



WIE BEZOEKT ERFGOED?

Een analyse van bezoekersprofielen in Vlaanderen en Nederland

Interreg
Vlaanderen-Nederland



Gefinancierd door
de Europese Unie

Brabantse kastelen (BTW XTRA)



Provincie
Antwerpen

KdG Research
Karel de Grote Hogeschool

Auteurs

Liese Exelmans

Jolien Vangeel

Dit rapport kwam tot stand met de middelen van

Interreg Vlaanderen-Nederland, Provincie Antwerpen en Karel de Grote Hogeschool

Met dank aan

De projectpartners die dit onderzoek ondersteunden: Stichting Kempens Landschap, Erfgoedstichting Vlaams-Brabant, Brabants Landschap, Stichting Vrienden van de Brabantse Landgoederen en Toerisme Vlaanderen

Het Kenniscentrum Cultuurparticipatie en de experts voor hun feedback en samenwerking in het segmentatieonderzoek

Alle deelnemers die meededen aan de focusgroepen en de online bevraging

Gelieve naar deze publicatie te verwijzen als volgt:

Exelmans, L., Vangeel J. (2025). *Wie bezoekt erfgoed? Een analyse van bezoekersprofielen in Vlaanderen en Nederland*. Karel de Grote Hogeschool.

Coverbeeld: Ooidonk Kasteel © Toerisme Vlaanderen

© 2025 - Karel de Grote Hogeschool, Katholieke Hogeschool Antwerpen vzw, Brusselstraat 45, B-2018 Antwerpen.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, openbaar gemaakt of op andere wijze worden gereproduceerd, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de Karel de Grote Hogeschool, Katholieke Hogeschool Antwerpen vzw.

INHOUD

INLEIDING	4
METHODE	5
VAN INTERESSE TOT PARTICIPATIE	
Erfgoedinteresse in cijfers	6
Erfgoedparticipatie in cijfers	7
Motieven voor erfgoedparticipatie	9
Wat maakt erfgoed aantrekkelijker – en wat houdt mensen tegen?	10
VIJF PROFIELEN - SEGMENTATIE OP BASIS VAN INTERESSE EN PARTICIPATIE	13
Profiel 1: toevallige erfgoedbezoeker	15
Profiel 2: erfgoedproever	17
Profiel 3: erfgoedbelever	19
Profiel 4: bewuste erfgoedliefhebber	21
Profiel 5: erfgoedfanaat	23
WETEN WAT WERKT - COMMUNICATIEVOORKEUREN VAN ERFGOEDBEZOEKERS	26
ZELF AAN DE SLAG – DE GESTANDAARDISEERDE BEZOEKERSENQUÊTE	29
BIJLAGEN	
Bijlage 1 - erfgoedparticipatie in Vlaanderen en Nederland	30
Bijlage 2 - motivaties per erfgoedvorm	32
Bijlage 3 - hefboomen voor erfgoedparticipatie	34
Bijlage 4 - drempels voor erfgoedparticipatie	36
Bijlage 5 - demografische kenmerken profielen	37
Bijlage 6 - gestandaardiseerde bezoekersenquête	38

INLEIDING

Erfgoedtoerisme zit in de lift. Steeds meer mensen bezoeken kastelen, abdijen, molens of erfgoedevenementen, op zoek naar verhalen, schoonheid en beleving. In Europa valt naar schatting 40% van het toerisme onder deze noemer¹. Erfgoed is daarmee niet alleen cultureel, maar ook economisch van groot belang – zeker voor landelijke regio's.

Maar wie zijn die bezoekers? Wat interesseert hen? En waarom komt de ene persoon wél, en de andere niet? Erfgoed trekt namelijk geen homogeen publiek aan. Bezoekers verschillen in interesse, motivatie, en de manier waarop ze een plek beleven. Om dat beter te begrijpen, is **segmentatie** een krachtig hulpmiddel.

Segmentatie deelt een brede doelgroep op in herkenbare profielen, gebaseerd op gedeelde kenmerken en gedragingen. Voor de erfgoedsector betekent dat: weten wie je publiek is, wat hen drijft, en hoe je hen beter kunt bereiken of betrekken. Die inzichten leiden tot **effectievere communicatie, sterkere belevingen en hogere tevredenheid**. Tevreden bezoekers komen vaker terug én brengen anderen mee. Bovendien geven erfgoedbezoekers gemiddeld meer uit dan andere toeristen, blijven ze langer en overnachten ze vaker. Een goed begrip van het erfgoedpubliek maakt dus niet alleen een gepersonaliseerde aanpak mogelijk, maar kan ook bijdragen aan de economische groei van een plek.

In dit rapport delen we de resultaten van een onderzoek naar erfgoedparticipatie in Vlaanderen en Nederland. Deze studie kadert binnen het Interreg-project **Brabantse Kastelen**, dat erfgoedtoerisme in het voormalige hertogdom Brabant wil versterken en opwaarderen en waarin we inzetten op een duurzame en publieksgerichte ontsluiting van kastelen en landgoederen. Op basis van een grootschalige dataverzameling en analyse ontwikkelden we **vijf profielen van (potentiële) erfgoedbezoekers**.

Dit rapport is bedoeld voor **iedereen die werkt aan de ontsluiting van erfgoed**: van erfgoedeigenaars en sitebeheerders tot beleidsmakers, communicatiemedewerkers en toeristische partners. De bezoekersprofielen helpen om verschillende doelgroepen beter te begrijpen en maken het mogelijk om communicatie en publiekswerking gericht af te stemmen. Want wie zijn publiek goed kent, kan sterker inzetten op betrokkenheid, beleving en impact.

¹ Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.

METHODE

Dit onderzoek werd uitgevoerd in **vijf stappen**, waarbij zowel wetenschappelijke inzichten als praktijkervaring de basis vormden:

◆ Literatuurstudie

We gingen na hoe segmentatie in (erfgoed)toerisme eerder werd toegepast, met bijzondere aandacht voor gebruikte criteria en analysemethoden. Op basis van die inzichten kozen we ervoor om bezoekers te segmenteren volgens hun erfgoedparticipatie en interesse in erfgoed.

◆ Diepte-interviews

Dertien experts uit Vlaanderen en Nederland gaven feedback op de gekozen segmentatiecriteria en evalueerden de eerste versie van de bezoekersvragenlijst. Hun input hielp om de inhoud en relevantie ervan te verfijnen.

◆ Focusgroepen

De vragenlijst werd voorgelegd aan een diverse groep van 30 (niet-) erfgoedbezoekers uit Vlaanderen en Nederland. Tijdens deze gesprekken toetsten we de helderheid, het taalgebruik en de formulering van de vragen.

◆ Surveyonderzoek

De kern van het onderzoek was een kwantitatieve online bevraging bij 2000 respondenten: 1000 Vlamingen en 1000 Nederlanders. De segmentatie-analyse is gebaseerd op deze representatieve steekproef.

◆ Segmentatie-analyse

Met behulp van Latent Class Analysis brachten we de vijf bezoekersprofielen in kaart. Deze methode laat toe om statistisch onderbouwde segmenten te identificeren op basis van gelijkaardig gedrag en interesse.



VAN INTERESSE TOT PARTICIPATIE

ERFGOEDINTERESSE IN CIJFERS

Voor we dieper ingaan op de vijf profielen, bekijken we eerst enkele algemene kenmerken van de volledige steekproef. Hoe groot is de interesse in erfgoed? Welke vormen van erfgoed spreken het meest aan? En hoe vaak nemen mensen eraan deel? Deze beschrijvende cijfers geven een eerste beeld van het erfgoedpubliek in Vlaanderen en Nederland, en vormen het vertrekpunt voor de verdere segmentatie.

Respondenten gaven aan in welke mate ze geïnteresseerd zijn in erfgoed en geschiedenis. We onderscheiden drie niveaus: 'weinig', 'gemiddeld' en 'sterke' interesse. Eerst peilden we naar de algemene interesse in erfgoed en geschiedenis, daarna volgden zes specifieke erfgoedcategorieën.

Bijna één op vijf (18%) geeft aan een sterke interesse in erfgoed te hebben, terwijl 44% zegt weinig interesse te hebben. Vooral historische steden, dorpen en gebouwen wekken de meeste belangstelling, gevolgd door oude gebruiken en tradities, en algemene geschiedenis.

Tabel 1 Erfgoedinteresse: In welke mate ben jij geïnteresseerd in de onderstaande thema's? (n=2000)

	WEINIG	GEMIDDELD	STERK
Erfgoed	44%	38%	18%
Geschiedenis	31%	37%	32%
Religie, levensbeschouwing of spiritualiteit	60%	24%	16%
Archeologie of oudheidkunde	43%	33%	24%
Beelden kunst, toegepaste historische kunst en historische voorwerpen	52%	30%	18%
Historische steden, dorpen of gebouwen	23%	40%	37%
Oude gebruiken, tradities of ambachten	30%	43%	27%
Historische personen	40%	37%	23%

De interesse in erfgoed blijkt ook samen te hangen met enkele demografische kenmerken. Zo heeft 23% van de mannen een sterke erfgoedinteresse², tegenover 17% van de vrouwen. Voor bijna alle erfgoedcategorieën ligt het aandeel mannen met een sterke interesse hoger dan dat van vrouwen. Ook het opleidingsniveau speelt een rol:

² De resultaten zijn gebaseerd op de som van de scores op acht deelvragen.

ongeveer een kwart van de langgeschoolden toont een sterke interesse, tegenover 17% van de respondenten met een diploma secundair onderwijs, 13% met een diploma lager onderwijs en 12% van de respondenten zonder diploma.

Er zijn ook regionale verschillen. In Vlaanderen rapporteert 22% van de respondenten een sterke erfgoedinteresse, tegenover 18% in Nederland. Opvallend is dat Nederlanders meer interesse tonen in religie, levensbeschouwing en spiritualiteit dan Vlamingen (19% tegenover 13%).

ERFGOEDPARTICIPATIE IN CIJFERS

We vroegen de respondenten naar hun erfgoedparticipatie in het afgelopen jaar. Daarbij maakten we een onderscheid tussen verschillende soorten erfgoed(activiteiten), de manier waarop mensen deelnamen en hoe frequent ze dat deden:

- ◆ **Passieve participatie:** het bezoeken of bekijken van erfgoed, zoals musea, tentoonstellingen of monumenten.
- ◆ **Actieve participatie:** het deelnemen of bijdragen aan erfgoedactiviteiten, zoals archeologische opgravingen of historische optochten.
- ◆ **Soorten erfgoed:** we maakten een onderscheid tussen participatie in roerend, onroerend en immaterieel erfgoed³.
- ◆ **Frequentie:** we categoriseerden participatie als 'niet', 'af en toe' of 'frequent'.

De participatie aan erfgoed verschilt sterk naargelang het type erfgoed (tabel 2). Onroerend erfgoed, zoals historische gebouwen en monumenten, kent de hoogste participatie: bijna 45% van de respondenten neemt hier frequent aan deel. Actieve deelname aan immaterieel erfgoed – denk aan traditionele gebruiken, ambachten of optochten – blijft daarentegen beperkt: driekwart van de respondenten (74%) geeft aan hier niet aan deel te nemen.

Mannen nemen over het algemeen vaker deel aan erfgoed dan vrouwen. Voor onroerend erfgoed geeft 48% van de mannen aan hier frequent aan te participeren, tegenover 42% van de vrouwen. Ook voor roerend (40% versus 34%), passief immaterieel (27% versus 23%) en actief immaterieel erfgoed (11% versus 6%) liggen de participatiecijfers hoger bij mannen.

³ **Roerend erfgoed** is tastbaar, niet-grondgebonden erfgoed zoals schilderijen, objecten, documenten of archieven. **Onroerend erfgoed** is tastbaar erfgoed dat grond- of plaatsgebonden is zoals monumenten, archeologische sites, of cultuurhistorische landschappen. **Immaterieel erfgoed** is niet-tastbaar erfgoed zoals tradities, ambachten, rituelen, liederen of verhalen.

Daarnaast participeren jongere respondenten (18–54 jaar) vaker dan 55-plussers, over de hele lijn. De regionale verschillen zijn beperkt, met uitzondering van actief immaterieel erfgoed: hier participeren Nederlanders duidelijk meer dan Vlamingen (11% tegenover 5%).

Tabel 2 Erfgoedparticipatie: hoe vaak heb je het afgelopen jaar volgende plekken bezocht/toeschouwer geweest bij/deelgenomen aan volgende activiteiten? (n=2000)

	NIET	AF EN TOE	FREQUENT
Onroerend erfgoed	19%	36%	45%
Roerend erfgoed	30%	33%	37%
Immaterieel erfgoed - passief	23%	52%	25%
Immaterieel erfgoed - actief	74%	18%	8%

Een gedetailleerd overzicht van de participatie per erfgoedvorm vind je in bijlage 1. Uit deze resultaten leiden we twee algemene conclusies af.

1. Passieve participatie is het hoogst bij klassieke erfgoedvormen zoals (niet-) religieuze gebouwen en musea.

Religieuze gebouwen (26% frequent bezoek) en musea of kunstgalerijen (24% frequent bezoek) worden het vaakst passief bezocht. Ook kastelen (14% frequent, 34% af en toe) en historische parken en tuinen (17% frequent, 39% af en toe) zijn populair. Dit onderstreept het blijvende belang van herkenbare en toegankelijke erfgoedlocaties in het publieksbereik.

2. Participatie aan immaterieel erfgoed is grotendeels passief en eerder beperkt.

Activiteiten zoals re-enactments, religieuze volksfeesten en verteltradities worden door de grote meerderheid (80–90%) niet bezocht. Culinair immaterieel erfgoed scoort iets beter: 18% bezoekt regelmatig plekken met streekproducten, 36% doet dat af en toe. Ongeveer 3 op 10 respondenten geven aan minstens af en toe concerten of evenementen met volksmuziek of -dansen te bezoeken. Actieve participatie aan immaterieel erfgoed blijft beperkt: gemiddeld neemt 1 op 10 respondenten hier af en toe aan deel. Voor historische wandelingen ligt dat aandeel iets hoger: 1 op 4 doet dit minstens af en toe.



Kasteel van Bornem © Toerisme Vlaanderen

MOTIEVEN VOOR ERFGOEDPARTICIPATIE

Elke erfgoedplek spreekt bezoekers op een andere manier aan: sommigen zoeken er rust en schoonheid, anderen willen er iets bijleren of samen beleven met anderen. In dit onderzoek peilden we daarom ook naar de motieven achter erfgoedparticipatie. Of met andere woorden: **waarom bezoeken mensen erfgoed?**

Om zicht te krijgen op die motivaties, vroegen we respondenten waarom ze bepaalde erfgoedlocaties bezochten. We beperkten ons hierbij tot **passieve participatie**, of het bezoeken en bekijken van erfgoed. De motieven werden per type erfgoedplek bevraagd, wat ons toeliet om nuances tussen de verschillende erfgoedvormen te onderscheiden. Uit de resultaten (zie bijlage 2) komen enkele duidelijke lijnen naar voren:

- ◆ Sommige motieven duiken telkens opnieuw op, ongeacht de erfgoedvorm, zoals het **esthetisch motief** (“ik ben graag op mooie plekken”) en **novelty seeking** (“uit nieuwsgierigheid” of “om nieuwe dingen te ervaren”).
- ◆ Bij **onroerend erfgoed**, zoals monumenten of historische gebouwen, staan schoonheid, nieuwsgierigheid en de wil om iets bij te leren centraal.
- ◆ **Roerend erfgoed**, zoals collecties of tentoonstellingen, scoort vooral op nieuwsgierigheid en leerhonger.

- ◆ **Immaterieel erfgoed** – denk aan tradities, optochten of ambachten – wordt vaker bezocht om sociale redenen. Hier blijkt het samen beleven belangrijker dan bij andere erfgoedvormen.
- ◆ **Minder alledaagse plekken** zoals oorlogskerkhoven, industriële sites of erfgoedbibliotheken worden vaker bezocht met het expliciete doel om iets bij te leren.
- ◆ **Historische landschappen en parken** trekken dan weer bezoekers die willen ontspannen, ontsnappen aan de drukte of gewoon graag vertoeven in een mooie omgeving.

WAT MAAKT ERFGOED AANTREKKELIJKER – EN WAT HOUDT MENSEN TEGEN?

Wat maakt een erfgoedplek aantrekkelijk voor bezoekers? Om dat te achterhalen, legden we een lijst met belevingselementen voor aan de respondenten. Denk aan audiotours, wandelroutes, workshops, eetgelegenheden of gezinsactiviteiten. We vroegen in welke mate elk van deze elementen kan bijdragen aan hun ervaring op een erfgoedplek. De resultaten geven inzicht in welke faciliteiten of activiteiten het potentieel hebben om bezoekers aan te trekken of langer te doen blijven.

Op basis van de resultaten (zie bijlage 3) vallen enkele duidelijke tendensen op⁴.

- ◆ **Sommige elementen springen eruit als duidelijke troeven.** Zo blijkt een plek om iets te eten of te drinken de grootste meerwaarde: 66% van de respondenten geeft aan dat dit hun beleving positief beïnvloedt. Ook heldere informatie ter plaatse (zoals infobordjes of interactieve schermen) en een aantrekkelijke omgeving (zoals een tuin of park), scoren hoog.
- ◆ **Esthetiek** speelt een niet te onderschatten rol: 62% vindt het leuk om mooie foto's te kunnen nemen op de plek.
- ◆ **Wandel- of fietsroutes** naar of rond de plek worden door de helft van de deelnemers gewaardeerd.
- ◆ **Begeleiding is niet voor iedereen:** audiotours (46%) en gidsen (51%) worden gewaardeerd, maar niet door iedereen – keuzevrijheid blijft belangrijk.

⁴ De gerapporteerde percentages verwijzen naar de hefbomen voor bezoek aan een historisch gebouw of monument (n=1012). Deze werden ook bevraagd voor bezoek aan een historisch landschap, park of historische tuin. De resultaten liggen in dezelfde lijn en kunnen geraadpleegd worden in bijlagen 3 en 4.

- ◆ **Streekproducten scoren beter dan souvenirs:** 53% ziet een lokale shop als meerwaarde, tegenover 33% voor een klassieke souvenirwinkel.
- ◆ **Digitale en educatieve extra's zijn niche:** podcasts (22%), VR-beleving (28%) of lezingen (27%) scoren lager, maar kunnen gericht ingezet worden voor specifieke doelgroepen.
- ◆ **Kindgerichte beleving zoals speeltuinen (17%) en kindersanimatie (19%)** vragen een meer gerichte inzet: ze zijn geen algemene troeven, maar kunnen belangrijk zijn voor specifieke segmenten.
- ◆ **Overnachten en picknicken:** Eerder 'nice to have' dan doorslaggevend: respectievelijk 29% en 38% ervaart dit als een meerwaarde voor beleving.

Bezoekers hechten dus vooral belang aan basisvoorzieningen en een aantrekkelijke, goed toegankelijke omgeving. Extra's kunnen het verschil maken, maar zijn pas echt effectief als ze goed aansluiten bij de noden en interesses van het beoogde publiek. In het segmentatieonderzoek gaan we hier verder op in met een analyse van de belangrijkste hefboomen per bezoekersprofiel.

Kasteel Tudor © Westtoer



Maar aantrekkingskracht alleen is niet voldoende. Niet iedereen die interesse in erfgoed heeft, neemt er ook effectief aan deel. Daarom vroegen we ook wat mensen tegenhoudt om (vaker) een erfgoedplek te bezoeken. We legden hen een reeks mogelijke drempels voor, gaande van praktische belemmeringen zoals afstand of prijs, tot persoonlijke of sociale factoren zoals veiligheid, gezelschap of culturele afstand.

De resultaten (bijlage 4) tonen aan dat er niet één duidelijke barrière is, maar dat verschillende factoren in meer of mindere mate kunnen meespelen. Enkele drempels hebben een grote invloed op participatie:

- ◆ **Toegangsprijzen** vormen een belangrijke belemmering: meer dan de helft (52%) van de respondenten geeft aan dat de kostprijs hen 'eerder wel' of 'helemaal wel' tegenhoudt.
- ◆ Opvallend is ook dat een **gebrek aan informatie** een concrete hindernis vormt: 38% van de respondenten geeft aan dat ze er (te) weinig van op de hoogte zijn.
- ◆ Een **gebrek aan interesse** is ook een duidelijke factor. Bijna een derde (31%) zegt dat erfgoed hen gewoonweg niet interesseert, en 27% vindt het huidige aanbod niet aantrekkelijk.
- ◆ **Sociale factoren** spelen mee: 32% zegt dat hun partner, familie of vrienden geen interesse tonen in erfgoed, en 25% mist iemand om samen mee te gaan.
- ◆ **Praktische obstakels** zoals moeilijke bereikbaarheid (24%), ongunstige openingsuren (21%) of onvoldoende parkeerplaats (25%) worden ook vaak genoemd.

Daarnaast zijn er drempels die minder vaak breed gedeeld worden, maar toch relevant zijn voor specifieke doelgroepen:

- ◆ **Beperkte toegankelijkheid** (bv. voor mensen met een beperking of met jonge kinderen) wordt minder vaak genoemd als grote drempel (15%).
- ◆ Een **gevoel van niet welkom zijn (12%), veiligheid (15%), of culturele afstand (13%)** wordt slechts door een minderheid expliciet als probleem aangegeven, maar verdienen aandacht in het kader van inclusieve publiekswerking.

Drempels komen zelden alleen. Ze stapelen zich op of versterken elkaar. Wie wil inzetten op hogere participatie, doet er dus goed aan om belemmeringen op meerdere niveaus tegelijk weg te nemen – financieel, sociaal, praktisch én communicatief.

VIJF PROFIELEN

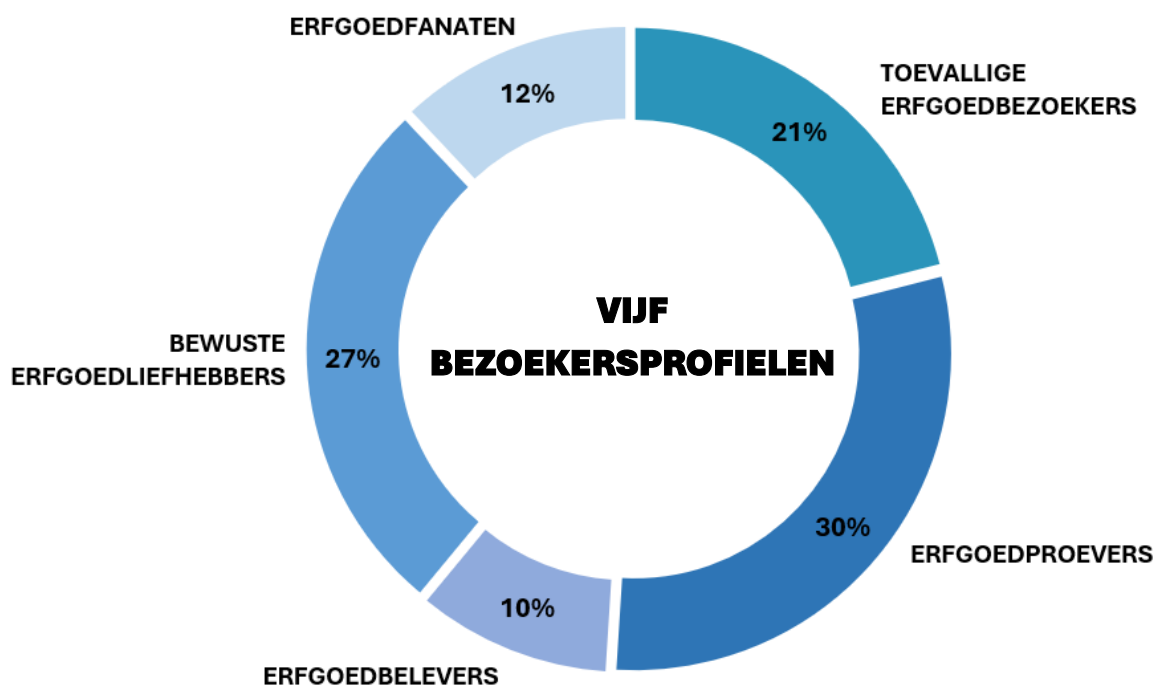
SEGMENTATIE OP BASIS VAN INTERESSE EN PARTICIPATIE

Om meer inzicht te krijgen in het erfgoedpubliek, maakten we een segmentatie op basis van twee centrale kenmerken: **interesse in erfgoed** en **erfgoedparticipatie**.

Erfgoedparticipatie werd gemeten aan de hand van de mate waarin respondenten het afgelopen jaar actief of passief hebben deelgenomen aan erfgoed. Daarbij hielden we rekening met de aard van het erfgoed (roerend, onroerend, immaterieel) en de frequentie van deelname ('niet', 'af en toe' of 'frequent'). **Erfgoedinteresse** werd ingedeeld in drie niveaus: 'weinig', 'gemiddeld' en 'sterke' interesse. De vragen waarmee interesse en participatie zijn gemeten, zijn opgenomen in de **gestandaardiseerde bezoekersenquête** achteraan dit rapport (zie bijlage 6).

Op basis van deze gegevens voerden we een segmentatie-analyse uit, waaruit **vijs bezoekersprofielen** naar voren kwamen. Elk profiel weerspiegelt een bepaald patroon van erfgoedinteresse en -participatie. De verdeling van deze profielen binnen de steekproef wordt weergegeven in figuur 1.

Figuur 1 Verdeling van de bezoekersprofielen over de hele steekproef (n=2000)



Opvallend is dat de **regionale verschillen** beperkt zijn: Vlaanderen telt iets meer 'bewuste erfgoedliefhebbers', terwijl in Nederland het aandeel 'erfgoedfanaten' iets groter is (tabel 3).

In wat volgt worden de vijf profielen uitgebreid toegelicht. Voor elk profiel wordt de mate van erfgoedparticipatie en -interesse toegelicht, en bekijken we de demografische kenmerken, hefboomen en motieven voor erfgoedparticipatie.

Tabel 3 Verdeling van de bezoekersprofielen naar regio (n = 2000)

PROFIEL	VLAANDEREN	NEDERLAND
Toevallige erfgoedbezoeker	21%	21%
Erfgoedproever	30%	30%
Erfgoedbelever	9%	10%
Bewuste erfgoedliefhebber	31%	24%
Erfgoedfanaat	9%	15%

Kasteel van Huizingen © Toerisme Vlaams-Brabant/Lander Loeckx



PROFIEL 1 TOEVALLIGE ERFGOEDBEZOEKER (21%)

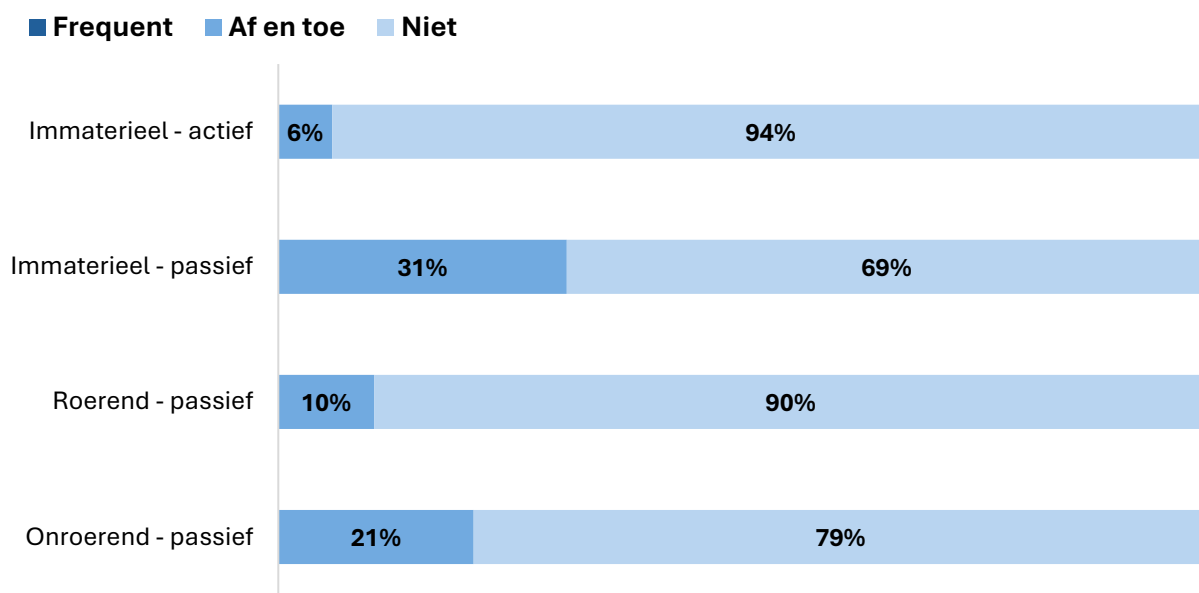
Erfgoed als decor voor ontspanning

Deze bezoekers hebben een lage interesse in erfgoed en bezoeken voornamelijk bekende, sfeervolle locaties zoals kastelen, forten en kerken. Ze benaderen erfgoed op een passieve, praktische manier: erfgoed dient vooral als decor voor rust en ontspanning. Ze genieten van de sfeer en omgeving, eerder dan de historische betekenis. Hun participatie is beperkt, vaak eerder toeval dan een bewuste keuze, en wordt bepaald door elementen als een tuin, terras of fietspauze.

PARTICIPATIE EN INTERESSE

- ◆ Bezoeken zelden roerend, onroerend en immaterieel erfgoed
- ◆ Nemen zelden actief deel aan immaterieel erfgoed
- ◆ Hebben een voorkeur voor laagdrempelige en herkenbare plekken zoals kerken, kastelen en historische gebouwen
- ◆ Hebben een geringe interesse in erfgoed: 71% heeft weinig interesse in erfgoed; 27% gemiddeld en 2% sterk

Figuur 2 Erfgoedparticipatie van toevallige erfgoedbezoekers (n=419)



DEMOGRAFISCH PROFIEL

Deze bezoekers zijn eerder ouder: bijna de helft is 55+. De meerderheid is kort geschoold: 67% heeft een diploma lager of secundair onderwijs. Ze zijn vaker alleenstaand zonder (inwonende) kinderen en minder vaak aan het werk. Een uitgebreid overzicht van de demografische kenmerken per profiel vind je in bijlage 5.

MOTIEVEN VOOR PARTICIPATIE

Toevallige erfgoedbezoekers tonen over het algemeen een lage betrokkenheid. Ze scoren laag op inhoudelijke motieven; de hoogste scores liggen bij motieven zoals ontspanning en samenzijn met familie of vrienden.

HEFBOMEN VOOR PARTICIPATIE

Toevallige erfgoedbezoekers hechten weinig belang aan factoren die participatie bevorderen. Wat hen wel aanspreekt, zijn eerder generieke elementen die niet per se met erfgoed te maken hebben. Een aantrekkelijke buitenruimte of de mogelijkheid tot ontspanning verhoogt hun bereidheid om een erfgoedplek te bezoeken.

Denk hierbij aan:

- ◆ Een café of restaurant op de locatie
- ◆ Een tuin of park om te ontspannen
- ◆ Een shop met streekproducten
- ◆ Een fiets- of wandelroute in de buurt

Kasteel van Loppem © Christophe Van der Eecken



PROFIEL 2 **ERFGOEDPROEVER (30%)**

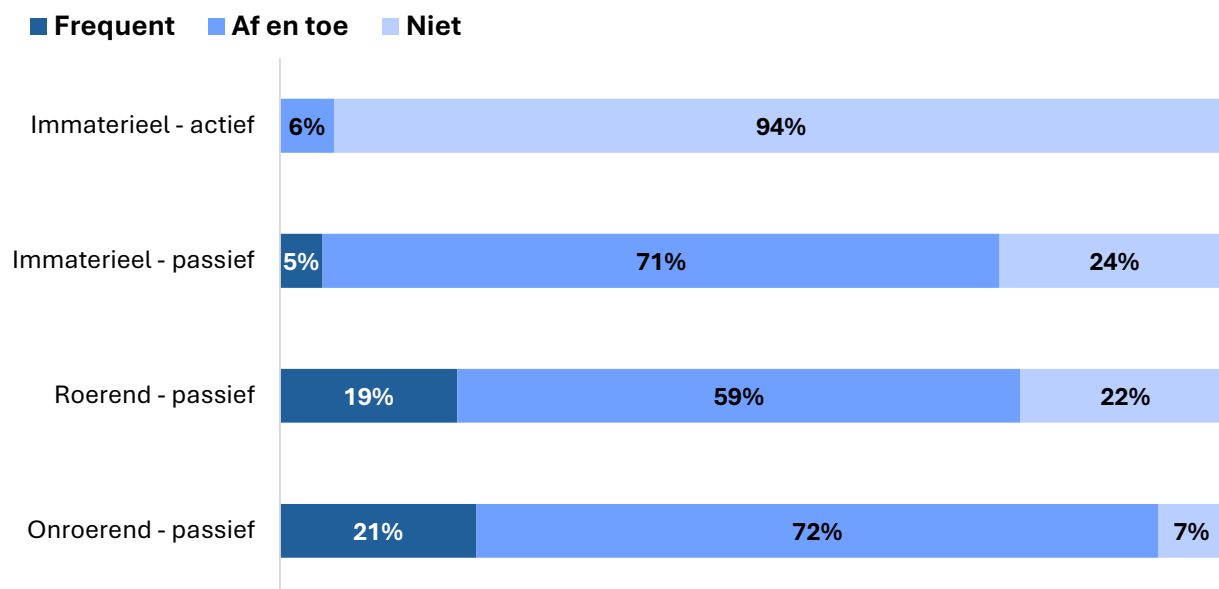
Erfgoed als smaakvolle tussenstop

Deze bezoekers “proeven” graag van erfgoed. Ze zijn passief betrokken en hebben een gemiddelde interesse. Ze kiezen vooral voor mooie, toegankelijke locaties en genieten van een sfeervolle kennismaking met erfgoed, liefst met duidelijke informatie. Ze waarderen een aangename pauze in een mooi kader, eerder dan een diepgaande duik in de geschiedenis.

PARTICIPATIE EN INTERESSE

- ◆ Zij bezoeken alle erfgoedvormen (roerend, onroerend en immaterieel erfgoed), maar eerder occasioneel
- ◆ Nemen zelden actief deel aan immaterieel erfgoed
- ◆ Verkiezen laagdrempelige, populaire plekken zoals kastelen, historische gebouwen en tuinen, musea en expo's
- ◆ Hebben een overwegend gematigde interesse: 35% heeft weinig interesse, 50% gemiddelde interesse; 15% sterke interesse

Figuur 3 Erfgoedparticipatie van erfgoedproevers (n=601)





Kasteel Oostkerke © Westtoer

DEMOGRAFISCH PROFIEL

Deze bezoekers zijn gemiddeld iets ouder, vaker gehuwd zonder (inwonende) kinderen, en iets korter geschoold: 56% heeft een diploma lager of secundair onderwijs. Vrouwen zijn licht in de meerderheid in dit profiel. Een uitgebreid overzicht van de demografische kenmerken per profiel vind je in bijlage 5.

MOTIEVEN VOOR PARTICIPATIE

Erfgoedproevers scoren gematigd op vrijwel alle motivaties: geen uitschieters, maar ook geen opvallend lage scores. De meeste waarde hechten ze aan het vertoeven op mooie plekken en er even tussenuit zijn

HEFBOMEN VOOR PARTICIPATIE

Erfgoedproevers tonen een gematigde waardering voor participatiebevorderende factoren. Ze waarderen vooral heldere informatie en de mogelijkheid om ter plekke te eten of drinken.

Wat hen vooral aanspreekt:

- ◆ Duidelijke, toegankelijke informatie
- ◆ Mooie foto's en aantrekkelijke presentatie
- ◆ Horecafaciliteiten
- ◆ Een tuin, park of natuurgebied rondom de erfgoedplek
- ◆ Een winkel met streekproducten

PROFIEL 3 **ERFGOEDBELEVER (10%)**

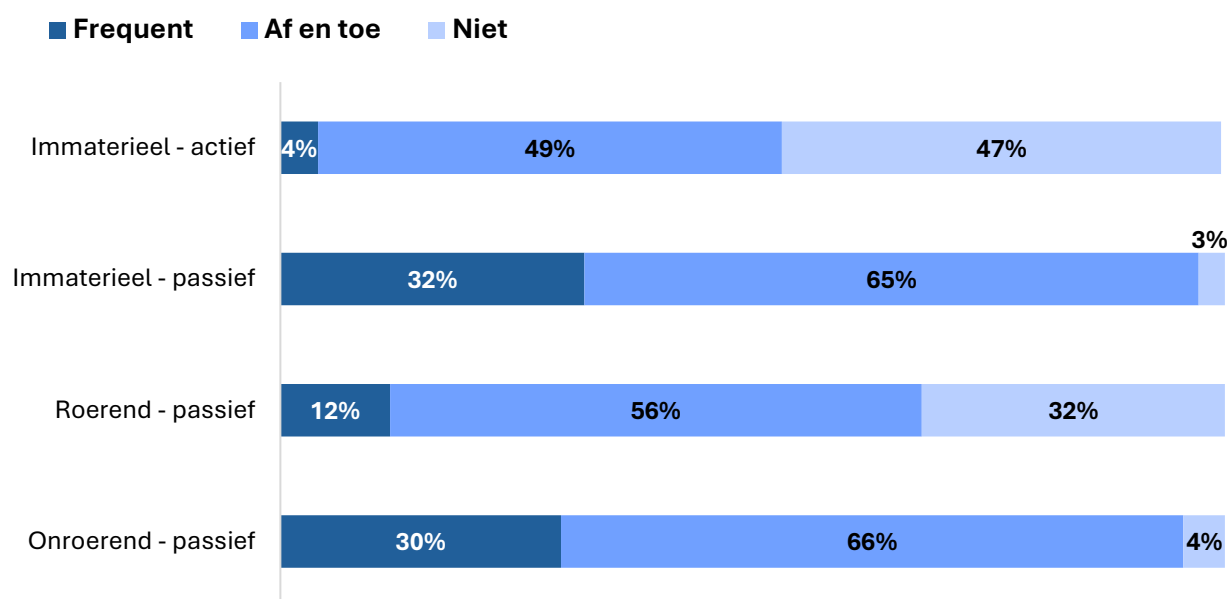
Erfgoed als gezinsuitje

Deze bezoekers combineren erfgoedbezoek met quality time voor het gezin. Ze hebben een gematigde interesse in erfgoed, maar bezoeken wel diverse locaties, vooral als die een actieve, kindvriendelijke beleving aanbieden. Educatie is minder belangrijk; het draait om samenzijn, interactie en plezier. Ze verkiezen activiteiten boven informatie.

PARTICIPATIE EN INTERESSE

- ◆ Zij bezoeken alle erfgoedvormen (roerend, onroerend en immaterieel erfgoed), maar eerder occasioneel
- ◆ Hebben ook wat actieve participatie aan immaterieel erfgoed
- ◆ Hebben een gematigde interesse in erfgoed: 47% heeft weinig interesse, 44% gemiddelde interesse; 9% sterke interesse

Figuur 4 Erfgoedparticipatie van erfgoedbelevers (n=194)



DEMOGRAFISCH PROFIEL

Deze bezoekers zijn gemiddeld wat jonger: 27% is tussen 18 en 34 jaar oud. De opleidingsgraad is gemiddeld (50% heeft een diploma secundair onderwijs en 45% hoger onderwijs). Ze zijn vaker gehuwd met (inwonende) kinderen en zijn vaker aan het werk. Een uitgebreid overzicht van de demografische kenmerken per profiel vind je in bijlage 5.

MOTIEVEN VOOR PARTICIPATIE

Erfgoedbelevers hebben relatief hoge scores op verschillende motieven, wat wijst op een grotere betrokkenheid. Ze worden vooral gedreven door de sociale en gezellige aspecten van erfgoed, zoals “er eens gezellig uit zijn” en “iets doen met familie of vrienden”.

HEFBOMEN VOOR PARTICIPATIE

De erfgoedbelevener hecht minder belang aan informatie en meer aan een leuke en interactieve totaalervaring. Een gezinsvriendelijke en speelse opzet, eerder dan inhoudelijke diepgang, trekt deze bezoekers over de streep.

Belangrijke hefbomen zijn:

- ◆ Gezinsactiviteiten en kinderaanimatorie
- ◆ Culturele evenementen op de erfgoedplek
- ◆ Workshops (inhoudelijk luchtig, ervaringsgericht)
- ◆ Picknickmogelijkheden
- ◆ Souvenir- of streekproductenwinkel



PROFIEL 4 BEWUSTE ERFGOEDLIEFHEDDER (27%)

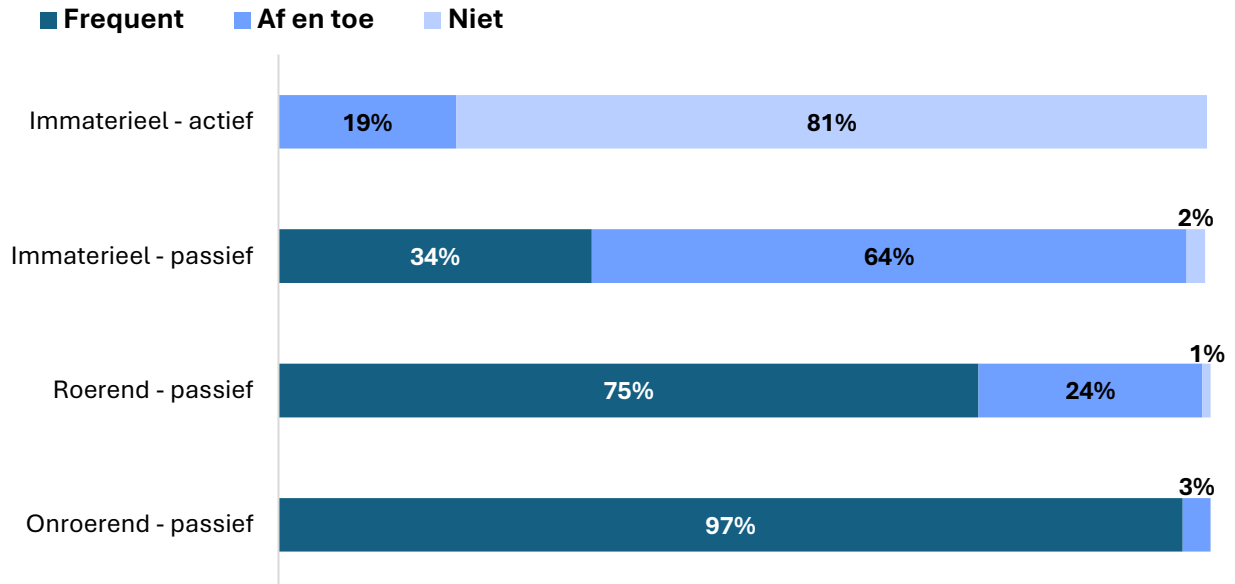
Erfgoed als verdieping

Deze bezoekers hebben een uitgesproken interesse in erfgoed en geschiedenis en bezoeken frequent uiteenlopende locaties — van klassiekers tot minder bekende plekken. Ze zoeken verdieping en culturele verrijking. Beleving moet voor hen inhoudelijk en verdiepend zijn — randactiviteiten zijn welkom, zolang ze passen binnen een cultureel kader. Kindvriendelijke activiteiten zijn voor hen minder relevant.

PARTICIPATIE EN INTERESSE

- ◆ Bezoeken frequent roerend en onroerend erfgoed
- ◆ 1 op 5 neemt af en toe ook actief deel aan immaterieel erfgoed
- ◆ Hebben oog voor zowel populaire als minder alledaagse plekken
- ◆ Hebben een uitgesproken interesse in erfgoed: 13% heeft weinig interesse, 49% gemiddelde interesse; 38% sterke interesse

Figuur 5 Erfgoedparticipatie van bewuste erfgoedliefhebbers (n=544)





© Stichting Kempens Landschap

DEMOGRAFISCH PROFIEL

Deze bezoekers zijn gemiddeld iets ouder en daardoor ook wat vaker gepensioneerd. Ze zijn relatief langgeschoold (58% heeft een diploma hoger onderwijs). Ze zijn vaker gehuwd zonder (inwonende) kinderen. Deze groep komt meer voor in Vlaanderen. Een uitgebreid overzicht van de demografische kenmerken per profiel vind je in bijlage 5.

MOTIEVEN VOOR PARTICIPATIE

Bewuste erfgoedliefhebbers scoren systematisch hoog op inhoudelijke motieven en zijn duidelijk een leergierig bezoekersprofiel. Hun hoogste scores liggen bij “uit interesse voor geschiedenis en cultuur”, “omdat ik het fijn vind om iets te leren” en “om iets nieuws te ervaren”.

HEFBOMEN VOOR PARTICIPATIE

Bewuste erfgoedliefhebbers waarderen verdieping, duiding en culturele inhoud. Ze zoeken betekenisvolle, inhoudelijk rijke ervaringen en hechten minder belang aan animatie voor gezinnen of kinderen.

Deze elementen spreken hen aan:

- ◆ Informatieve borden
- ◆ Audiotours
- ◆ Rondleidingen of fietstochten met een gids
- ◆ Tijdelijke tentoonstellingen of culturele voorstellingen op de erfgoedplek
- ◆ Visuele/digitale elementen (zoals VR of dronebeelden)

PROFIEL 5 **ERFGOEDFANAAT (12%)**

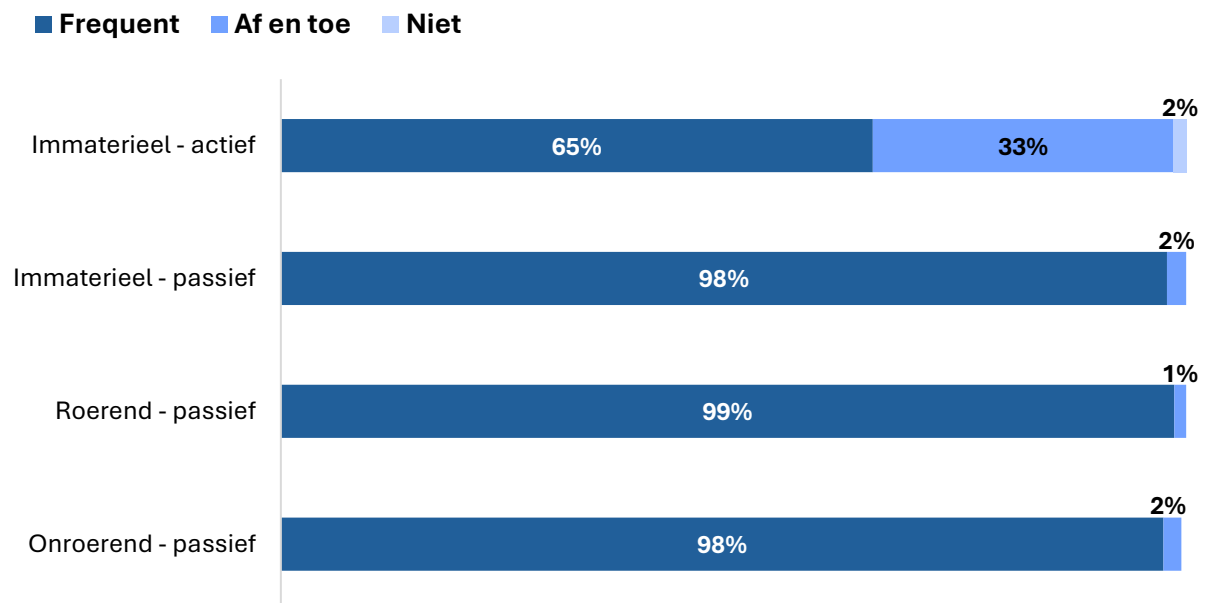
Erfgoed als passie

Deze bezoekers participeren vaak, veel en met overtuiging. Ze zijn betrokken bij álle vormen — en participeren ook actief aan immaterieel erfgoed. Ze zoeken unieke, veelzijdige ervaringen, waarin zowel informatie als beleving een rol spelen. Ze zijn inhoudelijk sterk geïnteresseerd, maar staan ook open voor familiale en interactieve elementen. Dit maakt hen tot echte ambassadeurs van erfgoed.

PARTICIPATIE EN INTERESSE

- ◆ Bezoeken frequent alle vormen van erfgoed, zowel roerend, onroerend als immaterieel
 - ◆ Nemen frequent actief deel aan immaterieel erfgoed
 - ◆ Hebben oog voor zowel populaire als minder alledaagse plekken
- Tonen een uitgesproken interesse in erfgoed: 12% heeft weinig interesse, 48% gemiddelde interesse, 40% sterke interesse

Figuur 6 Erfgoedparticipatie van erfgoedfanaten (n=242)



DEMOGRAFISCH PROFIEL

Dit profiel is gemiddeld jonger: bijna de helft is jonger dan 35 jaar. Ze zijn overwegend langgeschoold en heeft vaak een gezin met inwonende kinderen. Mannen zijn hier in de meerderheid. Deze groep komt vaker voor in Nederland. Een uitgebreid overzicht van de demografische kenmerken per profiel vind je in bijlage 5.

MOTIEVEN VOOR PARTICIPATIE

Erfgoedfanaten hebben een evenwichtig en breed motivatieprofiel: ze scoren hoog op zowel inhoudelijke als ontspanningsgerichte motieven. Hun relatief hoge score op “omdat iemand het heeft aangeraden” wijst ook op een open houding tegenover nieuwe ervaringen.

HEFBOMEN VOOR PARTICIPATIE

Erfgoedfanaten staan open voor een mix van beleving, informatie, familiegerichtheid en betrokkenheid. Hoe unieker de ervaring, hoe beter. Ze waarderen een brede waaier aan mogelijkheden, maar hebben ook een specifieke voorkeur voor:

- ◆ Activiteiten voor kinderen
- ◆ Workshops (met of zonder kinderen)
- ◆ Vrijwilligerswerk op of rond de erfgoedlocatie
- ◆ Overnachtingsmogelijkheden
- ◆ Digitale beleving (zoals VR en apps)



Tabel 4 Overzicht van de vijf bezoekersprofielen

KENMERK	TOEVALLIGE ERFGOEDBEZOEKER	ERFGOEDPROEVER	ERFGOEDBELEVER	BEWUSTE ERFGOEDLIEFHEBBER	ERFGOEDFANAAT
PARTICIPATIE	Weinig passief Niet actief	Af en toe passief Niet actief	Af en toe passief Deels actief	Frequent passief Deels actief	Frequent passief Frequent actief
INTERESSE	Laag	Gemiddeld	Gemiddeld	Hoog	Zeer hoog
VOORKEUR LOCATIES	Bekend, sfeervol	Mooi, populair	Divers, kindvriendelijk	Divers, ongewoon	Uniek, alle soorten
DOEL BEZOEK	Rust, ontspanning	Kennismaking, pauze	Interactie, gezinsactiviteit	Verdieping, verrijking	Unieke ervaring, actieve beleving
DEMOGRAFIE (TYPISCH)	Ouder, korter geschoold, alleenstaand	Ouder, korter geschoold, gehuwd	Jonger, gemiddeld geschoold, gezin, werkend	Ouder, langer geschoold, gehuwd	Jonger, langer geschoold, gezin, werkend
REGIONALE FOCUS	VL = NL	VL = NL	VL = NL	VL > NL	NL > VL
BELANGRIJKSTE HEFBOMEN	Omgeving (café, tuin), fiets/wandel	Duidelijke info, horeca, tuin	Gezinsactiviteiten, workshops	Info (bordjes, audio), gids, digitaal	Kinderactiviteiten, workshops,
BELANGRIJKSTE MOTIEVEN	◆ Om mij te ontspannen ◆ Om iets te doen met familie of vrienden ◆ Om er even tussenuit te zijn	◆ Omdat ik graag op mooie plekken ben ◆ Om mij te ontspannen ◆ Om er eens gezellig uit te zijn	◆ Om iets te doen met familie of vrienden ◆ Om er eens gezellig uit te zijn ◆ Omdat ik graag op mooie plekken ben	◆ Omdat ik het fijn vind om iets te leren ◆ Om nieuwe dingen te ontdekken ◆ Omdat ik geïnteresseerd ben in geschiedenis en cultuur	◆ Om mij te ontspannen ◆ Uit nieuwsgierigheid ◆ Omdat ik geïnteresseerd ben in geschiedenis en cultuur

WETEN WAT COMMUNICATIEVOORKEUREN VAN WERKT ERFGOEDBEZOEKERS

Hoewel elk profiel unieke kenmerken heeft, tonen de analyses aan dat er slechts beperkte verschillen zijn in communicatievoorkeuren. De meeste erfgoedbezoekers gebruiken gelijkaardige kanalen om zich te informeren over erfgoed en vrijetijdsactiviteiten. Veel van de populairste informatiekanalen worden dan ook breed gedragen, ongeacht het bezoekersprofiel (tabel 5).

De meest effectieve kanalen om de vijf bezoekersprofielen te bereiken, zijn:

- ◆ Kranten
- ◆ Facebook
- ◆ Online zoekmachines (zoals Google)
- ◆ Websites/nieuwsbrieven van steden, gemeenten, cultuurhuizen of erfgoedverenigingen
- ◆ Mond-tot-mondreclame via vrienden, familie en collega's

Toch zijn er ook enkele opvallende nuances in de communicatievoorkeuren per profiel:

- ◆ **Televisie** is een populair informatiekanaal bij Toevallige Erfgoedbezoekers en Bewuste Erfgoedliefhebbers.
- ◆ **TikTok** wordt opvallend vaker gebruikt door Erfgoedfanaten
- ◆ **Instagram** scoort hoger bij profielen met een actievere participatiegraad: Erfgoedfanaten, Erfgoedbelevers en Bewuste Erfgoedliefhebbers.
- ◆ **Tijdschriften en lokale infokanalen** (zoals UiT-agenda's of toeristische infopunten) zijn vooral populair bij Bewuste Erfgoedliefhebbers en Erfgoedfanaten, de twee profielen met de sterkste erfgoedinteresse én participatie.

Wie doelgericht wil communiceren, kijkt best verder dan het communicatiekanaal alleen. Je bereikt erfgoedbezoekers pas écht als je inspeelt op hun drijfveren en verwachtingen. Daarbij zijn drie elementen cruciaal:

1. **Wat interesseert hen?** Stem je inhoud af op het type erfgoed dat het profiel aantrekt.
2. **Wat overtuigt hen?** Gebruik motieven die aansluiten bij wat zij belangrijk vinden zoals ontspanning, schoonheid, gezelligheid, leren of ontdekken.

3. **Wat helpt hen over de drempel?** Bied concrete aanknopingspunten zoals kinderactiviteiten, horeca op de site, toegankelijke beleving of digitale tools.

Stel: je wil een nieuwe tijdelijke expo in een kasteelsite promoten.

- ◆ **Toevallige Erfgoedbezoekers** bereik je het best via laagdrempelige kanalen zoals televisie of Facebook. Leg de nadruk op ontspanning en samenzijn: een sfeervolle wandeling, koffie met taart in de orangerie, of een rustmoment in een unieke setting. Gebruik eenvoudige, uitnodigende taal zonder jargon.
- ◆ Voor **Erfgoedproevers** zijn Facebook, kranten en nieuwsbrieven geschikt. Positioneer de kasteelsite als een mooie en toegankelijke plek om even aan de dagelijkse routine te ontsnappen. Een combinatie van natuur, erfgoed en horeca spreekt hen aan.
- ◆ **Erfgoedbelevers** hechten belang aan interactieve en gezinsgerichte ervaringen. Communiceer via Instagram of lokale online agenda's, en focus op activiteiten zoals familierondeleidingen, kinderzoektochten of gedeelde ervaringen. Gebruik beelden en taal die sfeer, plezier en ontdekking uitstralen.
- ◆ **Bewuste erfgoedliefhebbers** laten zich graag inhoudelijk prikkelen. Je bereikt hen via erfgoedniewsbrieven, toeristische infokanalen of lokale tijdschriften. Zet in op verdieping en context: themarondeleidingen, tijdelijke tentoonstellingen of historische verhalen over het kasteel.
- ◆ Voor **Erfgoedfanaten** combineer je inhoudelijke rijkdom met een innovatieve aanpak. Gebruik naast populaire kanalen ook Instagram of TikTok, en bied formats waarin ze actief iets kunnen doen of beleven: een Instagram-route, toegang tot verborgen plekken, of een exclusieve blik achter de schermen.

Zo kan er over één erfgoedplek of -activiteit op verschillende manieren gecommuniceerd kan worden, afhankelijk van wie je wil bereiken. Het profiel bepaalt niet enkel **waar** je communiceert, maar ook **hoe** en **waarmee** je aansluiting vindt.



Tabel 5 Via welke kanalen informeer jij je over vrijetijdsactiviteiten? (ja/nee)

	TOEVALLIGE ERFGOEDBEZOEKERS	ERFGOEDPROEVER	ERFGOEDBELEVERS	BEWUSTE ERFGOEDLIEFHEBBERS	ERFGOEDFANATEN
Krant	20%	27%	20%	33%	20%
Tijdschriften	8%	14%	9%	25%	23%
Televisie	18%	19%	13%	24%	18%
Radio	15%	14%	19%	20%	21%
Facebook	37%	38%	42%	33%	35%
Instagram	13%	19%	24%	23%	25%
TikTok	5%	5%	8%	6%	18%
Online zoekmachines	22%	40%	35%	46%	28%
Tripadvisor	4%	10%	10%	19%	16%
Online agenda (Uit)	5%	11%	13%	21%	17%
Websites & nieuwsbrieven	16%	28%	22%	38%	20%
Lokaal magazine/boekje	17%	21%	17%	30%	15%
Toeristisch infopunt	4%	16%	13%	28%	17%
Mond-aan-mond reclame	26%	41%	37%	48%	31%

ZELF AAN DE DE GESTANDAARDISEERDE SLAG? BEZOEKERSENQUÊTE

Om de segmentatie uit te voeren, ontwikkelden we een gestandaardiseerde vragenlijst waarmee we zowel interesse in erfgoed als deelname aan erfgoedactiviteiten in kaart brachten. Deze vragenlijst vormt de basis van de bezoekersprofielen die in dit rapport worden voorgesteld.

De vragenlijst is als bijlage 6 opgenomen en kan vrij worden gebruikt door erfgoedorganisaties, -eigenaars en -beheerders, beleidsmakers of andere geïnteresseerde partijen. Ze biedt een handige manier om zicht te krijgen op wie je vandaag bereikt:

- ◆ Hoe geïnteresseerd is je publiek in erfgoed?
- ◆ Hoe vaak nemen ze eraan deel?
- ◆ En welke profielen zijn goed vertegenwoordigd in jouw doelpubliek – of juist niet?

Wil je zelf aan de slag met deze vragenlijst?

Neem gerust contact op met ons onderzoekscentrum. De methode om bezoekers op basis van hun antwoorden aan een profiel toe te wijzen, is niet opgenomen in dit rapport, maar we helpen je graag op weg. Dankzij onze Power BI-tool verlopen verwerking en visualisatie vlot en krijg je meteen inzicht in de samenstelling van je publiek.

Kasteel Heeswijk © VisitBrabant



BIJLAGE 1: ERFGOEDPARTICIPATIE IN VLAANDEREN EN NEDERLAND

ONROEREND ERFGOED (PASSIEF)	NIET	AF EN TOE	FREQUENT
Kasteel	52%	34%	14%
Een niet-religieus historisch gebouw, monument of huis anders dan een kasteel (molen, fort, station, woning van een architect of bekend persoon, ...)	43%	39%	18%
Een religieus historisch gebouw of monument (kerk, basiliek, tempel, kapel, moskee, abdij, ...)	40%	34%	26%
Een oorlogskerkhof, oorlogsmonument of historisch slagveld	60%	30%	10%
Een historisch landschap of park, of een historische tuin (kasteeltuin, botanische tuin, landschapspark, ...)	44%	39%	17%
Een historisch waardevolle industriële plek (fabriek, koolmijn, maalderij, stokerij, energiecentrale ...)	66%	26%	8%
ROEREND ERFGOED (PASSIEF)	NIET	AF EN TOE	FREQUENT
Een archeologische vindplaats	76%	17%	7%
Een museum of kunstgalerie	43%	33%	24%
Een tentoonstelling of expo	48%	34%	18%
Een archief of erfgoedbibliotheek	79%	14%	7%
Een historisch waardevol voer- of vaartuig (boot, auto, bus, trein, tram, vliegtuig)	67%	23%	8%
IMMATERIEEL ERFGOED PASSIEF	NIET	AF EN TOE	FREQUENT
Een plaats waar oude ambachten gedemonstreerd of uitgeoefend worden	62%	31%	8%
Een plaats waar traditionele gerechten of typische streekproducten bereid en verkocht worden	46%	36%	18%
Een plaats waar traditionele volkssporten en -spelen beoefend en/of gedemonstreerd worden	78%	16%	6%
Een religieus volksfeest, herdenkingsfeest, een religieuze bedevaart, pelgrimstocht of processie	80%	15%	5%
Een niet-religieus volksfeest, herdenkingsfeest, historische optocht, stoet of evocatie	72%	22%	6%
Een carnavalsoptocht	70%	24%	6%
Een activiteit waar oude verhalen, volksverhalen, stadsverhalen, mythen of sprookjes centraal staan	81%	14%	5%
Een concert, festival of evenement met volksmuziek, volksdansen en/of vlaggenzwaaien	68%	21%	10%
Een re-enactment	87%	9%	4%

IMMATERIEEL ERFGOED ACTIEF	NIET	AF EN TOE	FREQUENT
Ik nam deel aan een (geleide) historische wandeling of rondleiding	75%	19%	6%
Ik nam deel aan een religieus volksfeest, herdenkingsfeest, een religieuze bedevaart, pelgrimstocht of processie.	88%	8%	4%
Ik nam deel aan een niet-religieus volksfeest, herdenkingsfeest, historische optocht, stoet of evocatie	89%	7%	4%
Ik nam deel aan een carnavalsoptocht	89%	7%	4%
Ik demonstreerde een oude ambacht op een markt, festival, evenement, atelier, ...	91%	5%	4%
Ik bereidde en/of verkocht traditionele gerechten of typische streekproducten op een markt, festival, evenement, in een atelier of fabriek	90%	6%	4%
Ik demonstreerde een traditionele volkssport op een festival, evenement, ...	92%	4%	4%
Ik speelde volksmuziek, nam deel aan een volksdans en/of vlaggenzwaai	92%	4%	4%
Ik vertelde een oud verhaal, volksverhaal, stadsverhaal, mythe of spookje op een markt, festival, evenement, in een atelier, fabriek	92%	5%	3%
Ik nam deel aan een re-enactment op een evenement	92%	4%	4%

BIJLAGE 2: MOTIVATIES PER ERFGOEDVORM

ONROEREND ERFGOED	
Een kasteel (n=265)	1. Omdat ik graag op mooie plekken ben. 2. Om mij te ontspannen 3. Om nieuwe dingen te ontdekken 4. Uit nieuwsgierigheid 5. Om er eens gezellig uit te zijn
Een niet-religieus historisch gebouw, monument of huis anders dan een kasteel (molen, fort, station, woning van een architect of bekend persoon) (n=329)	1. Om nieuwe dingen te ontdekken 2. Omdat ik graag op mooie plekken ben 3. Om iets nieuws te ervaren 4. Uit nieuwsgierigheid 5. Omdat ik het fijn vind om iets te leren
Een religieus historisch gebouw of monument (kerk, basiliek, tempel, kapel, moskee, abdij) (n=365)	1. Omdat ik graag op mooie plekken ben 2. Uit nieuwsgierigheid 3. Om iets te doen met familie of vrienden 4. Om nieuwe dingen te ontdekken 5. Omdat ik het fijn vind om iets te leren
Een oorlogskerkhof, oorlogsmonument of historisch slagveld (n=226)	1. Omdat ik geïnteresseerd ben in geschiedenis en cultuur 2. Omdat je bepaalde zaken nu eenmaal moet gezien of meegemaakt hebben 3. Omdat ik het fijn vind om iets te leren 4. Uit nieuwsgierigheid 5. Om nieuwe dingen te ontdekken
Een historisch landschap of park, of een historische tuin (kasteeltuin, botanische tuin, landschapspark) (n=330)	1. Omdat ik graag op mooie plekken ben 2. Om mij te ontspannen 3. Om er eens gezellig uit te zijn 4. Om iets te doen met familie of vrienden 5. Om er even tussenuit te zijn
Een historisch waardevolle industriële plek (fabriek, koolmijn, maalderij, stokerij, energiecentrale) (n=156)	1. Uit nieuwsgierigheid 2. Om nieuwe dingen te ontdekken 3. Omdat ik graag op mooie plekken ben 4. Om er eens gezellig uit te zijn 5. Omdat ik geïnteresseerd ben in geschiedenis en cultuur
Een archeologische vindplaats (n=102)	1. Omdat ik geïnteresseerd ben in geschiedenis en cultuur 2. Om iets nieuws te ervaren 3. Uit nieuwsgierigheid 4. Omdat ik graag op mooie plekken ben 5. Om nieuwe dingen te ontdekken
ROEREND ERFGOED	
Een museum of kunstgalerie (n=345)	1. Om iets nieuws te ervaren 2. Om nieuwe dingen te ontdekken 3. Uit nieuwsgierigheid 4. Omdat ik graag op mooie plekken ben 5. Omdat ik het fijn vind om iets te leren
Een tentoonstelling of expo (n=286)	1. Om mij te ontspannen 2. Om er eens gezellig uit te zijn 3. Om iets te doen met familie of vrienden 4. Uit nieuwsgierigheid 5. Omdat ik het fijn vind om iets te leren

Een archief of erfgoedbibliotheek (n=99)	1. Om nieuwe dingen te ontdekken 2. Uit nieuwsgierigheid 3. Omdat ik het fijn vind om iets te leren 4. Omdat ik geïnteresseerd ben in geschiedenis en cultuur 5. Omdat ik graag op mooie plekken ben
Een historisch waardevol voer- of vaartuig (boot, auto, bus, trein, tram, vliegtuig) (n=163)	1. Om mij te ontspannen 2. Om nieuwe dingen te ontdekken 3. Uit nieuwsgierigheid 4. Omdat ik graag op mooie plekken ben 5. Om er eens gezellig uit te zijn
IMMATERIEEL ERFGOED	
Een plaats waar oude ambachten gedemonstreerd of uitgeoefend worden (n=204)	1. Om er eens gezellig uit te zijn 2. Om mij te ontspannen 3. Om er even tussenuit te zijn 4. Om iets te doen met familie of vrienden 5. Omdat ik graag op mooie plekken ben
Een plaats waar traditionele gerechten of typische streekproducten bereid en verkocht worden (n=355)	1. Om mij te ontspannen 2. Om er eens gezellig uit te zijn 3. Omdat ik graag op mooie plekken ben 4. Uit nieuwsgierigheid 5. Om er even tussenuit te zijn
Een plaats waar traditionele volkssporten en -spelen beoefend en/of gedemonstreerd worden (bv. boogschieten, geweeschieten, boerengolf, kaatsen, crolf) (n=101)	1. Om iets te doen met familie of vrienden 2. Om mij te ontspannen 3. Om er eens gezellig uit te zijn 4. Om plezier te maken 5. Omdat ik het leuk vindt om iets met anderen te doen

BIJLAGE 3: HEFBOMEN VOOR ERFGOEDPARTICIPATIE

Hefbomen voor bezoek aan een historisch gebouw of monument (n=1012)

In welke mate kunnen volgende elementen bijdragen aan jouw beleving?	Helemaal niet	Eerder niet	Neutraal	Eerder wel	Helemaal wel
1. Een (geleide) wandel/fietsroute langs of naar de erfgoedplek	15%	11%	23%	42%	8%
2. Heldere informatie op/bij de erfgoedplek via bordjes of interactief scherm	13%	7%	18%	45%	17%
3. Een audiotour doorheen de erfgoedplek	18%	12%	24%	37%	9%
4. Een podcast over de erfgoedplek	30%	22%	27%	18%	4%
5. Een tijdelijke tentoonstelling of expo op de erfgoedplek	16%	12%	30%	36%	6%
6. Een tuin, park of natuurgebied rondom de erfgoedplek	11%	6%	25%	45%	14%
7. De mogelijkheid om een rondleiding met een gids te volgen	13%	9%	27%	40%	11%
8. Een souvenirshop (bv. postkaartjes, boeken, posters, gadgets, hebbedingetjes)	20%	19%	28%	28%	5%
9. Een shop die streekproducten verkoopt	12%	10%	26%	45%	8%
10. Een speeltuin	41%	20%	23%	14%	3%
11. Een gezinsactiviteit (bv. een speurtocht)	22%	17%	29%	26%	6%
12. Kinderanimatie (bv. knutselen, grimeren, een workshop op maat van kinderen, ...)	39%	20%	23%	15%	4%
13. Educatieve workshops, vertellingen of lezingen in het thema van de erfgoedplek	23%	21%	29%	24%	3%
14. De mogelijkheid om andere workshops te volgen (bv. koken, tekenen, keramiek, yoga)	27%	25%	24%	20%	4%
15. De mogelijkheid om er iets te eten en/of te drinken	6%	4%	24%	49%	17%
16. De mogelijkheid om er te picknicken	17%	16%	29%	32%	6%
17. De mogelijkheid om er te overnachten	19%	20%	33%	25%	4%
18. De mogelijkheid om de erfgoedplek digitaal te beleven (bv. VR of dronebeelden)	24%	20%	28%	25%	3%
19. De mogelijkheid om er mooie foto's te nemen	9%	6%	23%	46%	16%
20. De mogelijkheid om er een evenement bij te wonen (bv. een muziek -of dansvoorstelling)	17%	17%	30%	31%	5%
21. De mogelijkheid om er vrijwilligerswerk te doen	34%	23%	27%	13%	2%

Hefbomen voor bezoek aan een historisch landschap, park of historische tuin (n=988)

In welke mate kunnen volgende elementen bijdragen aan jouw beleving?	Helemaal niet	Eerder niet	Neutraal	Eerder wel	Helemaal wel
1. Een (geleide) wandel/fietsroute langs of naar de erfgoedplek	17%	11%	23%	41%	8%
2. Heldere informatie op/bij de erfgoedplek via bordjes of interactief scherm	15%	8%	20%	46%	11%
3. Een audiotour doorheen de erfgoedplek	21%	14%	25%	36%	5%
4. Een podcast over de erfgoedplek	32%	21%	25%	19%	3%
5. Een tijdelijke tentoonstelling of expo op de erfgoedplek	19%	12%	29%	35%	5%
6. De mogelijkheid om een rondleiding met een gids te volgen	16%	11%	24%	40%	9%
7. Een souvenirshop (bv. postkaartjes, boeken, posters, gadgets, hebbedingetjes)	22%	17%	30%	26%	5%
8. Een shop die streekproducten verkoopt	13%	9%	26%	43%	10%
9. Een speeltuin	37%	17%	23%	18%	5%
10. Een gezinsactiviteit (bv. een speurtocht)	24%	13%	27%	29%	7%
11. Kinderanimatie (bv. knutselen, grimeren, een workshop op maat van kinderen, ...)	38%	16%	25%	16%	5%
12. Educatieve workshops, vertellingen of lezingen in het thema van de erfgoedplek	25%	18%	28%	26%	3%
13. De mogelijkheid om oude ambachten te proberen, zoals weven en pottenbakken	23%	14%	26%	29%	7%
14. De mogelijkheid om andere workshops te volgen (bv. koken, tekenen, keramiek, yoga)	25%	19%	27%	23%	6%
15. De mogelijkheid om er iets te eten en/of te drinken	10%	5%	20%	47%	18%
16. De mogelijkheid om er te picknicken	18%	14%	27%	35%	6%
17. De mogelijkheid om er te overnachten	20%	20%	34%	22%	4%
18. De mogelijkheid om de erfgoedplek digitaal te beleven (bv. VR of dronebeelden)	27%	21%	27%	22%	3%
19. De mogelijkheid om er mooie foto's te nemen	10%	7%	22%	43%	18%
20. De mogelijkheid om er een evenement bij te wonen (bv. een muziek -of dansvoorstelling)	18%	15%	32%	30%	5%
21. De mogelijkheid om er vrijwilligerswerk te doen	33%	24%	27%	13%	3%

BIJLAGE 4: DREMPELS VOOR ERFGOEDPARTICIPATIE

In welke mate houden volgende elementen je tegen om (vaker) erfgoed te bezoeken?	Helemaal niet	Eerder niet	Neutraal	Eerder wel	Helemaal wel	nvt
1. Het is te ver	14%	27%	29%	11%	6%	14%
2. Erfgoed interesseert me gewoon niet	22%	18%	28%	17%	9%	6%
3. Het huidige aanbod interesseert mij niet	14%	16%	37%	19%	8%	7%
4. Mijn partner, kinderen, gezin, familie of vrienden interesseert het niet	16%	14%	29%	23%	9%	11%
5. De toegangs- of deelnameprijzen zijn te hoog	7%	11%	25%	34%	18%	4%
6. Er is niemand die mij kan vergezellen	24%	19%	22%	18%	7%	10%
7. Het is moeilijk om een oppas te vinden	36%	11%	16%	8%	3%	27%
8. Ik voel mij er niet op mijn gemak en/of veilig	29%	22%	25%	11%	4%	9%
9. De plekken zijn doorgaans niet voldoende toegankelijk (bv. rolstoeltoegankelijk, braille opschriften)	26%	16%	26%	10%	5%	18%
10. De plekken zijn doorgaans niet voldoende toegankelijk voor kinderwagens of buggy's	28%	13%	24%	7%	3%	25%
11. De openingsuren of tijdstippen waarop dergelijke activiteiten plaatsvinden, passen mij niet	19%	20%	31%	16%	5%	8%
12. Dergelijke sites/activiteiten zijn meestal niet makkelijk bereikbaar	14%	19%	33%	18%	6%	8%
13. Er is te weinig parking	18%	16%	31%	18%	7%	10%
14. Ik hou niet van plaatsen/activiteiten waar veel mensen aanwezig zijn	14%	15%	28%	26%	12%	5%
15. Ik voel me niet welkom	33%	21%	23%	8%	4%	12%
16. Het sluit niet aan bij mijn cultuur	28%	19%	29%	9%	4%	11%
17. Ik ben er niet of te weinig van op de hoogte	12%	14%	32%	28%	10%	5%
18. Ik ga het niet begrijpen	33%	21%	23%	9%	3%	10%

BIJLAGE 5: DEMOGRAFISCHE KENMERKEN PROFIELEN

	Toevallige erfgoed- bezoeker	Erfgoed- proever	Erfgoed- belever	Bewuste erfgoedlief- hebber	Erfgoed- fanaat
Regio					
Vlaanderen	50%	50%	46%	57%	39%
Nederland	50%	50%	54%	43%	61%
Gender					
Man	48%	45%	47%	50%	62%
Vrouw	52%	55%	53%	50%	38%
Leeftijd					
18-34 jaar	20%	20%	27%	25%	47%
35-54 jaar	31%	33%	34%	30%	36%
55+	49%	47%	40%	45%	17%
Woonplaats					
Stedelijk	47%	51%	54%	51%	49%
Landelijk	51%	49%	44%	49%	49%
Ik weet het niet	2%	0%	2%	0%	2%
Opleidingsniveau					
Geen	2%	0%	3%	1%	1%
Lager onderwijs	7%	3%	2%	3%	6%
Secundair onderwijs	60%	53%	50%	38%	31%
Hoger onderwijs	30%	43%	45%	58%	62%
Gezinssituatie					
Gehuwd of samenwonend zonder (deel- of voltijds inwonende) kinderen	35%	42%	34%	45%	29%
Gehuwd of samenwonend met (deel- of voltijds inwonende) kinderen	19%	25%	31%	28%	39%
Alleenstaand zonder (deel- of voltijds inwonende) kinderen	30%	21%	22%	16%	17%
Alleenstaand met (deel- of voltijds inwonende) kinderen	6%	6%	5%	4%	5%
Ik woon bij mijn (groot)ouders	7%	6%	7%	6%	9%
Andere	3%	0%	1%	1%	1%
Werksituatie					
Ik doe voltijds of deeltijds betaald werk	45%	52%	59%	54%	69%
Ik ben student	2%	4%	4%	5%	9%
Ik ben voltijds huisman of huisvrouw	7%	5%	4%	2%	4%
Ik ben met pensioen	30%	28%	24%	31%	12%
Ik ben momenteel niet professioneel actief	14%	9%	8%	6%	6%
Andere	3%	2%	0%	2%	0%
Financiële situatie					
Moeilijk	12%	6%	11%	4%	13%
Noch moeilijk, noch gemakkelijk	53%	47%	45%	42%	48%
Gemakkelijk	29%	40%	39%	50%	39%
Dat zeg ik liever niet	4%	5%	4%	3%	0%
Dat weet ik niet	2%	2%	1%	1%	0%

BIJLAGE 6: GESTANDAARDISEERDE BEZOEKERS ENQUÊTE

Hieronder vind je enkel de vragen die nodig zijn om bezoekers correct toe te wijzen aan een van de vijf profielen uit het segmentatieonderzoek. Deze focussen uitsluitend op de **mate van erfgoedinteresse en -participatie**.

Wil je een bredere doelgroepenanalyse uitvoeren? Dan kan je de vragenlijst aanvullen met extra items, zoals demografische kenmerken, motivaties, drempels of hefboomen voor erfgoed-deelname, afhankelijk van je eigen noden en doelen.

ERFGOEDINTERESSE

In welke mate ben jij geïnteresseerd in de onderstaande thema's?

Bij het gebruik van de onderstaande items in een online bevraging, wordt het aanbevolen (maar niet verplicht) om de volgende richtlijnen te volgen:

- Randomiseer de volgorde van de items, met uitzondering van vraag 1 en 2, die altijd als eerste aangeboden moeten worden.
- Plaats de tekst tussen haakjes achter een informatie-button, zodat respondenten zelf kunnen kiezen of ze deze uitleg willen lezen. Dit is vooral aanbevolen omdat de tekst tussen haakjes vrij lang is, wat belastend kan zijn voor de respondent. Bovendien verbetert dit de visuele vormgeving van de vraag.

	Helemaal niet geïnteresseerd	Weinig geïnteresseerd	Gemiddeld geïnteresseerd	Sterk geïnteresseerd	Zeer sterk geïnteresseerd
1. Erfgoed (bv. een historisch gebouw of monument (kasteel, kerk, moskee, molen, fort), een oorlogskerkhof, een museum, een archief, een herdenkingsfeest, een carnavalsoptocht, een plaats waar oude ambachten gedemonstreerd worden)					
2. Geschiedenis (bv. politieke, economische of sociale geschiedenis, oorlogs- of militaire geschiedenis, ontdekkingsreizen, kolonisatie en migratie, hoe mensen vroeger leefden, industriële cultuur en geschiedenis, ...)					
3. Religie, levensbeschouwing of spiritualiteit					
4. Archeologie of oudheidkunde					

	Helemaal niet geïnteresseerd	Weinig geïnteresseerd	Gemiddeld geïnteresseerd	Sterk geïnteresseerd	Zeer sterk geïnteresseerd
(bv. overblijfselen van oude culturen zoals grondsporen en vondsten)					
5. Beeldende kunst, toegepaste historische kunst en historische voorwerpen (bv. schilderkunst, beeldhouwkunst, druktechniek of fotografie, meubels, juwelen of mode)					
6. Historische steden, dorpen of gebouwen (bv. (landschaps)-architectuur, bouwkunde, stadsplanning)					
7. Oude gebruiken, tradities of ambachten (bv. streektaal of dialecten, oude ambachten of handwerk-technieken, traditionele volkssporten, caféspelen of kaartspellen, volksliederen of volksverhalen, legendes, sagen, historische feesten, stoeten of optochten; carnaval, streekproducten en -gerechten)					
8. Historische personen (bv. het leven van beroemde personen uit het verleden zoals politici, vorsten, kunstenaars, sportlui, muzikanten, artiesten)					

ERFGOEDPARTICIPATIE

Hoe vaak heb je het afgelopen jaar (van *maand + jaar* tot nu) volgende plekken bezocht?

Bij het gebruik van de onderstaande items in een online bevraging, wordt het aanbevolen (maar niet verplicht) om de volgende richtlijnen te volgen:

- Randomiseer per erfgoedcategorie de volgorde van de items.
- De tussentitels 'onroerend erfgoed', 'roerend erfgoed', en 'materieel erfgoed' worden niet getoond aan respondenten om verwarring te voorkomen.
- Toon altijd items 1 en 2 samen, in de opgegeven volgorde.

	Niet het afgelopen jaar	1 tot 2 keer in het afgelopen jaar	3 tot 5 keer in het afgelopen jaar	6 tot 10 keer in het afgelopen jaar	Meer dan 10 keer in het afgelopen jaar
Onroerend erfgoed					
1. Een kasteel					
2. Een niet-religieus historisch gebouw, monument of huis anders dan een kasteel (molen, fort, station, woning van een architect of bekend persoon, ...)					
3. Een religieus historisch gebouw of monument (kerk, basiliek, tempel, kapel, moskee, abdij, ...)					
4. Een oorlogskerkhof, oorlogsmonument of historisch slagveld					
5. Een historisch landschap of park, of een historische tuin (kasteeltuin, botanische tuin, landschapspark, ...)					
6. Een historisch waardevolle industriële plek (fabriek, koolmijn, maalderij, stokerij, energiecentrale ...)					
7. Een archeologische vindplaats					
Roerend erfgoed					
8. Een museum of kunstgalerie					
9. Een tentoonstelling of expo					
10. Een archief of erfgoedbibliotheek					
11. Een historisch waardevol voer- of vaartuig (boot, auto, bus, trein, tram, vliegtuig)					
Immaterieel erfgoed					
12. Een plaats waar oude ambachten gedemonstreerd of uitgeoefend worden					
13. Een plaats waar traditionele gerechten of typische streekproducten bereid en verkocht worden					
14. Een plaats waar traditionele volkssporten en -spelen beoefend en/of gedemonstreerd worden (bv. boogschieten, geweschietsen, boerengolf, kaatsen, crolf, ...)					

Hoe vaak ben je het afgelopen jaar (van maand + jaar tot nu) toeschouwer geweest bij ...

Bij het gebruik van de onderstaande items in een online bevraging, wordt het aanbevolen (maar niet verplicht) om de volgende richtlijnen te volgen:

- Randomiseer de volgorde van de items
- Plaats de tekst tussen haakjes achter een informatie-button, zodat respondenten zelf kunnen kiezen of ze deze uitleg willen lezen. Dit is vooral aanbevolen omdat de tekst tussen haakjes vrij lang is, wat belastend kan zijn voor de respondent. Bovendien verbetert dit de visuele vormgeving van de vraag.

	Niet het afgelopen jaar	1 tot 2 keer in het afgelopen jaar	3 tot 5 keer in het afgelopen jaar	6 tot 10 keer in het afgelopen jaar	Meer dan 10 keer in het afgelopen jaar
Immaterieel erfgoed					
1. Een religieus volksfeest, herdenkingsfeest, een religieuze bedevaart, pelgrimstocht of processie (bv. iftar, paasfeest, Suikerfeest, kroningsfeesten, Heilige Bloedprocessie, boeteprocessie, kaarsenprocessie, Maria Ommegang Poperinge, de Boxmeerse Vaart)					
2. Een niet-religieus volksfeest, herdenkingsfeest, historische optocht, stoet of evocatie (bv. een herdenking van een historische gebeurtenis, een herdenking van een persoon, een reuzenstoet, Gentse Feesten, Gouden Boomstoet, bloemencorso)					
3. Een carnavalsoptocht					
4. Een activiteit waar oude verhalen, volksverhalen, stadsverhalen, mythen of sprookjes centraal staan					
5. Een concert, festival of evenement met volksmuziek, volksdansen en/of vlaggenzwaaien					
6. Een re-enactment (= een evenement waarbij een historische gebeurtenis in openlucht wordt nagespeeld in een passende setting)					

Geef nu voor elk van onderstaande activiteiten aan in welke mate je er het afgelopen jaar (van maand + jaar tot nu) zelf aan hebt deelgenomen.

Bij het gebruik van de onderstaande items in een online bevraging, wordt het aanbevolen (maar niet verplicht) om de volgende richtlijnen te volgen:

- *Randomiseer de volgorde van de items*
- *Plaats de tekst tussen haakjes achter een informatie-button, zodat respondenten zelf kunnen kiezen of ze deze uitleg willen lezen. Dit is vooral aanbevolen omdat de tekst tussen haakjes vrij lang is, wat belastend kan zijn voor de respondent. Bovendien verbetert dit de visuele vormgeving van de vraag.*

	Niet in het afgelopen jaar	1 tot 2 keer in het afgelopen jaar	3 tot 5 keer in het afgelopen jaar	6 tot 10 keer in het afgelopen jaar	Meer dan 10 keer in het afgelopen jaar
1. Ik nam deel aan een (geleide) historische wandeling of rondleiding					
2. Ik nam deel aan een religieus volksfeest, herdenkingsfeest, een religieuze bedevaart, pelgrimstocht of processie. (bv. iftar, paasfeest, Suikerfeest, kroningsfeesten, Heilige Bloedprocessie, boeteprocessie, kaarsenprocessie, Maria					

	Niet in het afgelopen jaar	1 tot 2 keer in het afgelopen jaar	3 tot 5 keer in het afgelopen jaar	6 tot 10 keer in het afgelopen jaar	Meer dan 10 keer in het afgelopen jaar
Ommegang Poperinge, de Boxmeerse Vaart)					
3. Ik nam deel aan een niet-religieus volksfeest, herdenkingsfeest, historische optocht, stoet of evocatie (bv. Gentse Feesten, herdenking van een historische gebeurtenis, herdenking van een persoon, een reuzenstoet, Gouden Boomstoet, bloemencorso)					
4. Ik nam deel aan een carnavalsoptocht					
5. Ik demonstreerde een oude ambacht op een markt, festival, evenement, atelier, ... (bv. pottenbakken, manden vlechten, smeden, borduren, garnaalvissen, kaligrafie)					
6. Ik bereidde en/of verkocht traditionele gerechten of typische streekproducten op een markt, festival, evenement, in een atelier of fabriek					
7. Ik demonstreerde een traditionele volkssport op een festival, evenement, ...					
8. Ik speelde volksmuziek, nam deel aan een volksdans en/of vlaggenzwaai					
9. Ik vertelde een oud verhaal, volksverhaal, stadsverhaal, mythe of spookje op een markt, festival, evenement, in een atelier, fabriek					
10. Ik nam deel aan een re-enactment op een evenement					



Meer info of interesse in samenwerking?

Surf naar onze website <https://www.kdg.be/onderzoek/onderzoekscentra/publieke-impact>
of contacteer ons via publiekeimpact@kdg.be

Interreg
Vlaanderen-Nederland



Gefinancierd door
de Europese Unie



Provincie
Antwerpen

Brabantse kastelen (BTW XTRA)

KdG Research
Karel de Grote Hogeschool