

## Hoe loopt de Kijkroute in het Rijksmuseum?

Bezoekers komen in principe niet naar het Rijksmuseum om te lezen. Zij komen primair om er te kijken en om er te genieten. Uit onderzoek blijkt dat zij meer gaan zien als hun kennis van het geëxposeerde groter wordt. En dat zij daardoor ook meer gaan genieten van hun museumbezoek. Als een museum het kijkgenot en de kennis van zijn bezoekers wil verhogen, moet het informatie verschaffen. Maar hoe?

In een museum kan de vaste collectie maar op één manier tegelijk tentoongesteld worden. Daardoor kunnen er slechts op beperkte schaal (kunst)historische verbanden worden gelegd door de opstelling van de objecten zelf. Toch blijft in een museum de behoefte aan meer en andere (kunst)historische verbanden tussen de verschillende objecten bestaan. Een museum zit dus met de vraag hoe de bezoekers gelijktijdig verschillende ordeningen aan te bieden, en toch de objecten op hun plaats te laten. Het Rijksmuseum heeft voor dit probleem een oplossing gevonden: de *Kijkroute*. Als de bezoeker de keuze heeft uit een aantal verschillende routes, die elk een (kunst)historisch verband leggen, is het mogelijk verschillende ordeningen te presenteren, terwijl de voorwerpen op hun plaats blijven. De informatie in de *Kijkroute* wordt verstrekt in de vorm van een vouwblad. Dit heeft het voordeel dat bezoekers die geen *Kijkroute* willen gebruiken, niet gestoord worden door tekstborden.

### De Kijkroute

Een *Kijkroute* leidt de bezoeker, in ongeveer dertig minuten, langs circa vijftien kunstwerken of historische voorwerpen. Een twaalfstal objecten hiervan bevindt zich in verschillende zalen op één afdeling; de overige objecten vormen de zogenoemde 'uitloop', en zijn elders in het museum te bekijken. Elke *Kijkroute* behandelt een bepaald thema. Centraal staat daarin een zogenoemd 'kernstuk', waaraan het thema het duidelijkst kan worden gedemonstreerd. Verder bevat een *Kijkroute* een afbeelding van ieder object dat wordt besproken, een routebeschrijving en een deel van de plattegrond van het Rijksmuseum, waarop de zalen zijn aangegeven waarin de objecten te vinden zijn. De *Kijkroute* is een nieuw museummedium. Het Rijksmuseum wilde daarom graag weten of de *Kijkroute* een kans van slagen heeft. Bovendien was het onzeker of dit nieuwe museummedium wel voor gebruik in een moeilijk gebouw als het Rijksmuseum geschikt was. Onderzoek kon hier wellicht uitkomst bieden. Wij, sociaal-psychologen uit Utrecht, kregen het verzoek om, door middel van evaluatie-onderzoek, inzicht te bieden in het functioneren van de *Kijkroute*.

### Evaluatie-onderzoek in musea

Het testen van museummateriaal is een goede manier om vast te stellen of dit materiaal voldoet. Dit kan het beste gebeuren in de fase waarin het materiaal nog wordt

ontwikkeld. Vouwbladen, tekstpanelen of video-presentaties kunnen stuk voor stuk, voordat zij in gebruik worden genomen, getoetst worden. Zo kan worden bepaald of ze aan de verwachtingen van de makers en van het publiek voldoen en of ze goed functioneren. Is het betoog duidelijk? Worden de besproken thema's begrepen? Is het tempo waarin gesproken wordt en waarin iets wordt uitgelegd in een video-presentatie te snel, te traag of juist prettig? Indien nodig, kunnen alsnog verbeteringen in het materiaal worden aangebracht. Dit is vaak minder kostbaar en tijdrovend dan wanneer zoiets moet gebeuren als een presentatie al helemaal gerealiseerd is. Onderzoek dat materiaal tijdens zijn ontwikkelingsfase test, wordt *formatief evaluatie-onderzoek* genoemd. Formatieve evaluatie in een museumsituatie houdt onder andere in het meten van de kennis, de interesses, de attitudes en het gedrag van de bezoekers. Hiervoor worden vooral toetsen en vragenlijsten gebruikt. Een dergelijke aanpak, die *kwantitatief* wordt genoemd, ontnemt echter het zicht op de ingewikkelde cognitieve processen die bij museumbezoek een rol spelen. Via interviews met de bezoekers en de observatie van hun gedrag is meer inzicht in deze processen te verkrijgen. Deze benadering, die *kwalitatief* wordt genoemd, heeft voornamelijk een interactief en informeel karakter. In ons formatieve evaluatie-onderzoek naar de *Kijkroute* zijn wij zowel kwantitatief als kwalitatief te werk gegaan.

#### Onderzoek in drie fasen

Het onderzoek naar het functioneren van de *Kijkroute* verliep in drie fasen:

1. de operationalisatiefase: hierin inventariseerden wij de onderzoeksvragen en de criteria waaraan de *Kijkroute* zou moeten voldoen. Deze vertaalden wij in een experimentele opzet;
2. de experimentele fase: hierin werd aan één groep bezoekers de *Kijkroute*, vergezeld van een vragenlijst, aangeboden. Een andere groep kreeg alleen een vragenlijst;
3. de simulatiefase: hierin werd de situatie gesimuleerd waarin de *Kijkroute* zou worden gepresenteerd.

#### 1. DE OPERATIONALISATIEFASE

In de operationalisatiefase verzamelden wij criteria waaraan wij de ervaringen met de *Kijkroute* in de praktijk wilden toetsen. Wij vroegen de bedenkers van de *Kijkroute* aan welke voorwaarden, volgens hen, de reacties van het publiek op de *Kijkroute* moesten voldoen. Daarnaast wilden wij graag weten hoe de *Kijkroute* bij het publiek van het Rijksmuseum aansloeg. Wij gingen met een prototype van de *Kijkroute* het museum in en vroegen aan een aantal bezoekers wat ze van het idee vonden. Zou u hem gebruiken? Zou u er meerdere gebruiken wanneer u uit veertig verschillende routes kon kiezen? Welke thema's interesseren u? Wat wilt u voor een dergelijk vouwblad betalen? Zo werd een eerste, globale mening van het publiek over de *Kijkroute* verkregen.

Toen wij zelf met het prototype de route door het museum liepen, bleek, dat het helemaal niet zo eenvoudig was om alle objecten die daarin beschreven stonden te vinden. Dit betekende dat er onderzocht moest worden of het vinden van de weg door het museum en het vinden van de objecten in de diverse zalen niet te moeilijk was.

Ook meenden wij rekening te moeten houden met de enorme afleiding die een bezoeker in het Rijksmuseum ondervindt. Steeds wordt zijn aandacht door andere dingen opgeëist. De bezoeker is daardoor makkelijk geneigd om van de route af te wijken. Daarom moesten wij in ons onderzoek de consequenties hiervan op het functioneren van de *Kijkroute* nagaan.

Aan de hand van de criteria van de bedenkers van de *Kijkroute*, de wensen van het publiek en onze eigen bevindingen stelden wij een vragenlijst op om de reacties op de *Kijkroute* te inventariseren.

#### 2. DE EXPERIMENTELE FASE

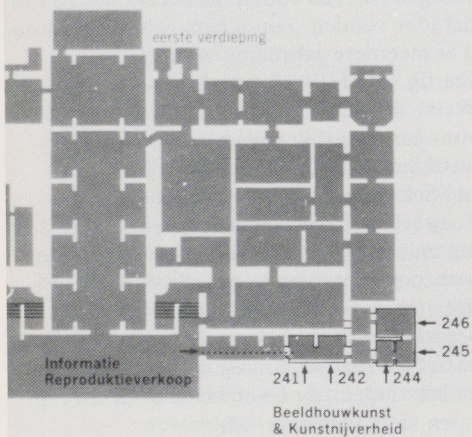
In de experimentele fase gingen wij na hoe het publiek met een *Kijkroute* in het museum omging. Hiervoor gebruikten wij een prototype dat voornamelijk 17de-eeuwse landschappen van Nederlandse schilders behandelde. Het kernstuk was *De molen bij Wijk bij Duurstede* van Jacob van Ruisdael. Er werd onderscheid gemaakt tussen een

Afb. 1. Experimentele route, toen nog 'wandeling' geheten.

**Hoe beelden beschilderd waren**

Middeleeuwse houten beelden waren vaak bont beschilderd. Meestal is de beschildering verloren gegaan; maar soms is er nog iets van over, of zelfs alles. In deze wandeling krijgt U beelden te zien die beschilderd zijn, beelden met resten van beschildering, en beelden waar geen verf meer op zit. U komt iets te weten over het hoe en waarom van het beschilderen. En er wordt verteld hoe U zelf kunt ontdekken of een beeld ooit beschilderd was.

Deze wandeling begint in zaal 242



eerste verdieping

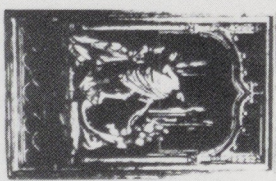
246  
245  
241 ↑ 242 ↑ 244

Informatie  
Reproductieverkoop

Beeldhouwkunst  
& Kunstnijverheid

Over de plaats en de functie van middeleeuws beeldhouwerk gaat wandeling 3: 'Het middeleeuwse altaar'.  
Over beeldhouwen in steen gaat wandeling 27: 'Modelleren en hakken'.

**RIJKS MUSEUM**  
amsterdam



①

wandeling 1  
20-30 minuten

Hoe beelden beschilderd waren  
Langs: 11 beeldhouwwerken uit de middeleeuwen  
3 beeldhouwwerken uit andere periodes

zogenoemde experimentele groep en een controlegroep. De experimentele groep, die uit vijfhonderd bezoekers bestond, kreeg bij binnenkomst in het museum een *Kijkroute* en een vragenlijst uitgereikt. De controlegroep, die alleen een vragenlijst kreeg, diende om een vergelijking te maken tussen het gedrag van bezoekers met en zonder een *Kijkroute*; aan deze groep werden driehonderdvijftig

vragenlijsten uitgedeeld. Omdat het prototype er alleen in het Nederlands was, werden alleen Nederlandstaligen benaderd. Van de experimentele groep werden 196 vragenlijsten terugontvangen en van de controlegroep 129.

#### Wie gebruikten de *Kijkroute*?

Van de vijfhonderd bezoekers die bij de ingang een *Kijkroute* en een vragenlijst kregen uitgereikt – de experimentele groep – gebruikten er zeventig (= 14%) deze *Kijkroute*. Op de vraag of het gebruik van de *Kijkroute* in de plannen paste waarmee men naar het museum was gekomen, antwoordden 126 bezoekers uit deze groep 'nee'. Tegen 25% van de vijfhonderd uitgedeelde *Kijkroutes* werd dus expliciet 'nee' gezegd. Daarnaast liet 61% een impliciet 'nee' horen door de vragenlijst niet in te vullen.

In deze fase van ons onderzoek hadden wij dus te maken met drie groepen respondenten: de groep die wel de *Kijkroute* gebruikte en uit zeventig bezoekers bestond ('wel-KR' genoemd); de groep die de *Kijkroute* kreeg uitgedeeld maar deze niet gebruikte en uit 126 bezoekers bestond ('geen-KR' genoemd); en onze controlegroep, bestaande uit 129 respondenten, die alleen een vragenlijst invulde.

Wij gingen na of er factoren waren die het gebruik van de *Kijkroute* beïnvloedden. Een van de factoren zou het opleidingsniveau van de bezoekers kunnen zijn. Qua beroep of opleiding verschilden de drie onderscheiden subgroepen weinig van elkaar (zie tabel 1). In de controlegroep bleken iets meer universitair gevormden voor te komen. Op basis van de resultaten, vermeld in tabel 1, moeten wij concluderen dat beroep of opleiding weinig invloed heeft op het wel of niet gebruiken van een *Kijkroute*. Een tweede factor die van invloed kan zijn op het gebruik van de *Kijkroute* is het plan waarmee een bezoeker het Rijksmuseum binnenkomt. Wij hebben met behulp van de vragenlijst deze plannen geïnventariseerd. Voor sommige bezoekers (twintig in getal) paste het gebruik van de *Kijkroute* in de oorspronkelijke plannen. Maar voor opvallend veel gebruikers (vijftig) was de wandeling een extraatje naast de

Tabel 1. Beroep/opleiding van de respondenten in percentages, gesplitst over de drie subgroepen: wel-KR, geen-KR en controle.

Beroep/Opleiding	wel-KR (N = 70)	geen-KR (N = 126)	controle (N = 129)
Beeldend kunstenaar	4,3%	7,1%	4,8%
Kunsthistoricus	2,9%	4,0%	0,8%
Andere universitaire gevormden	14,5%	14,3%	21,4%
Hoger beroeps- onderwijs	24,6%	23,0%	24,6%
Middelbaar beroeps- onderwijs	15,9%	19,8%	17,5%
Lager beroeps- onderwijs	14,5%	6,3%	6,3%
Student	11,6%	11,1%	11,1%
Scholier	4,3%	2,4%	3,2%
Geen beroep opgegeven	7,2%	11,9%	10,3%

eigen plannen. Hieruit blijkt dat het gebruik van een *Kijkroute* andere plannen van de bezoeker niet in de weg hoeft te staan. Een derde factor die van invloed kan zijn, is de frequentie van bezoek aan het Rijksmuseum. Spreekt de *Kijkroute* nieuwe bezoekers aan, omdat hij een hulp is om wegwijs te worden in het grote Rijksmuseum of willen frequente bezoekers wel eens iets nieuws proberen? Om nader te analyseren welke bezoekers geneigd zijn van een *Kijkroute* gebruik te maken, werd de groep bezoekers die voor de eerste maal in het Rijksmuseum waren, vergeleken met de bezoekers die aangaven frequent (dat wil zeggen vijftien keer of meer) het Rijksmuseum te hebben bezocht. Van de 325 respondenten binnen ons onderzoek behoorden er 63 tot de groep nieuwe bezoekers (19,4%) en 94 tot de groep frequente bezoekers (28,9%). Deze twee groepen vormden ongeveer de helft van de totale groep Nederlandstalige volwassen bezoekers, die wij onderzocht hebben. Tabel 2 geeft de verdeling van de nieuwe en de frequente bezoekers over de drie condities weer. Er blijkt een aantoonbare samenhang te bestaan tussen de bezoekfrequentie en het gebruiken van een *Kijkroute* ( $X^2 = 2,78$ ;  $df = 1$ ;  $0,05 < p < 0,10$ ). Er valt een tendens te bespeuren, dat het gebruik van de *Kijkroute*

Tabel 2. Frequentie Rijksmuseum-bezoek, verdeeld naar conditie.

Frequentie bezoek	wel-KR (N = 70)	geen-KR (N = 126)	controle (N = 129)
Nieuwe bezoekers	30,0%	19,0%	14,7%
Frequente bezoeken	20,0%	26,2%	36,4%
-----			
Overige bezoekers (1-14 bezoeken)	50,0%	54,8%	48,9%

afneemt naarmate de bezoekers vaker in het Rijksmuseum zijn geweest.

#### Hoe voldeed de *Kijkroute*?

Van de zeventig gebruikers van de *Kijkroute* bereikte 95,2% in ieder geval het kernstuk, *De molen bij Wijk bij Duurstede*, dat zich halverwege de route bevond. Tot en met het laatste object in de *Kijkroute* op de afdeling 17de-eeuwse schilderkunst, liep 85,5%. En aan de 'uitloop', die drie werken op de afdeling 19de-eeuwse schilderkunst bevatte, kwam 38,7% toe.

Op de vraag of de gebruikers de route interessant vonden, antwoordde 85% 'ja'. Dit is een opmerkelijk resultaat, omdat 53% van de gebruikers aangaf met gerichte, andere plannen naar het Rijksmuseum te zijn gekomen. De manier waarop de begeleidende teksten geschreven zijn, speelt een rol bij de aandacht die de bezoekers kunnen opbrengen. De tekst van het prototype werd gemiddeld als 'tamelijk aantrekkelijk' beoordeeld. Ook de hoeveelheid tekst in de *Kijkroute* bleek absoluut niet te veel te zijn. Van de gebruikers gaf 64% aan de hoeveelheid informatie voldoende te vinden, terwijl zelfs 35% deze te weinig vond.

#### Het zoeken van de weg en het vinden van de objecten

Terwijl de bezoekers die een *Kijkroute* gebruikten, hun weg zochten door de zalen, werden zij door ons geobserveerd. Wij wilden zien hoe zij hem gebruikten. Soms zagen wij gebruikers discussiëren over de vraag waar ze precies heen moesten.

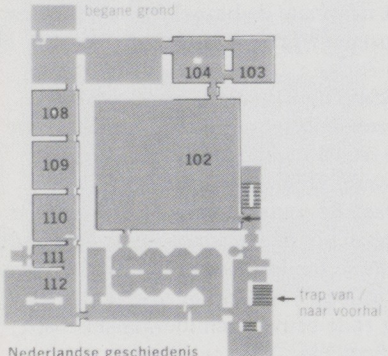
Afb. 2. Experimentele route, toen nog 'wandeling' geheten.

### Portretten van machthebbers

Deze wandeling van Maurits tot Wilhelmina laat zien hoe machtige personen op portretten hun visitekaartje afgeven.



Wie zijn portret laat maken, wil er op z'n voordeligst op staan. Wie machtig is, wil laten zien dat hij machtig is. Machtige personen laten zich afbeelden in een toepasselijk kostuum, in een waardige houding, in een passende omgeving, met voorwerpen die iets te maken hebben met hun ambt. Dat doet de koningin, dat deed ook Prins Maurits al.


Deze wandeling begint in zaal 102: vanaf de Voorhal gaat U eerst de trap af naar de afdeling Nederlandse geschiedenis.



Nederlandse geschiedenis

Over groepsportretten en de techniek van het portret schilderen gaat wandeling 12: 'Groepsportretten'.  
Over tastbare herinneringen aan beroemde mensen en historische gebeurtenissen gaat wandeling 19: 'De Boekenkist en andere souvenirs'.



wandeling 5

30 minuten

Portretten van machthebbers  
Langs: 16 portretten op de afdeling Nederlandse geschiedenis  
1 portret in het restaurant

Regelmatig zagen wij dat zij vertwijfeld de hulp van een zaalwacht inriepen, omdat zij met de plattegrond in de *Kijkroute* niet uit de voeten konden. Ook zagen wij af en toe dat iemand een tekst las bij een verkeerd schilderij. Dat het vinden van de objecten en het zoeken van de weg door het museum met behulp van de routebeschrijving en de plattegrond moeite kostte, was ons snel

duidelijk. Het viel ons daarom op, dat iets meer dan de helft van de gebruikers aangaf dat het '(tamelijk) makkelijk' was om de weg te vinden. Het vinden van de objecten zelf werd door 66% van de gebruikers van de *Kijkroute* '(tamelijk) makkelijk' gevonden. Voor degenen die het vinden van de objecten moeilijk vonden, was vaak ook het vinden van de weg al een probleem. De routebeschrijving en de plattegrond in de *Kijkroute* en de bewegwijzering in het museum werden naar aanleiding hiervan verbeterd.

#### Lezen en dan weer kijken

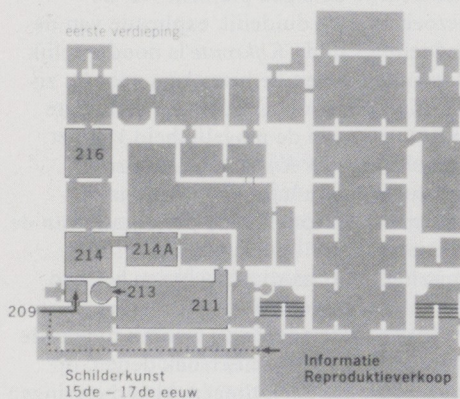
Wie met een *Kijkroute* door het Rijksmuseum loopt, moet afwisselend kijken en lezen. Zo kunnen wij ons voorstellen dat een gebruiker van de *Kijkroute* het volgende proces doormaakt, wanneer hij een bepaalde zin uit de *Kijkroute* leest (wat de bezoeker mogelijk doet of denkt, staat tussen haakjes). 'Ruisdael heeft het kasteel (ziet het kasteel) zó sterk van onderop (ja, dat lijkt wel zo) weergegeven, dat die torens (ik zie helemaal geen torens, waar?) uit het zicht zijn geraakt (oh, ja).' In één *Kijkroute* zal een bezoeker misschien wel honderdmaal van lezen overgaan naar kijken en omgekeerd. Natuurlijk verschilt het aantal malen per individu. Zo zagen wij zelfs dat mensen eerst op een bank de gehele toelichting bij één schilderij doorlazen, om daarna pas te gaan kijken. Alles is natuurlijk mogelijk. Gemiddeld is een grote afwisseling van kijken en lezen te verwachten. Houden mensen dit wel vol? En vinden ze het plezierig? Uit de antwoorden op deze vragen in onze vragenlijst bleek, dat 63% de afwisseling van kijken en lezen juist als stimulerend ervoer. Slechts 4% gaf aan het vermoeiend te vinden. De overige respondenten hadden over het afwisselend lezen en kijken geen uitgesproken mening. In het Rijksmuseum is erg veel te zien. Wie een *Kijkroute* gebruikt, wordt een bepaalde selectie aangeboden. De *Kijkroute*-gebruiker wordt er toe bewogen wel naar het een, maar niet naar het ander te kijken. Hoe reageren mensen op deze beïnvloeding? Voelen zij zich erdoor belemmerd? Uit onze observaties bleek duidelijk dat mensen zich niet zo strak

Afb. 3. Experimentele route, toen nog 'wandeling' geheten.

## Het Nederlandse landschap door schilders gezien

Deze wandeling gaat over landschapschilderijen; en over de vraag of schilders de bedoeling hadden om in die schilderijen de werkelijkheid vast te leggen. Landschapschilderijen werden niet gemaakt in de vrije natuur, maar thuis, in het atelier van de schilder. De meeste landschapschilderijen doen denken aan de werkelijkheid. Maar het zijn beslist geen fotografische weergaves van echte landschappen.

Deze wandeling begint in zaal 209



Over schilders die buiten schilderden gaat wandeling 41: 'Buiten schilderen'.  
Over gezichten op steden gaat wandeling 62: 'Portretten van steden'.  
Over de techniek van het schilderen gaat wandeling 39: 'Wat schilders met verf kunnen doen'.

RIJKS MUSEUM  
amsterdam



①

aan de *Kijkroute* hielden. Zij keken ook naar andere objecten die zij op hun weg tegenkwamen. In de vragenlijst gaf 73,9% aan dat zij zich niet uitsluitend met de objecten hadden beziggehouden die in de *Kijkroute* beschreven stonden. Kortom de *Kijkroute* heeft een sturend maar geen dwingend karakter.

wandeling 61  
25-35  
minuten

Het Nederlandse landschap door schilders gezien  
Langs 12 landschappen uit de 17de eeuw  
3 landschappen uit de 19de eeuw

### 3. DE SIMULATIEFASE

In de laatste fase van ons onderzoek simuleerden wij de manier waarop de *Kijkroute* aan de bezoekers zou worden aangeboden.

Bij de ingangen en op de trappen werden enkele aankondigingsborden geplaatst. Deze attendeerden de bezoekers erop dat er *Kijkroutes* beschikbaar waren. Op een kolom, die speciaal voor ons onderzoek was gemaakt, werd uitgelegd wat *Kijkroutes* waren, en wat de bedoeling ervan was. De kolom was opgesteld in de centrale hal op de eerste verdieping van het Rijksmuseum. De bezoekers konden nu uit drie verschillende *Kijkroutes* een keuze maken. Deze stonden in bakjes, die aan de kolom bevestigd waren. Naast de eerder gebruikte *Kijkroute* over het Nederlandse landschap op schilderijen, werd een *Kijkroute* aangeboden over het beschilderen van beeldhouwwerken (polychromie) en een over portretten van machthebbers in de Nederlandse geschiedenis. Voor de *Kijkroutes* kon worden betaald door geld in een gleuf te stoppen.

Wij wilden met behulp van deze simulatie nagaan hoe het publiek op de *Kijkroute* reageerde. Hoeveel mensen nemen er een mee en wat doen ze ermee?

Uit het gedrag van de bezoekers bleek dat slechts weinigen de aankondigingsborden zagen. Veel bezoekers bekeken wel de kolom, maar pakten vaak zonder de tekst daarop te lezen een *Kijkroute* uit een van de bakjes. Meestal legden ze hem weer terug, na deze al dan niet uitvoerig te hebben bekeken. Het was duidelijk dat slechts een klein deel van hen begreep waar het om ging.

Gedurende de simulatiefase, die tien dagen duurde, namen de bezoekers 611 *Kijkroutes* mee. Wij gingen na wat in het museum daarmee gebeurde. Wij observeerden de bezoekers die er een hadden meegenomen. Het aantal bezoekers dat per dag een *Kijkroute* serieus gebruikte was redelijk constant, namelijk gemiddeld zes per dag. Van serieus gebruik is pas sprake als aan de hand van een *Kijkroute* de beschreven objecten worden bekeken. Omdat veel bezoekers niet precies begrepen waar het om ging, werden wel veel *Kijkroutes* meegenomen,

maar werden er weinig gebruikt. Het feit of er voor een *Kijkroute* moest worden betaald of dat deze gratis kon worden meegenomen, bleek niet van invloed op het serieus gebruik ervan. Wat het serieus gebruik betreft, waren er bovendien amper verschillen tussen de drie thema's die werden aangeboden.

Uit de simulatie van de presentatie van de *Kijkroute* bleek, dat deze nog te onopvallend was en te veel onduidelijkheden bevatte. Hierdoor werd het publiek onvoldoende bekend met de bedoeling van dit nieuwe museummedium.

Wij concludeerden dan ook dat een opvallende presentatie van de *Kijkroute*, met een heldere explicatie van de bedoeling ervan, essentieel is, om de *Kijkroute* als museummedium te laten functioneren.

### Conclusies

De conclusies uit ons onderzoek naar het functioneren van de *Kijkroute* zijn de volgende.

De gebruikers van de *Kijkroute* vonden de inhoud ervan interessant en de manier waarop de teksten geschreven zijn tamelijk plezierig. De aangeboden hoeveelheid informatie was voor twee derde van de gebruikers goed en voor de overige te weinig. De route werd beslist niet te lang gevonden. Het afwisselend lezen en kijken vonden de meeste gebruikers stimulerend. Kortom de bezoekers die een *Kijkroute* gebruikten, waren tevreden over de vorm en de inhoud ervan.

Het merendeel van de gebruikers van de *Kijkroute* hield zich tijdens de route ook met objecten bezig die er niet in waren opgenomen. Dit was niet erg, omdat hij wel als gids bleef functioneren. Kortom de *Kijkroute* had geen dwingend, maar een sturend karakter. Het Rijksmuseum is als gebouw erg onoverzichtelijk. Dit leverde voor veel gebruikers van de *Kijkroute* problemen op. Zij vonden het moeilijk om met behulp van de aanwijzingen in de *Kijkroute* de route te vinden. Verduidelijking van de plaats waar een *Kijkroute* begint, het aangeven van de totale route in de *Kijkroute* met een (stippel)lijn, extra aandacht voor de uitloop,

die immers elders in het gebouw is, en een goede bewegwijzering in het museum, bleken essentieel om het probleem van het zoeken van de route en het vinden van de objecten op te lossen.

Veel gebruikers namen wel een *Kijkroute* mee, maar gebruikten hem niet. Dit gebeurde zowel in de experimentele als de simulatiefase van ons onderzoek. Dit kon twee oorzaken hebben. Of de bedoeling van de *Kijkroute* bleef onduidelijk of het volgen ervan doorkruiste de eigen plannen van de bezoekers. Een duidelijk explicatie van de bedoeling van de *Kijkroute* is noodzakelijk. Bovendien zullen de bezoekers voordat zij het Rijksmuseum betreden, op de hoogte moeten zijn van de mogelijkheid van het gebruik van een *Kijkroute*, zodat zij er eventueel een in hun plannen kunnen opnemen. Kortom aan de presentatie van de *Kijkroute*, zowel binnen als buiten het museum, moet aandacht worden besteed. Omdat ons onderzoek een formatief evaluatie-onderzoek was, werden tijdens de periode waarin wij onderzoek deden, op basis van onze bevindingen, al verbeteringen in de *Kijkroute* aangebracht. Zo werd de tekst in beperkte mate aangepast en werden de routebeschrijving en de plattegrond grondig gewijzigd. Ook de nummering van de objecten in het vouwblad werd veranderd. En de lay-out van de titelpagina werd herzien. Er was nog geen tijd om de ideeën over de presentatie en de explicatie van de bedoeling van de *Kijkroute*, binnen en buiten het museum, uit te voeren en nader te onderzoeken.

Wij verwachten dat de *Kijkroute* een succes wordt. Maar wij kunnen dit niet voorspellen. Wel menen wij dat formatief evaluatie-onderzoek bijdraagt aan een vergroting van de kans op succes. Wij hopen dat dit wat betreft ons onderzoek naar het functioneren van de *Kijkroute* het geval zal zijn.