieke focusgroepen is dit onderscheid niet gemaakt (mix 18-70 jaar).
- Naast mate van interesse en leeftijd is in de groepsindeling een onderscheid gemaakt naar de mate van museum-/ cultuurbezoek; voor de fysieke focusgroepen is een groep uitgenodigd die (zeggen) weinig tot geen (0-2 maal per jaar) museum-/ cultuurbezoeken te doet en een groep die (veel) museum-/ cultuurbezoek (>3 maal per jaar) doet. Voor de online groepen is dit onderscheid niet gemaakt (mix veel/weinig/geen).
- De specifieke verdeling is op de voorgaande pagina weergegeven.

## Leeswijzer rapport - 2

### **MARE**

MARE voert onderzoek uit binnen het kader van ISO 20252:2019 (kwaliteit onderzoek) en ISO 27001:2017 (informatiebeveiliging). MARE houdt zich tevens aan de richtlijnen voor de uitvoer van kwalitatief marktonderzoek (in relatie tot persoonsgegevens) van brancheorganisatie MOA. Daarnaast voldoet MARE aan de overheidsnorm Baseline Informatiebeveiliging Overheid.

### **Disclaimer**

Kwalitatief onderzoek is verkennend en inventariserend van aard. Uitkomsten van dergelijk onderzoek moeten dan ook in de eerste plaats worden gezien als indicatief en hypothese vormend en niet als (cijfermatig bewezen) feiten. Omwille van de leesbaarheid wordt in deze rapportage wel de stellende vorm gebruikt.

In het kader van de Algemene Verordening Gegevensbescherming en MOA-richtlijnen zijn bevindingen en uitspraken niet herleidbaar tot specifieke personen (wel naar doelgroep: publiek/experts).





# Samenvatting kwalitatieve verdieping



# Belangrijke inzichten - 1

**Drijfveren om meer te weten van de nationale geschiedenis komen voort uit het willen verklaren en begrijpen.**

Kennis opdoen en nieuwe perspectieven leren kennen, met als doel de nationale geschiedenis een plek kunnen geven.

Drijfveren om te verdiepen in nationale geschiedenis zijn veelal drieledig:

- *Persoonlijke geschiedenis* en het opzoeken en begrijpen van eigen erfgoed (herkomst, afkomst en tradities).
- *Lokale geschiedenis*; begrijpen waar dingen om ons heen vandaan komen (wat frequent wordt opgemerkt).
- *Nederlandse geschiedenis*; begrijpen wat er op maatschappelijk niveau gebeurt. Veelal met als doel om, naast verklaren en begrijpen, te leren van fouten uit het verleden.



**Interesses gaan veelal uit naar zeer specifieke thema's.**

Interesse gaat primair uit naar specifieke of verdiepende details binnen de nationale geschiedenis en daarna pas naar de meer 'algemene' geschiedenis (de Canon/ thema's die 'op school' aan bod komen).

Bij het vergroten en verdiepen van kennis in nationale geschiedenis past een gevoel van trots. Tegelijkertijd moet er ook erkenning zijn van schaamtegevoelens. Immers, de Nederlandse geschiedenis kent ook negatieve kanten en hier moet (meer) aandacht voor zijn.



**Verschillende vormen waarin geschiedenis en cultuur worden aangeboden worden veelal gecombineerd voor een compleet beeld. Voorkeursvormen zijn heel persoonlijk.**

Er is niet een vorm die het meest aanspreekt. In beleving is juist een mix van vormen nodig om het complete verhaal mee te krijgen en voor een breed publiek is tevens keuze nodig om op aansprekende wijze meer te leren over nationale geschiedenis.

- Zuiver *passieve* vormen van vertellen over de geschiedenis (zoals in geschreven woorden en beeld) zijn heel toegankelijk en daarom aansprekend, maar dit raakt/ beklijft veelal onvoldoende.
- Meer *actieve* vormen, zoals een ervaring (d.m.v. technologie, fysieke plekken, deelnemen, co-creatie), raken wel (geven plezier, verbazing en verwondering) en dragen bij aan het kunnen toevoegen van historische perspectieven aan het persoonlijke erfgoed.



## Belangrijke inzichten - 2

**Het huidige aanbod is in beleving compleet, breed en rijk. Zowel voor wat betreft inhoud als vorm. Desalniettemin is er ruimte voor optimalisatie.**

Het aanbod in nationale geschiedenis is in beleving compleet. Het publiek is over het algemeen ook tevreden over het aanbod; er is voor ieder wat wils (in vorm en inhoud) waardoor het aanbod in beleving toegankelijk is.

Hoewel actuele thema's (zoals slavernij, migratie, vrouwen, etc.) steeds meer aandacht krijgen, het belang van multi-perspectiviteit en aandacht voor lokale initiatieven (ten behoeve van toegankelijkheid) wordt erkend, is er nog steeds ruimte voor verdere verbetering. Het complete verhaal wordt nog steeds gemist.

**Ruimte voor iets nieuws komt voort uit interesse en nieuwsgierigheid naar nationale geschiedenis.**

De invulling van een nieuw initiatief kan in beleving op twee manieren. Met als vertrekpunt of voorwaarde dat het huidige aanbod (in al haar rijkheid) verrijkt dient te worden.

- Een *verbetering* van wat er al is, omdat het aanbod al zo rijk is; meer verbindend en samenhang (specifieke en algemene geschiedenis, persoonlijke en nationale geschiedenis, verschillende initiatieven), betere toegankelijkheid (kosten, bereikbaarheid) en aandacht voor diversiteit in perspectieven.
- Iets *nieuws*, dat het bestaande met iets nieuws combineert (en dus niet per se iets anders). De Rijksoverheid is in beleving een passende afzender voor het initiëren van een dergelijke beweging. De uitvoering ligt in beleving bij andere (verschillende) partijen.

**Het sleutelwoord voor een nieuw initiatief is dat dit een ervaring dient te zijn.**

Een nieuw initiatief dient een ervaring te bieden, waardoor het publiek wordt ondergedompeld in de nationale geschiedenis. Een fysieke plek is aansprekend; dit biedt aanknopingspunten naar de brede geschiedenis, verdieping en andere thema's.

- De verwachting ten aanzien van een nieuw initiatief is dat dit een *actieve* ervaring is: een combinatie van plezier, kennis opdoen, geïnspireerd en geprikkeld worden, nieuwe perspectieven leren, iets nieuws en bijzonders beleven.
- Over de vorm verschillen de verwachtingen; dit kan een strategie zijn, maar ook een museum. Er zijn in beleving verschillende vertelvormen (en technieken nodig) om verschillende doelgroepen in de behoefte te voorzien. Ook publieksparticipatie dient een rol te spelen (in ontwikkeling en uitvoering).
- Toegankelijk voor iedereen, is in beleving uiteindelijk voor niemand. Personaliseren is daarom tevens belangrijk.





# Resultaten kwalitatieve verdieping





# 1 Interesse en gedrag (algemeen)



# Algemeen | Interesse en gedrag -1

De interesse voor de geschiedenis van Nederland is onder geïnteresseerden in cultuur en geschiedenis heel divers; waar interesse naar uit gaat (thema's), alsook de mate van interesse (meer/minder geïnteresseerd, meer/minder mee bezig). Overeenkomstig is dat interesse voortkomt uit willen verklaren en begrijpen.

## Drijfveren

Geïnteresseerden in cultuur en geschiedenis zijn op hun eigen manier bezig met cultuur en geschiedenis. Zowel in de thema's waar belangstelling naar uitgaat en de mate waarin men hiermee bezig. Belangstelling in de Nederlandse cultuur en geschiedenis is vaak specifiek en komt voort uit verschillende drijfveren:

- **Persoonlijke geschiedenis** | Op zoek naar eigen *heritage*; het kennen en begrijpen van de familiegeschiedenis. Vaak gerelateerd aan migratie, het koloniale verleden, maar ook beter begrijpen waar bijvoorbeeld een achternaam vandaan komt of wat voorouders hebben meegemaakt.
- **Lokaal** | De (meer en minder) zichtbare dingen om ons heen beter begrijpen en begrijpen waar ze vandaan komen. Zoals: architectuur van gebouwen/kerken/steden, de impact van oorlogen en specifieke tijden (zoals de Middeleeuwen) op de architectuur en geografie.

- **Nederland breed, maatschappelijk** | Begrijpen waar specifiek gedrag en ontwikkelingen vandaan komen; wat Nederland heeft gemaakt zoals het nu is. Zoals ten aanzien van: het politieke landschap, polarisatie en racisme, kenmerken van specifieke tijdperken (zoals de Middeleeuwen) en specifieke oorlogen (waar, waarom en met welke impact).

## Frequentie

De mate waarin men bezig is met cultuur en geschiedenis verschilt tevens sterk. De een is aangesloten bij een historische gezelschap en is hier dagelijks mee bezig, terwijl een ander hooguit een aantal maal per jaar actief cultuur en geschiedenis opzoekt (in welke vorm dan ook) en weer anderen zich dagelijks 'verwonderen' over alle signalen van historie waarmee ze worden geconfronteerd in en om de eigen woonplaats.

# Algemeen | Specifieke interesses - voorbeelden

**Interesse gaat meer specifiek uit naar (genoemde voorbeelden door het publiek):**

**Ten aanzien van de persoonlijke geschiedenis:**

- *Herkomst van culturele achtergronden*
- *Migratie en koloniale verleden: Indonesische/ Surinaamse roots en wat voorouders hebben meegemaakt (Jappenkampen, slavernijverleden)*

**Ten aanzien van lokale geschiedenis:**

- *Architectuur/ ontstaan van gebouwen/kerken/ steden en ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden door de tijd heen rondom bouw/ architectuur*
- *Historische locaties/ plekken zoals forten, kloosters en kastelen. Maar ook standbeelden en herdenkingstegeltjes en lokale stadswandelingen langs alle historische bezienswaardigheden*
- *Oorlogsgeschiedenis: impact op geografie, Dodendraad tussen Nederland en België, WOII in Rotterdam*
- *Geschiedenis van het Nederlandse koningshuis: Willem van Oranje (stadswandeling in Delft)*
- *Achtergrond bij straatnamen*

**Ten aanzien van de brede Nederlandse geschiedenis:**

- *Specifieke periodes: de Middeleeuwen, Gouden Eeuw*
- *Oorlogsgeschiedenis: wereldoorlogen (I en II), ontwikkelingen in wapening*
- *Invloeden van religie op de vorming van Nederland (zoals het Calvinisme)*
- *Kunsthistorisch erfgoed*
- *Koloniale- en slavernijverleden*
- *Historische geografie: drooglegging, landontwikkeling, deltawerken*
- *Perspectief van andere landen op Nederland*

## Algemeen | Quotes

*“Er zijn eigenlijk zoveel weetjes die voortkomen uit de geschiedenis, waar ik echt geen benul van heb en waar je gewoon langskomt. In gebouwen of als je aan het wandelen of fietsen bent, je komt het overal tegen. De Dodendraad uit WOII om Belgen uit Nederland te houden, forten waar je langsfietst of het gebruik van specifieke bouwtechnieken in verschillende periodes. Verbazingwekkend toch! Hoe meer je weet, hoe meer je ook ziet.”*

- Publiek

*“Lokale verhalen brengen de geschiedenis écht tot leven.”*

- Expert

*“Mijn opa komt uit Indonesië en spreekt daar eigenlijk niet over. Samen met mijn moeder ben ik via internet op zoek gegaan naar meer informatie over Jappenkampen en waarom er in Nederland zoveel mensen wonen met een Indonesische achtergrond. Zo hebben we eigenlijk geprobeerd een groter geheel toe te spitsen op ons eigen verhaal.”*

- Publiek

## Algemeen | Interesse en gedrag - 2

**Interesse en gedrag zijn met elkaar verbonden. Verklaren en begrijpen wil iedereen doen op een manier die persoonlijk raakt, waardoor de aandacht wordt gegrepen en begrip en verwondering het eindresultaat kan zijn. Voor de een is dat het lezen/ luisteren/ bekijken, voor een ander het bezoeken van een fysieke plek rondom nationale historie.**

### Behoeften

De behoefte aan ervaringen opdoen, daardoor begrip vergroten en in een breder perspectief kunnen plaatsen, is onder alle geïnteresseerden aan de orde.

- **Ervaring** | Meegenomen en ondergedompeld worden in de geschiedenis.
  - Persoonlijk maken; persoonlijke verhalen die ervoor zorgen dat ogen en oren worden geopend en interesse wordt gewekt.
  - Om je heen kijken; het alledaagse aan geschiedenis koppelen.
  - Verlevendigen; ervaren, meespelen en zelf interpreteren draagt bij aan het ontstaan van vragen en het aangaan van het gesprek hierover.
- **Educatief** | Leren van het verleden om het heden beter te begrijpen; waar komen discussies vandaan, waarom zijn de steden opgebouwd zoals ze zijn, waarom hebben oorlogen plaatsgevonden?
  - Behoefte gaat uit naar bijzondere verhalen en de diepere lagen. Van daaruit wordt verder gezocht/ gekeken naar een groter geheel.
  - De Canon is voor een deel van de doelgroep het (te) algemene verhaal, dat niet (meer) de aandacht trekt.

### Opvallend

Als het om interesse en gedrag gaat, zijn er nog een aantal opvallende verschillen:

- **Leeftijd** | Naarmate men ouder wordt, is er veelal meer interesse in geschiedenis.
  - Hierbij is het opvallend dat de interesse in Nederland in brede zin en maatschappelijke veranderingen sterker leeft onder de oudere doelgroep (versus jongeren die nog meer met zichzelf/ de persoonlijke geschiedenis bezig zijn).
- **Latente behoefte** | Publiek dat zegt weinig te hebben met cultuur, geschiedenis en museum- en culturele bezoeken, zoeken meer indirecte raakvlakken met geschiedenis op; historische plekken bezoeken tijdens fietstochten en bewustzijn van de historische geschiedenis om je heen (stadwandelingen, op weg naar werk/ winkels, etc.).

## Algemeen | Quotes

*“Ik bezoek bij hoge uitzondering historisch plekken of musea als activiteit. De historische route in Den Bosch heb ik onlangs wel gelopen maar het is echt niet blijven hangen. Het is een mooie, leuke ervaring maar het mist iets ondeugends zodat het wel blijft hangen”*

- Publiek

*“Geschiedenis heb ik gelijk laten vallen op de middelbare school. Het bleef gewoon niet hangen en was zo breed. Nu zoek ik het nog steeds niet echt op, maar valt het mij wel steeds meer op dat heel veel plekken waar je toch al komt geschiedenis ademen. Zoals het oude centrum van Amersfoort of her en der herdenkingstegeltjes in steden; dat zijn kleine momenten dat ik wél stilsta bij de geschiedenis. Hoe dichterbij en lokaal, hoe interessanter ik het nu vind: zoals het Alkmaars Verzet of als ik ergens een fort tegenkom”.*

- Publiek



## Algemeen | Interesse en gedrag - 3

### Implicaties voor een NHM vanuit de context:

- Interesses zijn heel specifiek, aandacht gaat uit naar heel **specifieke details** in de Nederlandse geschiedenis.
  - De specifieke, verdiepende details in de geschiedenis zijn in beleving interessant en trekken de aandacht. Van daaruit wordt gekeken naar het grote geheel/ de meer algemene geschiedenis (zoals de Canon).
- **Dialoog als doel**; cultuur en geschiedenis zo aanbieden dat hierover nagedacht wordt, iedereen betrokken wordt en vragen oproept die uitgesproken worden is in beleving belangrijk. Reflecteren (middels dialoog) is belangrijk om te kunnen begrijpen, verklaren en lering te trekken uit de geschiedenis.
- Verdieping in de geschiedenis in de vorm van een **ervaring ('experience') is aansprekend**; draagt eraan bij dat een verhaal beklijft, tot leven wordt gebracht en vergroot interesse. Verdiepen en kennis opdoen gebeurt niet in één vorm; verschillende verhalen worden in beleving op verschillende manieren het beste verteld.

*“Je moet weten waar we vandaan komen, om te begrijpen waar we nu staan.”*

- Expert

*“Geschiedenis fascineert mij, ik ben op zoek naar een stuk verwondering. Dat heb ik elke dag al als ik naar mijn werk fiets en naar de gebouwen om mij heen kijk die vol historie zitten.”*

- Publiek



## 2 Beleving huidig aanbod

# Huidige aanbod - vorm | Algemeen beeld - 1

Het aanbod in Nederlandse cultuur en geschiedenis is in beleving heel breed; in heel veel verschillende vormen en op veel verschillende plekken kan over verschillende facetten van de Nederlandse cultuur en geschiedenis worden geleerd. Desalniettemin zijn er ook duidelijke barrières in het aanbod.

## Positieve ontwikkelingen in het aanbod

Het beeld overheerst dat geschiedenis overal is. Als het gaat om specifieke initiatieven die onderdelen van/ verhalen uit de geschiedenis belichten, dan wordt tevens herkend dat er in Néderland heel veel initiatieven zijn (in alle vorm en maten) en het aanbod dus zeer rijk is. Genoemde voorbeelden zijn: online, musea, historische plekken, lokale initiatieven, wandeltochten, speurtochten, boeken, beeld (films/series/ documentaires), rondreizende initiatieven, podcasts/ -walks, schouwspellen, theater en QR-codes.

Een deel van de doelgroep erkent dat moeite wordt gedaan om het aanbod zo aantrekkelijk mogelijk te maken (voor verschillende doelgroepen) en dat hier de laatste jaren veel stappen in zijn gezet. Hierin zijn echter ook nog steeds stappen te zetten.

- **Samenwerkingen:** musea en initiatieven werken steeds meer samen.
- **Ervaring:** steeds vaker meer interactief, hogere betrokkenheid.
- **Toegankelijk:** steeds vaker door het hele land (rondreizende tentoonstellingen/ initiatieven) en daarmee meer toegankelijk voor iedereen.

## Barrières in het aanbod

Dat neemt niet weg dat er ook barrières zijn. Dit ervaart het publiek en bevestigen experts:

- Veel **versnippering**; overal wel iets, overal gaan ze in op een klein stukje van de geschiedenis. Er in beleving zoveel dat eigenlijk onbekend is wat er allemaal is en het moeilijk is om relevantie op waarde te kunnen schatten.
- **Verbinding** wordt gemist; losse verhalen (en daardoor mist de bredere context).
  - *Belangrijk:* verbinding is hierbij niet alleen het plaatsen op een tijdlijn en een koppeling maken naar de brede geschiedenis en verschillende perspectieven. Het gaat ook om verbinding kunnen maken naar wat dit op persoonlijk vlak en voor Nederland betekent.
- **Toegankelijkheid** kan beter: hoge kosten (entree, transport, horeca), te breed aanbod (betere toespitsing op doelgroepen om aansprekendheid, inleving en begrip te vergroten) of de effort is te groot (transport, reistijd, hele gezin mee).

## Huidige aanbod - vorm | Algemeen beeld - 2

Als het gaat om de vorm waarin Nederlandse cultuur en geschiedenis worden aangeboden, heeft ieder eigen voorkeuren óf is juist een mix van vormen het meest aansprekend.

### Voorkeur voor verschillende vormen

Voorkeur in de vorm is persoonsafhankelijk, thema-afhankelijk én afhankelijk van de gewenste verdieping. Verschillende vormen worden veelal gecombineerd om een compleet beeld te krijgen; verschillende perspectieven, volledigheid en het tot leven brengen. Men wil zich kunnen verplaatsen in en kunnen voelen hoe het toen moet zijn geweest, meegenomen worden in het verleden.

#### *Bronnen vanwege laagdrempeligheid en toegankelijkheid:*

- **Internet:** iets horen of zien, ergens voorbij fietsen, nieuwsgierig worden en vervolgens informatie opzoeken via Google om hierover snel meer te leren.
- **Social media:** zowel inspiratief als educatief. Een bron om op de hoogte gehouden te worden (zoals tips over bezoekwaardigheden) en om meer informatie op te zoeken.
- **Boeken:** van historische romans tot boeken over specifieke thema's.

- **Film/documentaires/series:** zijn aansprekend en zeer toegankelijk, maar in beleving is er ook meer nodig om interesse echt aan te wakkeren en te verdiepen in geschiedenis (in plaats van alleen achterover leunen).

#### *Bronnen vanwege ervaring (experience):*

- **Historische plekken:** bezoeken van locaties (bijv. Anne Frank Huis, forten, kerken, steden, etc.), zowel 'betaald' als ook onbetaald (openbaar/ veelal lokaal). Vaak ook in combinatie met een luistertour/ podwalk/ schouwspel.
- **Games, maar bijvoorbeeld ook enthousiaste vertellers:** enthousiasme triggeren, voelen en kunnen verplaatsen in situaties.
- **Persoonlijke verhalen:** échte verhalen van familie/vrienden/mensen die iets hebben meegemaakt. Op specifieke locaties, maar ook in familieverband.
- **Musea:** polariseert het meest in hoe men zich hier überhaupt tot aangetrokken voelt (komt ook mede voort uit dat iedereen over deze vorm kan meepraten en ervaringen sterk verschillen).



## Huidige aanbod - vorm | Quotes

*“Er is eigenlijk heel veel, maar daardoor weet ik eigenlijk niet meer wat er allemaal te vinden is en voor wie wat relevant is. Wat is er nou over oorlog te vinden, dat specifiek voor jongeren van 24 jaar is? Waar moet ik dan beginnen met zoeken?”*

- Publiek

*“Ik heb onlangs een game gespeeld waarbij Rotterdam tijdens WOII het decor is (computerspel Battlefield). Het was heel gaaf en het nam me echt mee!”*

- Publiek

*“Films, series en documentaires zijn mij te popiejopie. Ze laten weinig aan de illusie over en of het echt zo was... Er zit vaak ook een politieke agenda achter. Wat doe je er echt mee, behalve achterover zakken en kijken?”*

- Publiek

*“Wij wonen in een heel rijk land met heel veel verschillende initiatieven.”*

- Expert

# Huidige aanbod - inhoudelijk | Algemeen beeld - 1

Als het gaat om het inhoudelijke aanbod (thema's), dan overheerst het beeld dat er veel is en over alles wel wat te vinden is. Er wordt hierbij een heleboel wél verteld, maar nog steeds ook heel veel niet. Verschillende perspectieven en ook de meer 'zwarte bladzijden' van de geschiedenis worden zowel onder het publiek als experts gemist. Een gevoel van trots én ook schaamte zijn relevant.

## Breed aanbod

In het rijke aanbod in Nederlandse cultuur en geschiedenis komen in beleving alle verschillende thema's wel aan bod.

Enkelen zijn iets genuanceerder en vinden dat voornamelijk Nederlandse trots wordt gedeeld, maar minder/ geen aandacht uitgaat naar de 'zwarte pagina's' uit de geschiedenis en ook verschillende perspectieven nog te vaak ontbreken.

- Er is in beleving wel steeds meer ruimte en aandacht voor het eerlijke, complete verhaal, maar hierin zijn nog stappen te zetten.
- Conflicterende verhalen en multiperspectieven binnen cultuur en geschiedenis stuiten op debat/ discussie en zijn heel actueel nu (thema's als: slavernij en migratie en de rol van Nederland bij bepaalde oorlogen in eigen land en over de grens). Het ontstaan van debat/ discussie over de minder belichte kanten van de Nederlandse cultuur en geschiedenis wordt over het algemeen omarmt (hoewel ook erkend wordt dat dit ingewikkeld is) en belangrijk gevonden.

## Onbelichte kanten van de geschiedenis

Hoewel zeker beaamd wordt dat de Nederlandse cultuur en geschiedenis iets is om trots op te kunnen zijn, is schaamte net zozeer relevant. Dit blijft echter vaak onderbelicht. Meer specifiek worden thematisch gemist (en zijn actueel):

- **Conflicterende verhalen** | Zijn in beleving interessant en dragen eraan bij dat iedereen vertegenwoordigd wordt/ betrokken is bij de geschiedenis (i.p.v. dat één kant van het verhaal wordt belicht). Hierdoor gaat men nadenken, wordt iedereen betrokken, wordt de dialoog gestart en juist dat is in beleving belangrijk.
- **Multiperspectieven** | Verschillende verhalen worden nu gemist, terwijl iedereen onderdeel is van de geschiedenis en dit niet alleen in Nederland plaatsvond. Het volledige verhaal nodig is om te kunnen begrijpen waar we nu staan (zoals bij: maatschappelijke thema's, geschiedenis van groepen mensen en het begrijpen van eigen heritage). Geschiedenis vertellen vanuit verschillende invalshoeken en op verschillende niveaus (van persoonlijk tot Nederland en wereldwijd). Multiperspectief is heden ten dage bijna vanzelfsprekend, een randvoorwaarde binnen het aanbod (en conflicterende verhalen vloeien daaruit voort).

## Huidige aanbod - inhoud | Quotes

*“Onze geschiedenis is geen symfonie; het schuurt, het is confronterend en ook dat moet je laten zien.”*

- Expert

*“Trots kun je hebben, maar daartegenover is schaamte ook zeker niet misplaatst als je nadenkt over de Nederlandse geschiedenis.”*

- Publiek

*“Er is zo veel uit de geschiedenis niet verteld; de grote gebeurtenissen omtrent slavernij en kolonialisme. Ik ben net door passagierslijsten gegaan om te kijken waar mijn voorouders aankwamen in Suriname. Ik ben daar persoonlijk zo bij betrokken. De laatste vernieuwing in geschiedenisboeken is in 2001 geweest en er is zo veel gebeurd sindsdien. Zijn mensen blind, of kunnen we nog heel veel geur en kleur inbrengen in de geschiedenis?”*


- Publiek

# Huidige aanbod | Algemeen beeld

## Implicaties voor een NHM vanuit de beoordeling van het huidige aanbod:

In de ogen van het publiek (alsook experts) is het aanbod compleet (in zowel vorm als inhoudelijk). Desalniettemin, zorgt onder geïnteresseerden de interesse in/ nieuwsgierigheid naar cultuur en geschiedenis ervoor dat er in beleving wél ruimte is voor:

1. Enerzijds **verbetering**; meer verbinding, betere toegankelijkheid (kosten, bereikbaarheid) en meer multiperspectief.
  - In dit kader is er onder het publiek een sterk besef dat het aanbod zó breed en rijk is, dat ze eigenlijk niet weten wat er allemaal is. Experts beamen dit en benoemen dat het publiek geen weet heeft van wat ze eigenlijk niet weten (en wat ze dus missen), alsook dat marketing een grote rol speelt bij kennis van en de beleving van het aanbod.
2. Anderzijds iets **nieuws**: zoals een beweging/ programma (dat nieuw en bestaand combineert), waardoor er meer een paraplu komt (als oplossing voor versnippering en onbekendheid met het brede/ rijke aanbod) en waar een ervaring bieden centraal staat. Multiperspectiviteit en toegankelijkheid worden hierbij als voorwaarde gezien, evenals samenwerkingen, verbinding teweegbrengen en interactie als vertrekpunt.



*“Op héél veel verschillende plekken kun je stukjes van cultureel erfgoed en geschiedenis vinden, maar het grote verhaal ontbreekt.”*

- Publiek



*“Je moet geconfronteerd worden en het moet je raken voordat je iets met verhalen uit de geschiedenis doet. Daar kan nog wel wat aan worden gedaan.”*

- Publiek





### 3 Toekomstig initiatief

# NHM | Toekomstig initiatief - 1

## Interesse in en nieuwsgierigheid naar de Nederlandse cultuur en geschiedenis onder geïnteresseerden draagt bij aan draagvlak voor een nieuw initiatief.

Wensen en verwachtingen bij een nieuwe initiatief lopen uiteen, maar betreffen over het algemeen wel fysieke/ meer actieve vormen; traditioneel in de vorm van een museum (dit biedt houvast, zoals men gewend is) alsook meer aandacht voor lokale historische plekken (die dichtbij nieuwsgierig maken naar brede geschiedenis en andere thema's) en/of meer toegankelijk in de vorm van een rondreizend podium, een specifieke dag/week/maand waarin de Nederlandse cultuur en geschiedenis centraal wordt gesteld of een bureau dat een jaarprogramma met verschillende initiatieven samenstelt.

### Behoeften ten aanzien van een nieuw initiatief

Een aantal behoeften rondom een nieuw initiatief zijn *spontaan* naar voren gekomen:

- **Keuze hebben** | Behoefte ligt bij een **combinatie van verschillende vormen** (fysiek, digitaal, kijken/luisteren, meedoen, etc.) en daarmee **vrijheid** om onderwerpen te ontdekken op verschillende manieren (of perspectieven).
- **Ervaring bieden** | Behoefte aan een beleving, een **ervaring** en ondergedompeld worden in de geschiedenis.  
*Zoals via VR, gaming, dragen van kostuums en omgeven in een omgeving, QR-codes om meer te leren (zoals bij de Eiffeltoren in Parijs, Archeon, Anne Frank Huis).*

- **Interactief** | Een deel van de doelgroep heeft behoefte aan co-creatie, betrokkenheid van publiek/ verschillende doelgroepen. Voor en door de mensen gemaakt, maar ook interactie in de kennisdeling.  
*Zoals: living libraries; een plek creëren om vragen te stellen, maar ook zelf wat in te brengen.*
- **Multiperspectieven** | Meerstemmige verhalen, belicht vanuit verschillende kanten, zijn aansprekend en belangrijk om alle kanten van de geschiedenis mee te krijgen.  
*Zoals de tentoonstelling over de Gouden Koets en de commandantswoning in Westerbork.*
- **Verbinding** | Behoeften aan verbinding van verschillende initiatieven die er al zijn (ook d.m.v. samenwerkingen), maar ook verbinding van de geschiedenis met persoonlijk erfgoed/ verhaal (hoe is Nederland geworden zoals het is, hoe ben ik geworden zoals ik ben, etc.).
- **Lokaliseren** | Toegankelijkheid optimaliseren; omdat er al ontzettend veel is, is naar de mensen toe komen in beleving belangrijk.  
*Zoals: rondreizende roadshow en schouwspel/ theater.*
- **Dialogisch** | Een sterke behoefte ligt bij eigen erfgoed willen toevoegen aan een verhaal; daarvoor moet geschiedenis raken en een gesprek teweeg brengen.

# NHM | Toekomstig initiatief - 2

## Wensen ten aanzien van een nieuw initiatief

Naast behoeften is nagegaan welke wensen spontaan leven ten aanzien van een eventueel initiatief.

### • Personaliseren |

- Personaliseren is enerzijds geschiedenis vertellen door een ervaring te bieden (ondergedompeld en meegenomen worden) en aan hand van concrete individuen.
- Een initiatief voor iedereen is in beleving voor niemand. Personaliseren is daarom ook een maatwerk ervaring bieden, die past bij de grote diversiteit binnen het publiek; beantwoorden aan verschillende kennisniveaus en verschillende interesses (in thema en vorm). Hoe je de interesse van bijvoorbeeld de jeugd (op school) trekt versus van volwassenen verschilt.

*Hierbij ook rekening houdend met nieuwe mediavormen/ -consumptie; de jeugd van nu die op een heel andere manier consumeert dan oudere generaties.*

- **Herkenning** | Verrast en geprikkeld worden door het combineren van herkenning (wat persoonlijk gezien wordt) en daartegenover ook vervreemding (verrast worden).
- **Decentralisatie** | Geschiedenis is overal en juist lokale verhalen spreken tot de verbeelding én dragen bij aan toegankelijkheid.
- **Overzicht zichtbaarheid** | Beter weten wat er überhaupt is, succes/ bekendheid gaat nu vooral uit naar grote/ bekende initiatieven.

*Zoals het succes van 'Soldaat van Oranje' (rol marketing) vs. andere initiatieven die nauwelijks aandacht krijgen.*

*“Geschiedenis vertellen aan de hand van een tijdlijn mag worden losgelaten. Thema’s die levendig worden gemaakt, daar ben ik in geïnteresseerd.”*

*- Publiek*

*“Plekken als een stadhuis, kerk of bioscoop zijn essentieel, die verbinden ons met wie we zijn én met elkaar. Een plek is een bewijs dat dingen belangrijk zijn.”*

*- Expert*

## NHM | Quotes

*“Het onderwijs speelt een belangrijke rol om überhaupt open te staan voor geschiedenis. Wat Nederland heeft gedaan, wat mensen met zich meedragen en hier een gesprek over kunnen voeren, moet al op veel jongere leeftijd starten om te voorkomen dat, zoals nu, het gesprek er helemaal niet meer is. Jongeren krijgen nu informatie via social media waar helemaal geen verdieping in zit en alleen al bij het woord museum haken ze af. Openstaan voor en het gesprek voeren over, daar moet weer meer aandacht voor komen.”*

- Expert

*“Vroeger keek ik Bassie en Adriaan en zag ik historische plekken waar ik over leerde en ook naartoe wilde. Nu wordt naar Enzo Knol gekeken op YouTube. Jongeren krijgen minder verdieping mee en hebben een kortere aandachtsspanne dan hoe dat vroeger was. Daar moet wel rekening mee worden gehouden.”*

- Publiek



# NHM | Toekomstig initiatief – dilemma's/ valkuilen - 1

**Naast positieve geluiden voor een nieuw initiatief komen ook duidelijk dilemma's en valkuilen uit het onderzoek naar voren, onder zowel experts als het publiek. Dilemma's gaan veelal hand in hand met de behoefte en wensen ten aanzien van een *experience*, toegankelijkheid en multiperspectieven een plek geven binnen een nieuw initiatief.**

## **Dilemma's (genoemd door het publiek – en bevestigd door experts):**

### *Ten aanzien van toegankelijkheid:*

- Met een focus op iedereen/ niemand willen uitsluiten (in toegankelijkheid en multiperspectieven) wordt uiteindelijk niemand bereikt; doorslaan in inclusiviteit/ perspectieven/ te algemeen is een risico/ valkuil.
- De aandachtspanne van jongeren is zeer kort en ze zoeken op het internet alles op. Alles wat aandacht vraagt van jongeren, moet echt toegespitst zijn op jongeren.
- Acceptatie dat je niet volledig kunt zijn; het publiek pikt eruit wat ze willen zien/ onthouden en hebben zelf ook een blinde vlek.
- Voornamelijk een vaste plek wordt gerelateerd aan hoge kosten (entree, reizen, hele familie mee, horeca) die een bezoek niet aantrekkelijk/ mogelijk maken.
- Film/ serie/ documentaire zijn populair, maar in beleving ook te passief is om echt iets uit te leren.

### *Ten aanzien van verschillende perspectieven, het eerlijke/ volledige verhaal:*

- Er zijn al veel mooie initiatieven/ musea in Nederland, dat moet niet vergeten worden (*"laat die eens op reis gaan zodat ze naar je toekomen"*).
- Film/ serie/ documentaire hebben in beleving veelal een politieke agenda schuil gaat (ook bij andere vormen), hierdoor wordt getwijfeld aan de echtheid en de les die hierdoor wel/ niet wordt geleerd.

# NHM | Toekomstig initiatief – dilemma's/ valkuilen - 2

## Dilemma's (genoemd door experts):

### *Ten aanzien van een experience bieden:*

- Een initiatief rondom nationale historie hoeft geen pretpark te zijn ("Disneyfication"; doorslaan in een ervaring bieden) is niet wenselijk in relatie tot de nationale geschiedenis. Leren en begrijpen staan centraal en dat mag en moet met een andere *mindset* dan wanneer je naar een pretpark gaat.

### *Ten aanzien van iets nieuws (bovenop alles dat er al is):*

- Iets nieuws kan tevens leiden tot (nog) meer versnippering, of een politiek verhaal waarin Nederland 'verheerlijkt' wordt (in plaats van waar het eerlijke verhaal wordt verteld). Belangrijk is: kennis uitwisselen, samenwerken en de gedeelde geschiedenis opzoeken.
- Verschillende vormen concurreren op dit moment met elkaar, er ontstaat een spagaat (zoals musea met bioscopen). Iets nieuws kan dit versterken.

### *Ten aanzien van publieksparticipatie:*

- Horizontaal in plaats van verticaal organiseren ('*cultural democracy*') en daarbij publieksparticipatie een rol geven wordt steeds belangrijker, maar hierop moet wel een duidelijke visie zijn om dit ook echt van meerwaarde te laten zijn. Co-creatie dient centraal te staan (en niet "u vraagt, wij draaien").

### *Ten aanzien van verschillende perspectieven, het eerlijke/ volledige verhaal:*

- Een eerlijk verhaal vertellen en verschillende perspectieven een plek geven betekent dat je verschillende mensen betrokken moeten worden en dit is heel tijdsintensief (professionele bedenkers/ makers, publiek, (gast)curatoren).
- Verschillende perspectieven een plek geven is lastig; verschillende generaties hebben al verschillende perspectieven, hoe ga je alles samenbrengen?
- Spanningsveld van enerzijds het dekolonialiseren van collecties (opengooien, andere stemmen horen), terwijl er gelijktijdig ook erkenning dient te zijn dat er expertise is op een bepaald terrein.
- Culturele instellingen die conserverend werken passen altijd een selectie toe.
- Ethiek een plek geven is lastig: mensen zoeken herkenning, maar wat 'vreemd'/ onbekend is, is ook waardevol. Om overbrugging te kunnen bereiken tussen erkenning en vervreemding zijn meer extreme vormen van kunst nodig.
- Een NHI hoeft geen warme deken te zijn/ zo te voelen, daar dient geschiedenis in beleving niet voor. Ruimte bieden aan de donkere bladzijden uit de geschiedenis en erkennen en bewustzijn opent een verhaal waar veel meer mensen zich in herkenning en dit verrijkt de verhalen.

## NHM | Quotes

*“Het is belangrijk dat je zelf kunnen exploreren. Documentaires, films en series zijn een kant en klaar product. Vooral het gesprek daarna is belangrijk. Het kan wel, maar als een film, serie of documentaire een hoofdbron wordt dan is dat wel verarming. Er is meer nodig om goed te kunnen leren over de nationale geschiedenis.”*

- Expert

*“Vertellers zijn altijd de helden. Maar in retrospect kan de geschiedenis steeds uit verschillende hoeken worden ingevuld door iedereen. Juist dat is interessant.”*

- Expert



## 4 Trendbevindingen



# Trends |

## De toekomst aan de hand van vier signalen

Om de gedachtenvorming over een toekomstig NHM te faciliteren, zijn – indien niet spontaan genoemd – vier toekomstsignalen voorgelegd met de vraag welke reactie de mogelijke invulling oproept. De signalen zijn (zie bijlage voor een uitgebreide beschrijving van de signalen):

- **Signaal 1:** Wat als het Nationaal Historisch Initiatief een virtuele ervaring is? (vorm)
- **Signaal 2:** Wat als het Nationaal Historisch Initiatief een prikkelende en meeslepende ervaring is? (vorm)
- **Signaal 3:** Wat als Nationaal Historisch Initiatief door en voor mensen wordt samengesteld? (inhoud)
- **Signaal 4:** Wat als het Nationaal Historisch Initiatief geschiedenis vanuit verschillende perspectieven vertelt? (inhoud)

## Leeswijzer: Trendanalyse door MARE Anticipate

MARE's trendafdeling Anticipate streeft ernaar 'de klant van de toekomst' in beeld te brengen. Daarmee willen wij inzicht bieden in maatschappelijke verschuivingen, waarvan signalen (soms) nu al zichtbaar zijn maar verwacht wordt dat in de toekomst belangrijk zijn,

Wij gebruiken daarvoor een trendonderzoeksmethode die uitgaat van culturele inzichten: veranderingen die zichtbaar zijn in de maatschappij. Daarbij monitoren wij de onderstroom en focussen ons op changemakers. Wij clusteren onze trends vervolgens op basis van achterliggende behoeften, waarden en overtuigingen. Op deze manier schetsen wij een beeld van de klant van de toekomst. In totaal heeft MARE zodoende tien clusters/ trends geïdentificeerd.

Voor dit onderzoek zijn signalen uit vijf trends geselecteerd die relevant kunnen zijn voor een toekomstig initiatief. (Een aantal van) Deze signalen zijn besproken tijdens de focusgroepen/ interviews.

*NB Verdere uitleg over trendanalyse door MARE en een beschrijving van de signalen is opgenomen in de bijlage.*

# Trends | 5 relevante toekomstsignalen nader uitgelegd (trendanalyse)

## ACHTERGROND | Trend 1 Hybride werelden (Phygital Adventures)

Nieuwe technologieën maken 'immersive experiences' mogelijk. 'Hybride werelden', waarin het digitale en het fysieke samensmelten, bieden de consument de avontuurlijke mogelijkheid de wereld te vergroten en zichzelf te transformeren.

**Signaal 1 (vorm):** virtuele ervaring bieden



## ACHTERGROND | Trend 2 Stimulerende Sensaties (Dopamine Dream)

Er is behoefte prikkelende ervaringen die stimuleren. Daarbij zijn multi-sensorische ervaringen gewild. Het draait allemaal om de 'ervaring', waarbij maximumeffect gewenst is. Zowel oppeppend of juist duistere impact zijn in trek, als het maar raakt. Gewoon is echt maar gewoon. Juist het extravagante is gewenst.

**Signaal 2 (vorm):** prikkelende en meeslepende ervaring bieden (combinatie van trend 2 en 3)



## ACHTERGROND | Trend 3 Serendipiteit (Nonsensical Sense)

Mensen willen verrast worden en verlangen naar inspiratie en enthousiasme. Er is behoefte aan het vinden van dat waarvan je niet wist dat je het zocht: naar serendipiteit. Spelen en maken bieden hierin een antwoord: het biedt plezier, ontwaakt creativiteit, maakt leren makkelijker en versterkt onderlinge connecties.

**Signaal 2 (vorm):** prikkelende en meeslepende ervaring bieden (combinatie van trend 2 en 3)



## ACHTERGROND | Trend 4 Gemeenschappelijke solidariteit (Communal Solidarity)

Er wordt gekeken naar manieren waarin het belang van het collectief meer ruimte krijgt. Samenwerken met een gedeelde verantwoordelijkheid staat daarbij centraal. Deze *Gemeenschappelijke Solidariteit* drijft op een gelijkwaardig tweerichtingsverkeer.

**Signaal 3 (inhoud):** door en voor mensen samengesteld



## ACHTERGROND | Trend 5 Voorbij normaal (Beyond the Norm)

Op het terrein van identiteit werd lange tijd één normaal als *de* normaal gezien. Diversiteit wordt steeds meer gevierd en er wordt voor gestreden. Standaard en mainstream verschuift naar niche en niche wordt het nieuwe normaal.

**Signaal 4 (inhoud):** vertellen vanuit verschillende perspectieven



# Signaal 1 en 2 | vorm (kwalitatief onderzoek)


## #1 De toekomst: Wat als het Nationaal Historisch Initiatief een virtuele ervaring is?

Zoals genoemd is de behoefte aan het prikkelen van de zintuigen groot om geschiedenis te verlevendigen. Nieuwe technologieën zijn in beleving ook relevant om geschiedenis tot leven te brengen. Een VR-bril waardoor het voelt alsof je terug in de tijd gaat, QR-codes (het verleden zichtbaar maken via een smartphone) en videogames (*gamification*) zorgen in beleving ook voor een meeslepende multimedia ervaring. Ook de rol van *Artificial Intelligence* bij het bieden van uitleg wordt genoemd als aansprekend.

Een deel van de doelgroep ziet een virtuele ervaring voornamelijk als een *nice-to-have*, of als vooral aansprekend voor jongeren of mensen die van technische snufjes houden.

## #2 De toekomst: Wat als het Nationaal Historisch Initiatief een prikkelende en meeslepende ervaring is?

Een ervaring bieden die raakt, aanzet tot nadenken en emotie teweegbrengt is zoals genoemd belangrijk om te leren van geschiedenis en dit te kunnen verbinden (in breder perspectief en toevoegen aan het persoonlijk erfgoed). Prikkelend en meeslepend is enerzijds een wereld (virtueel) binnenstappen, maar ook spelenderwijs ervaren en erover kunnen praten. Verklaren en begrijpen worden in beleving beter gefaciliteerd door een interactieve ervaring (die emotioneel raakt en beklijft) dan een passieve ervaring. Hierbij ligt een belangrijke rol voor de vertellers (nu: vrijwilligers, tours, acteurs, etc.) en behoefte tot deelnemen (nu: *living library*, schouwspel, openlucht museum).



*“Je moet alle middelen benutten om verhalen krachtig te maken, VR kan dat heel goed. Techniek inzetten ter aanvulling om didactiek te verrijken, daar heb ik wel oor naar.”*

- Expert

*“Sommige dingen wil je gewoon zien, zoals hoe ridders in kastelen leefden. Dat wil je niet uit een boek lezen, daar moet je middenin staan en meemaken alsof je zelf in die tijd leeft.”*

- Publiek



## Signaal 3 en 4 | inhoud (kwalitatief onderzoek)


### #3 De toekomst: Wat als Nationaal Historisch Initiatief door en voor mensen wordt samengesteld?

*Door mensen:* Publieksparticipatie is in beleving onvermijdelijk voor een nieuw initiatief; nodig om verschillende perspectieven te kunnen includeren en verbinding te optimaliseren. Zowel experts als het publiek zijn het er wel over eens dat het publiek niet in eerste instantie betrokken hoeft te worden (dat zijn de bedenkers/ makers), maar wel in een later stadium als er meer concreet kan worden meegedacht. Ook personaliseren door individuen centraal te stellen (anders dan thema's) is in beleving iets wat wordt gemist maar nu wel belangrijk is.

*Voor mensen* betekent in beleving ook veel aandacht voor toegankelijkheid; lage (of geen) toegangskosten, lokaal/ rondreizend, toespitsen op doelgroepen (maatwerk).

### #4 De toekomst: Wat als het Nationaal Historisch Initiatief geschiedenis vanuit verschillende perspectieven vertelt?

Zowel door het publiek als door experts wordt bevestigd dat verschillende perspectieven binnen de nationale geschiedenis ontbreken en het verhaal nu niet compleet wordt verteld en dat wordt gemist. De geschiedenis is gemaakt door heel veel verschillende (groepen) mensen in en buiten Nederland, in een NHI dient hier ruimte aan te worden besteed.



*“Als je niets weet van de geschiedenis, dan weet je ook niet wat je mist. Daarom kun je het publiek niet laten nadenken over invulling van een initiatief. Daarvoor heb je eerst de verhalen, kennis en kunde van experts nodig. Daarna pas het publiek.”*

- Expert

*Geschiedenis is als een ruwe diamant met verschillende kanten, die moet je laten zien.”*

- Expert



# 5 Bijlagen



# Leeswijzer trends

## Wat is een trend?

Het woord 'trend' kent meerdere betekenissen. Zo wordt het woord *trend* vaak gelinkt aan mode of *esthetische trends*, maar ook aan *hypes*: vluchtige tendensen die tijdelijk hip en populair zijn.

Wanneer het gaat om *maatschappelijke trends* wordt het woord *trend* vaak geassocieerd met (groeiende) tendensen uit data-analyse. Hierbij ligt de nadruk vaak op resultaten die inzicht bieden in wat de meerderheid denkt of doet en dus over wat mainstream is. Daarmee valt de *onderstroom* buiten zicht, terwijl juist hier innovatie en sociale verschuiving plaatsvindt.

## De onderstroom

Maatschappelijk verschuivingen en verandering van de sociale norm vinden buiten de mainstream plaats. Daarbij is wat als mainstream wordt *beschouwd* niet gelijk aan wat de *meerderheid* doet, zegt of vindt. Het kantelpunt of '*tipping point*' van sociale normverandering ligt in het algemeen rond de 25% (maar kan ook tussen de 5-40% uitkomen). Dit wordt ook wel de '25%-regel' genoemd. Zo kan een kleine groep een bepalende impact hebben op wat de meerderheid als mainstream ziet.

Verschuivingen in de marges van de samenleving zijn daarom belangrijk in maatschappelijk trendonderzoek. Wat 'broeit' in deze onderstroom wordt (mede) aangewakkerd door 'changemakers': de creatieve en innovatieve voorhoede. Dit proces is ook bekend als de innovatietheorie: van 'changemaker' naar 'mainstream' en naar 'laggard'.

De verandering in waarden en behoeftes sijpelt langzaam het dagelijks leven van steeds meer mensen binnen en wordt dan óf mainstream óf stopt onderweg en blijft een niche. Maatschappelijke trends veranderen dan ook niet wekelijks of jaarlijks. MARE is overtuigd dat juist het in kaart brengen van deze *onderstroom* belangrijke inzichten biedt, om te kunnen anticiperen op verschuivende levensstijlen van de consument (van de toekomst).

# Toekomstsignaal 1

Opgesteld vanuit trendanalyse



## ACHTERGROND | Trend 1 Hybride werelden (Phygital Adventures)

Nieuwe technologieën maken 'immersive experiences' mogelijk. 'Hybride werelden', waarin het digitale en het fysieke samensmelten, bieden de consument de avontuurlijke mogelijkheid de wereld te vergroten en zichzelf te transformeren.

## VORM | Voorgelegd signaal 1:

### Scenario 1 – vorm



#### Wat als het Nationaal Historisch Initiatief een virtuele ervaring is?

- Het Nationaal Historisch Initiatief is een **prikkelende multimedia ervaring**: kijk film(pjes), luister naar een podcast of maak al gamend kennis met geschiedenis.
- Het Nationaal Historisch Initiatief biedt **meeslepende virtuele ervaringen online**. Het is net een **virtuele tijdmachine** waarmee je 'in de geschiedenis kan stappen'. Hiervoor gebruik je een VR bril.
- Het is ook mogelijk naar een locatie toe te gaan. Hier komt de geschiedenis tot leven via **levensechte hologrammen** bijvoorbeeld.
- Het Nationaal Historisch Initiatief is **altijd en overal beschikbaar**. Via je smartphone bijvoorbeeld.
- Naast tentoonstellingen is er een virtueel archief. Een **AI-assistent** geeft je tips voor wat je leuk vindt (net zoals Netflix). Ook is deze er altijd om jou te helpen met het vinden van betrouwbare informatie.



2



# Toekomstsignaal 2

Opgesteld vanuit trendanalyse

## Dopamine Dream



### ACHTERGROND | Trend 2 Stimulerende Sensaties (Dopamine Dream)

Er is behoefte prikkelende ervaringen die stimuleren. Daarbij zijn multi-sensorische ervaringen gewild. Het draait allemaal om de 'ervaring', waarbij maximumeffect gewenst is. Zowel oppeppend of juist duistere impact zijn in trek, als het maar raakt. Gewoon is echt maar gewoon. Juist het extravagante is gewenst.

## Nonsensical Sense



### ACHTERGROND | Trend 3 Serendipiteit (Nonsensical Sense)

Mensen willen verrast worden en verlangen naar inspiratie en enthousiasme. Er is behoefte aan het vinden van dat waarvan je niet wist dat je het zocht: naar serendipiteit. Spelen en maken bieden hierin een antwoord: het biedt plezier, ontwaakt creativiteit, maakt leren makkelijker en versterkt onderlinge connecties.

VORM | Voorgelegd signaal 2:

## Scenario 2 – vorm



### Wat als het Nationaal Historisch Initiatief een prikkelende en meeslepende ervaring is?

- Beleef de geschiedenis **emotioneel**. Bijvoorbeeld door acteurs, zij brengen verhalen ter plaatsen tot leven. Het is niet enkel positief, **het eerlijke verhaal** wordt verteld.
- **Al je zintuigen worden geprikkeld**, je kan geschiedenis horen, voelen, zien, proeven en ruiken: hoe rook het op een stoomschip of in de straten van Amsterdam in 1600? Of proef de favoriete soep van Willem van Oranje.
- **Verplaats jezelf in de geschiedenis**. Bijvoorbeeld door levensecht decor, hierin betreed je andere werelden waar je zelf onderdeel van kan uitmaken. Door bijvoorbeeld ook een bijpassend kostuum te dragen.
- Neem actief deel: **leer en maak spelenderwijs**: ga koekjes bakken, borduren of vlecht een mand. Leer welke wilde planten je kan eten en welke medicinale werkingen hebben.

M A R E

3



# Toekomstsignaal 3

Opgesteld vanuit trendanalyse

## Communal Solidarity



### ACHTERGROND | Trend 4 Gemeenschappelijke solidariteit (Communal Solidarity)

Er is behoefte aan gemeenschapszin en gelijkwaardigheid. Vele zijn het 'ieder voor zich' individualisme zat. Er wordt meerwaarde gezien in samenwerken en samen bijdragen: alleen is de mens kwetsbaar. Samen staan we sterk. Er wordt gekeken naar manieren waarin het belang van het collectief meer ruimte krijgt. Samenwerken met een gedeelde verantwoordelijkheid staat daarbij centraal:

Deze Gemeenschappelijke Solidariteit drijft op een gelijkwaardig tweerichtingsverkeer.

### INHOUD | Voorgelegd signaal 3:

#### Scenario 3 – inhoud



#### Wat als het NHI 'door de mensen voor de mensen' wordt samengesteld?

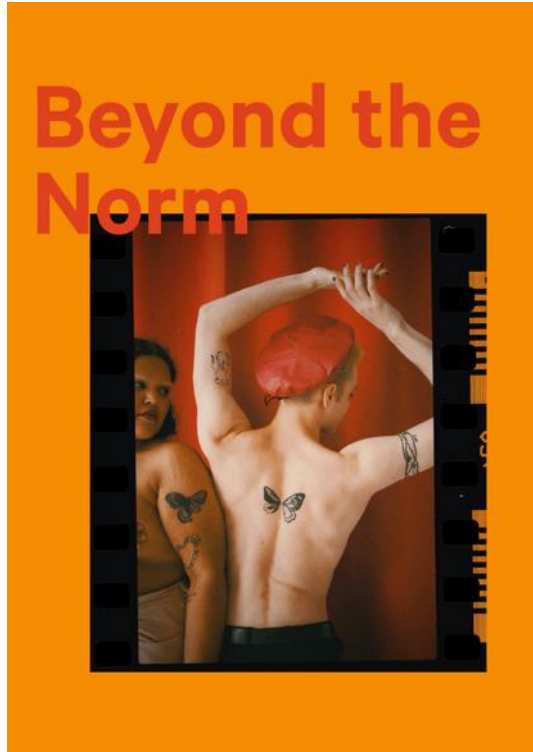
- De inhoud en onderwerpen (van de tentoonstellingen, film, etc.) van het Nationaal Historisch Initiatief wordt door het publiek zelf samengesteld. Daarbij:
  - worden steeds wisselende groepen burgers uitgenodigd en begeleid door deskundigen (curators e.d.)
  - worden deze groepen willekeurig samengesteld (zoals bekend van burgerberaden of jury's in de rechtspraak)
  - kan iedereen meedoen
  - wordt meedoen beloond (financieel of anders)
- Het Nationaal Historisch Initiatief is (ook) lokaal: Het lokale initiatief (museum, voorstelling, aflevering serie, etc.) is niet gebonden aan een vaste locatie maar reist rond. Daarbij staat de lokale geschiedenis centraal en wordt de lokale gemeenschap betrokken.



4

# Toekomstsignaal 4

Opgesteld vanuit trendanalyse



## ACHTERGROND | Trend 5 Voorbij normaal (Beyond the Norm)

Er is behoefte aan een gelijkwaardigheid waarbij een diversiteit aan perspectieven centraal staat. Vele verlangen naar de ruimte waarbij iedereen kan floreren. Dit in tegenstelling tot moeten voldoen aan een opgelegde norm en een dominant idee van wat 'normaal' is.

Op het gebied van identiteit werd lange tijd één normaal als dé normaal gezien. Al het ander was 'afwijkend'. Diversiteit wordt nu gevierd en er wordt voor gestreden. Daarmee verschuift standaard en mainstream naar niche; Niche is het nieuwe normaal.

## INHOUD | Voorgelegd signaal 4:

### Scenario 4 - inhoud



#### Wat als het NHI geschiedenis vanuit verschillende perspectieven verteld?

Elk onderwerp wordt op meerdere manieren verteld en gepresenteerd. Zo wordt een onderwerp steeds vanuit verschillende perspectieven belicht. Bijvoorbeeld de geschiedenis van stroopwafels:

- Vanuit het product: hoe het voor het eerst gemaakt werd en hoe dit zich verder ontwikkelde
- Vanuit de bakkers: wat dit voor hen en hun families betekende
- Vanuit de gemeenschap: wat dit voor de lokale gemeenschap betekende
- Vanuit de slaafgemaakte op de suikerplantage: wat dit voor hen betekende
- Vanuit het milieu: wat de productie voor het milieu betekende en betekent
- Etc.



5

# Kwantitatieve uitkomsten die zijn verdiept -1

## Belangrijke highlights uit het kwantitatieve rapport

### Huidige interesse en gedrag:

- **Kennis op doen en *nieuwe perspectieven* leren kennen, maar ook *plezier aan beleven*. *Jongeren* gebruiken het vaker om er *iets mee te doen/maken* (motivaties).**
- **Het *begrijpen* van de Nederlandse cultuur en *het leren van fouten* uit het verleden wordt het vaakst gekozen. Maar ook een gevoel van *trots* (drijfveren). *Bioscopen* worden het vaakst bezocht, gevolgd door *historische plekken en gebouwen*, en musea.**
- **De meerderheid van de Nederlanders heeft kennis opgedaan van de Nederlandse geschiedenis door *documentaire films/series* en via het *internet*.**

### Oordeel en ervaring huidig aanbod:

- ***Tevreden over huidig aanbod (een meerderheid)*, maar ook *draagvlak voor nieuw initiatief* om kennis over de Nederlandse geschiedenis te delen (*maar verdeeld over de noodzaak ervan*).**
- ***Verskillende vormen waarin kennis over de Nederlandse geschiedenis gedeeld kan worden, wordt door een meerderheid beschouwd als toegankelijk.***
- ***Ongeveer vier op de tien Nederlanders vindt het (enigszins) nodig om iets nieuws op te richten* om kennis over de Nederlandse geschiedenis toegankelijk te maken.**

# Kwantitatieve uitkomsten die zijn verdiept -2

Belangrijke highlights uit het kwantitatieve rapport

## De toekomst:

- **Documentaire** vaakst genoemd als beste vorm van nieuw initiatief.
- **Verwachtingen:** plezier, kennis opdoen, geïnspireerd worden, geprikkeld worden, nieuwe perspectieven, iets nieuws beleven, iets bijzonders zien.
- **Moet voldoen aan:** verschillende standpunten moeten naar voren komen, minder bekende onderdelen aan bod komen, toegankelijk voor iedereen, bijdragen aan verbinding, begrip en samenhang.
- **Het hoeft niet per se anders.**



KANTAR PUBLIC

MARE

